



IDENTIFICA

Señalética para comunicar nuestra identidad cultural

Aplicado en la comuna de San Pedro de Atacama

Proyecto para optar al título de diseñador gráfico

UNIVERSIDAD DE CHILE

Facultad de Arquitectura y Urbanismo

Escuela de Diseño

Mención Diseño Gráfico

Santiago de Chile - Diciembre, 2010

Javiera Villalobos Iglesias

Profesor guía: Alejandro Estrada



UNIVERSIDAD DE CHILE

Facultad de Arquitectura y Urbanismo

Escuela de Diseño

Mención Diseño Gráfico



IDENTIFICA

Señalética para comunicar nuestra identidad cultural

Aplicado en la comuna de San Pedro de Atacama

Proyecto para optar al título de diseñador gráfico

Javiera Villalobos Iglesias

A mi familia, Fernando y
todos los que fueron un gran
apoyo en este etapa.

**Gracias por siempre tener
la palabra precisa, en el
momento perfecto.**

INDICE

INTRODUCCIÓN	7		
FUNDAMENTOS DEL PROYECTO	8-13		
1. Planteamiento	10-11		
2. Objetivos	12		
3. Metodología de la investigación	13		
MARCO TEÓRICO	14-44		
1. Identidad	14-21		
1.1 Identidades personal, colectiva y cultural.	14-15		
1.2 Identidad nacional	15		
1.3 Identidad Chilena	16-21		
1.4 Cómo se percibe el chileno	21		
2. Patrimonio cultural	22-25		
2.1 Patrimonio cultural chileno	22-23		
2.2 Arte indígena	23-25		
2.3 Relevancia para el proyecto	25		
3. Turismo	26-32		
3.1 Interés del turismo en Chile	26-28		
3.2 Elección de la zona	28-29		
3.3 San Pedro de Atacama	29-32		
3.3.1 Geografía	29		
3.3.2 Atractivos turísticos	29-30		
3.3.3 Cultura San Pedro o Atacameña	31-32		
4. Comunicación	33-35		
4.1 Definición comunicación	33-34		
4.2 Modelo de la comunicación por R. Jakobson	34		
4.3 Signos	34		
		4.3.1 Definición signo	34
		4.3.2 Relaciones entre el signo y su objeto	35
		4.3.3 Dimensiones de la semiosis	35
		5. Señalética	36-43
		5.1 Definiciones	36
		5.2 Características según J. Costa	36
		5.3 Tipos	36-37
		5.4 Componentes	38-40
		5.4.1 Pictogramas	38-39
		5.4.2 Tipografía	39
		5.4.3 Color	39-40
		5.5 Otras implicancias	40-41
		5.5.1 Arquitectura del lugar o espacio	40
		5.5.2 Antropometría	40-41
		5.5.3 Materialidad	42
		5.6 Señalización de tránsito	42-43
		5.6.1 Clasificación	42-43
		5.6.2 Características básicas	43
		INVESTIGACIÓN DE CAMPO	44-63
		1. Visita a San Pedro de Atacama	46-61
		1.1 Estilo gráfico de la comuna de San Pedro de Atacama (SPA)	46-48
		1.2 Entrevistas a informantes claves	48-49
		1.3 Observaciones generales	50
		1.4 Lugares escogidos	50-53
		1.4.1 Aldea de Tolor	50-51
		1.4.2 Pucará de Quitar	52
		1.4.3 Valle de la Luna	53
		1.5 Estado actual de la señalética en los tres atractivos escogidos de SPA	54-61
		1.5.1 Objetivos de la evaluación	54
		1.5.2 Descripción del instrumento	54

1.5.3 Análisis de resultados por lugar	55-58		
1.5.4 Análisis de resultados en conjunto	59-61		
2. Análisis de tipologías	61-63	2. Análisis de referentes de cultura atacameña o San Pedro	76-79
2.1 Tipología directa	61-62	2.1 Petroglifos	76-77
2.1.1 Turismo centrado en la identidad: feria costumbrista mapuche, Kui Kui.	61-62	2.2 Alfarería	78-79
2.1.2 Desarrollo de pictogramas con trazos basados en culturas originarias	61	3. Diseño del proyecto	80-107
2.2 Tipología indirecta	63	3.1 Desarrollo de pictogramas por lugares y atractivos turísticos	80-82
2.2.1 Señalización vial de atractivos turísticos chilena	63	3.2 Alternativas de estilo gráfico	82-85
3. Conclusiones de la investigación	63	3.3 Alternativas tipográficas	86
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	64-69	3.4 Selección y normas gráficas	86-107
1. Principios del proyecto	66	3.4.1 Estilo gráfico	86-90
2. Nombre del proyecto	66	3.4.2 Cromatología	91
3. Usuario	66	3.4.3 Tipografía	91
4. Conceptualización	67	3.4.4 Tamaños	92-98
5. Soportes a realizar	67	3.4.5 Materialidad y soportes	99-107
6. Difusión del proyecto	68-69	4. Proyección del sistema señalético en el entorno	108-112
DEFINICIÓN DE DISEÑO	70-118	5. Sistema completo	113-117
1. Marca del proyecto	72-75	6. Viabilidad del proyecto	118-119
1.1 Desarrollo de Alternativas	72	6.1 Planificación	118
1.2 Selección	72	6.2 Financiamiento	118
1.3 Isotipo	73	6.3 Costos generales del proyecto	118-119
1.4 Logotipo y tipografía	74	7. Conclusiones del proyecto	121
1.5 Cromatología	75	ANEXOS	122-131
1.6 Área seguridad	75	BIBLIOGRAFÍA	132-134

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto tiene sus cimientos en la revalorización de ciertos rasgos de la identidad cultural chilena ligada a las raíces provenientes de las culturas originarias del país, aquellas que están presentes los principales centros turísticos de Chile. Esto se hará posible mediante su materialización, en un plan piloto en la comuna de San Pedro de Atacama. Dicho plan contempla la realización de una señalética plasmada

de dicha cultura, con el fin de ayudar a la difusión y revalorización de ciertos aspectos de dicha identidad en un contexto turístico. Esta es la base de lo planteado en el desarrollo de la investigación, como se expondrá a continuación.





Fundamentos del Proyecto

1. PLANTEAMIENTO
2. OBJETIVOS
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1. PLANTEAMIENTO

Chile es un país con una identidad cultural característica que nos conforma desde nuestros inicios, ésta identidad se configura como una red de contenidos fundamental y decisiva a la hora de discriminar qué nos identifica como chilenos y qué queremos comunicar acerca de lo que somos.

. Este es el punto de partida; en nuestro país existe una amplia variedad de lugares y monumentos que representan una importante atracción para el país, (instancia para comunicar lo que somos) los cuales han aumentado considerablemente la afluencia de visitantes en los últimos años, sin embargo, estos lugares se caracterizan por no explotar del todo el reconocimiento visual de sus ciudades, no potenciando gráficamente su valor cultural e identitario en los objetos informativos, señaléticos y otros elementos turísticos que poseen. Perdiendo así, la oportunidad de aglutinar nuestra cultura y la esencia de lo que nos representa como país, en un contenido rápido de internalizar y difundir.

Estos lugares, al ser destino turístico, poseen entornos ligados a una comunicación que debe decir mucho de una manera rápida y concisa, es decir, mensajes universales que sean breves y que además guíen a los visitantes. Pero desafortunadamente, en nuestro país nos encontramos con una multiplicidad de códigos que no tienen coherencia entre sí, con esto me refiero a excesivos mensajes y estímulos visuales en objetos señaléticos y de información, que coexistiendo en el mismo contexto contribuyen más a contaminar el entorno visual y a agobiar al visitante con mensajes ineficientes informativa y orientadoramente; que a ser un real aporte gráfico al desarrollo cultural y

turístico del país. Lo que nos lleva a pensar que el diseño no ha sido del todo explotado para aportar al desarrollo del turismo en Chile; si bien algunas zonas muestran indicios de tener un desarrollo turístico más avanzado en los elementos antes mencionados, la mayoría no los utiliza bien, teniendo elementos decorativos más que un sistema funcional e universal que los oriente.

VALORIZACIÓN

Chile es un país con un patrimonio cultural envidiable, personas de todo el mundo viajan hasta nuestro país en búsqueda de una identidad cultural que los impregne de su esencia y misterio, así nos encontramos con lugares como Isla de Pascua, San Pedro de Atacama o Torres del Paine que nos envuelven con su encanto natural; pero que dejan mucho que decir de su desarrollo comunicacional e informativo enfocado hacia el turista, como revisaremos a continuación. En este contexto, cuando hablamos de patrimonio cultural nos referimos a una herencia modeladora de nuestra identidad cultural, aquella que proyecta lo que somos y lo que queremos ser. Desde esta perspectiva, el proyecto planteado busca revalorizar ciertos aspectos que muchas veces se pasan por alto o son desconocidos, tanto por visitantes extranjeros como chilenos, al no comunicar claramente su esencia o identidad en los lugares turísticos del país. Por otra parte, la sociedad actual vive a un ritmo tan acelerado, que la búsqueda de la brevedad en la comunicación se hace cada vez más indispensable; la gente busca reaccionar a los estímulos con la mayor practicidad posible, es aquí donde la necesidad de identificación y orientación se hace cada vez más ineludible.

El turismo y la cultura, abordados desde la perspectiva de la sociedad actual, tienen muchas aristas y focos a los que se debería apuntar al crear un completo plan de desarrollo turístico, aquel que logre tener la unidad y coherencia necesaria entre todos sus elementos (con esto me refiero

por ejemplo, a guías turísticas, mapas ruteros, etc.) y que genere un sistema global de turismo en cada zona; pero abarcar todos estos ámbitos sería imposible por un tema de tiempo básicamente. Es por ello que desarrollaré un plan piloto que tome dichos elementos de la sociedad actual, teniendo como punto de partida, un sistema que acoge todo lo antes enunciado, la señalética.

Esta elección no es azarosa, autores destacados ya lo han estudiado: *"...Es un fenómeno que se va imponiendo y que demuestra que estos tiempos de tanta comunicación precisan de nuevos modos de comunicar más escuetos. Siendo así que la señalética está plenamente en línea con lo que la sociedad requiere."*(Ricard, 2007) ¹

Pero la elección de la señalética como soporte no es solamente una decisión práctica, sino que se enmarca dentro de un interés de revalorizar ciertos rasgos de la cultura y sus signos patrimoniales para darles un nuevo uso más contemporáneo y acorde a los intereses de la disciplina de diseño gráfico. De esta manera, lo que buscará el proyecto es lograr una transferencia de signos de un objeto pictográfico antiguo a un objeto de diseño con rasgos revalorizados desde el punto de vista del diseño, en este punto nos topamos con otros proyectos que sólo han llegado a la simplificación de algunos de estos signos, como por ejemplo los signos de isla de pascua que se han empleado en el diseño de estampados de poleras a la venta para turistas, pero estos no han ido más allá de la simplificación; lo interesante del proyecto será cruzar el umbral de lo que ya se ha hecho y revalorizar dichos signos en

1. Ricard, André Prólogo. 2007. Interés de la señalética. [aut. libro] Joan Costa. Señalética Corporativa. Barcelona : Costa Punto, 2007.

algo útil a la comunidad y al turismo chileno. Es por ello que se escoge la señalética, un soporte que permite indagar en el núcleo del diseño, la simplificación de formas, colores y además se enmarca en el estado más directo y eficaz de la comunicación.

Por otra parte, elegir la señalética como punto de partida me permitirá establecer constantes que den pie a una expansión e inclusión de su código gráfico en los demás elementos turísticos en un futuro próximo. Este punto es de vital importancia, ya que la señalética como sistema, vendría a ser el núcleo del diseño comunicacional del turismo en dichos lugares y el diseño gráfico, la herramienta que permitirá generar los aportes al desarrollo turístico, porque de nada sirve caer en la misma multiplicidad de códigos cromáticos, morfológicos, sintácticos y tipográficos actuales, ahí está la labor e importancia del diseño en crear una señalética unificada que cumpla con todos los requisitos y que además, tenga una proyección aplicable a otros soportes informativos.

Otro punto relevante de este plan piloto, es que el estudio y desarrollo de la señalética creada, será acotado sólo a una zona o ciudad turística del país, escogida en base a una categorización y clasificación basada en la relevancia que tenga para el desarrollo turístico y su aporte al diseño chileno en cuanto a la posibilidad de exportarlo y difundirlo por medio de los turistas que lo vean. Una de las fortalezas de dicho sistema señalético es que podrá ser expansible al resto del país mediante un código normalizado en cuanto a sus aspectos formales (formato y tamaños estándar) pero que deje la posibilidad de rescatar en los pictogramas la esencia cultural de cada zona por separado (norte, centro y sur). Finalmente cabe destacar, que la zona escogida para la aplicación del plan piloto es la comuna de San Pedro de Atacama, cuyos fundamentos de elección serán explicados a lo largo de la investigación.

Personalmente me parece importantísimo enfocar el diseño gráfico a una revalorización de lo propio de nuestra identidad cultural, de esta manera no solamente se le da un uso práctico a la disciplina, sino que se enmarca en su más pura expresión de la comunicación hacia la gente, además de aportar al desarrollo turístico del país y de los propios chilenos. El tema de la señalética y la circulación del público, siempre me ha llamado la atención por el efecto inmediato que provoca; allí las cosas son o no son y un diseño errado se comprueba rápidamente en la práctica. Es por ello que el proyecto es planteado como un gran desafío como diseñadora gráfica en vía de la titulación.

2. OBJETIVOS

Extrapolar la identidad cultural de los lugares con potencial turístico mediante un código normalizado que logre difundir y comunicar la esencia del lugar; buscando dar una unidad visual, con el objetivo de aportar al rescate de la cultura originaria chilena, al diseño gráfico y al desarrollo del turismo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Revalorizar ciertos aspectos del patrimonio cultural chileno.
- Aportar al desarrollo turístico en Chile.
- Definir los conceptos de señalética, turismo e identidad cultural.
- Clasificar la señalética en base a sus características y funciones.
- Comprender la señalética en sus aspectos específicos para zonas turísticas.
- Analizar el estado actual de la señalética en Chile.
- Identificar las zonas turísticas chilenas.
- Conocer y describir los aspectos de identidad cultural de la zona norte del país.
- Identificar las falencias de la señalética en San Pedro de Atacama.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En las siguientes páginas se presenta el proceso de trabajo que se llevó a cabo en el proyecto, desde la investigación a la etapa de diseño; teniendo ciertos rasgos exploratorios y otros descriptivos. Por una parte nos encontramos con una variedad de conceptos referentes al tema de estudio que ya se encuentran estudiados y analizados por autores relevantes, como la señalética, comunicación, identidad, patrimonio cultural y el turismo; en ese sentido la investigación será descriptiva ya que utilizaremos dichos conceptos para explicar y fundamentar las ideas bases de este proyecto; por otra parte nos encontramos con los mismos temas anteriores, pero que no han sido aplicados por los autores directamente con los objetivos que nosotros buscamos generar en una señalética; en esta parte, la investigación se volverá más exploratoria, ya que se tomarán ciertos rasgos de los temas estudiados; para luego relacionarlos, con el fin de generar conclusiones que nos ayuden a crear una señalética bien fundada de acuerdo a la relación de dichos temas. De esta manera, lograremos hacer un marco referencial que nos sirva de apoyo en la creación de la señalética; para lograr plasmar todo lo antes estudiado cuando se inicie la etapa de diseño.

Luego, al plantear el método de trabajo, se tuvo como punto de partida la siguiente proposición:

“Debido a una mala comunicación de la identidad cultural chilena en sus centros turísticos; sumado a una falta de identificación visual y función orientadora en sus monumentos históricos y naturales. ¿Sería posible generar un sistema de señalética universal y específico, que diferencie dichos lugares entre sí usando una segmentación por zonas norte, centro y sur del país; mediante un sistema de pictogramas, con trazos, formas, cromatologías y textu-

ras; rescatadas y revalorizadas del propio patrimonio cultural de pueblos originarios chilenos, el contexto geográfico, arquitectónico y/o climático de las zonas; buscando de esta manera aglutinar y extrapolar, la historia y cultura de Chile depositada en cada una de estas tres zonas?”

Para ello se hará una recopilación de datos de los temas de interés, mediante un análisis documental de autores relevantes, definiciones de diccionarios y aportes propios que sean pertinentes a la contextualización de la creación de una señalética, que comunique ciertos rasgos de la identidad cultural Chilena. De esta manera se partirá con una recopilación de información referente a identidad chilena, patrimonio cultural y turismo, para analizar el estado actual de estos conceptos; para luego enfocarnos en temas propios del diseño como la comunicación y la señalética, y así identificar qué aspectos son los que se deben tener claros antes de empezar un desarrollo del diseño gráfico de la propuesta.

Luego se hará una investigación de campo, la cual se desarrolla en torno a una visita a la zona escogida para el plan piloto del proyecto, San Pedro de Atacama. Allí se harán observaciones generales acerca del estilo gráfico del lugar, las materialidades más recurrentes y sus cromatologías, además de diversas conclusiones extraídas de entrevistas a informantes claves en el tema del turismo; para luego enfocarnos en los lugares específicos de implementación de la señalética, donde se aplicará un instrumento de observaciones que nos permita definir las falencias de la señalética actual, su entendimiento y si es que existe alguna unidad o normalización entre los diferentes sistemas de señalética allí encontrados. De esta manera se recopilarán las bases teóricas de lo que será el producto final creado, la señalética, la cual deberá dar cuenta de todo lo estudiado y observado.

Paralelamente a esto se realizará un análisis de referentes

artísticos de la cultura de San Pedro de Atacama; en este punto se observarán los rasgos gráficos más característicos de la alfarería y petroglifos de dicha cultura; con el fin plasmarlos, a modo de revalorización, en la señalética que se creará. Para ello se analizará su morfología del trazo y la cromatología más recurrente; de esta manera combinaremos el estilo del pueblo, el entorno y el rescate de ciertos rasgos de dicha cultura en la señalética.





Marco Teórico

1. IDENTIDAD
2. PATRIMONIO CULTURAL
3. TURISMO
4. COMUNICACIÓN
5. SEÑALÉTICA

1. IDENTIDAD

Partiremos de la más general a lo más particular, de esta manera iniciaremos con la identidad. Como ya se dijo anteriormente, la identidad es un elemento fundamental para abordar las raíces culturales de un país, es por ello que este es un tema de alto interés para esta investigación y por ende debe quedar claro y no dar pie a confusiones, por ello se partirá con una breve definición que se irá desarrollando a lo largo del capítulo.

“La identidad tiene que ver con la manera en que individuos y grupos se definen a sí mismos al querer relacionarse-“identificarse”- con ciertas características. Esta concepción es interesante porque aquello con lo que alguien se identifica puede cambiar y está influido por expectativas sociales” (Larrain, 2001) ²

En base a esto se puede decir que la identidad es un proceso de construcción y reconstrucción que se puede ver influido por diferentes factores en la medida que dichos individuos o grupos se identifiquen con ciertas cualidades o conductas del mundo que los rodea. Antes de profundizar en el tema, veamos lo postulado por Jorge Larrain:

“Es importante hacer una distinción entre cultura e identidad. La cultura es algo más general porque incluye todas las formas simbólicas y la estructura de significados incorporados en ellas. La identidad es, en cambio, algo más particular, porque implica un relato que utiliza sólo algunos de esos significados presentes en las formas simbólicas mediante un proceso de selección y exclusión. La cultura nunca tiene la unidad y estabilidad que tiene una

identidad y sus componentes simbólicos son normalmente de orígenes muy variados. Las culturas son sistemas relativamente abiertos compuestos por una gran cantidad de significados y formas simbólicas de variados orígenes y permeables a nuevas formas simbólicas y significados que provienen de otras culturas, especialmente en la época de la globalización, donde los contactos se han intensificado fuertemente.

Así, por ejemplo, formas musicales, arquitectónicas, televisivas, literarias y gastronómicas de las más variadas culturas entran hoy con relativa facilidad en otras. Lo que no significa necesariamente que afecten la identidad colectiva de esas sociedades, aunque es posible que a la larga en algún aspecto puedan hacerlo. La identidad a su vez, tiene mucho mayor estabilidad en el tiempo que la cultura. Porque no es cualquier discurso, es un destilado narrativo de modos establecidos y sedimentados de vida. De allí que la cultura cambia más rápido que la identidad. Por ejemplo, el tango es en muchos sentidos una forma musical aceptada y valorada en toda América Latina. Es parte de nuestra cultura. Pero no forma parte del relato identitario chileno o peruano. En América Latina la cultura común es más fuerte que la identidad común.” (Integración regional e identidad nacional: ¿Chile, país modelo?, 2005) ³

De esta manera, podemos resumir sus diferencias en que la cultura se comporta en cierta forma como el contenedor de la identidad y que a su vez esta última es más específica y estable en el tiempo, lo que permite que haya una diferenciación entre países con elementos culturales comunes, como los de América Latina. En este sentido, en la actualidad se hace posible hablar de globalización y de una transferencia cultural entre países sin pensar en una pérdida de identidad nacional progresiva, esto debido a que la identidad es un elemento más impermeable que la cultura propiamente tal, pero en lo que sí podría influir

más directamente esta transferencia es en la reconstrucción de las identidades personales al presentarse nuevos contextos culturales. Y a nivel general, por más que se adopten conductas basadas en culturas externas, estas no forman parte del relato identitario nacional, quedándose más bien en un plano externo y sólo se permeabilizándose en un nivel superficial, por lo que la identidad no se ve realmente alterada. Con estos dos conceptos claros, prosigamos.

1.1 IDENTIDADES PERSONAL, COLECTIVA Y CULTURAL

Como se dijo anteriormente, la identidad es fundamental cuando hablamos de las raíces culturales de un país, en ese sentido, tenemos por una parte las identidades personales, aquellas construidas en base a experiencias vividas individual o colectivamente pero desde la perspectiva de una persona, y por otra parte tenemos las identidades colectivas, aquellas que reúnen rasgos fundamentales que identifican a un grupo de personas, esta última deriva en una identidad cultural cuando reúne rasgos que hacen sentir a dicho grupo, el valor de ser de un país y conocer los elementos que los diferencian de otros. Esta última es de total interés para la investigación, principalmente por relacionar la cultura y la identidad desde una perspectiva colectiva y cohesionadora.

Pero hablar de identidades personales no se puede ha-

2. Larrain, Jorge. 2001. Identidad Chilena. Santiago : LOM, 2001. pág. 23.

3. Integración regional e identidad nacional: ¿Chile, país modelo? Larrain, Jorge. 2005. 161, Montevideo : Revista del Sur, 2005.

cer aisladamente de las colectivas, ya que el ser humano funciona en base a esta interrelación recíproca entre ambas. Ahora vuelvo a citar a Jorge Larraín, quien estudió la identidad chilena:

*“Al formar sus identidades personales, los individuos comparten ciertas lealtades grupales o características tales como religión, género, etnia, profesión sexualidad, nacionalidad, que son culturalmente determinadas y contribuyen a especificar al sujeto y su sentido de identidad. En este sentido puede afirmarse que la cultura es uno de los determinantes de la identidad personal. Todas las identidades personales están enraizadas en contextos colectivos culturalmente determinados. Así es como surge la idea de identidades culturales. Cada una de las estas categorías compartidas es una identidad cultural.” (Larraín, 2001)*⁴

De esta manera la identidad se vuelve colectiva en el momento que pasa a ser compartida por un grupo de individuos, aquellos que comparten un contexto o categoría cultural común, configurándose así la identidad cultural. Lo que resulta atractivo para la investigación ya que buscar la identidad chilena en elementos originarios podría ser errado si es que se enfocara desde la perspectiva de las identidades personales, muy por el contrario, lo que debiera reflejar el producto final creado tiene que responder a la identidad cultural (colectiva) de los chilenos de la zona norte del país.

1.2 IDENTIDAD NACIONAL

Por otra parte, existe la identidad nacional, aquella que debiera configurar el actuar de todo un país bajo ciertas premisas compartidas y lo que lo diferencia de otro, pero esta identidad global es difícil de lograr, si bien existen ciertos rasgos compartidos, esta puede ser vista desde distintas versiones según lo expuesto por Jorge Larraín:

*“Ningún país tiene una sola versión de identidad. Si hay algo que diferencia a las identidades individuales de las identidades nacionales es que las primeras normalmente tienen un solo relato sobre sí mismas, mientras las segundas tienen varios que responden a la gran variedad de modos de vida, intereses políticos, regionales y de clase. En este sentido la identidad nacional es siempre un campo de lucha donde varias versiones públicas buscan interpelar a la gente para convencerla de su visión.” (Integración regional e identidad nacional: ¿Chile, país modelo?, 2005)*⁵

Es por ello que esta investigación no busca reflejar la identidad nacional en su totalidad en el producto final, ya que sería imposible de lograr que todos los habitantes de Chile tuvieran una identidad compartida respecto a la señalética de un sector en el que no todos viven, ni conocen su historia y mucho menos su origen. Sí es de interés de este planteamiento que dichas personas conozcan y vean el reflejo de ciertos rasgos de la identidad cultural de la zona norte en la señalética creada, para así crear identidades culturales que reflejen parte de la esencia de la zona en su señalética.

Luego, pensando en la identidad nacional, pero zonificada para sector norte del país, la pregunta que rodea a este planteamiento no es sólo ¿qué somos? sino también ¿qué queremos ser?, ¿Cómo ha sido el recorrido que hemos logrado en el tiempo? Y bajo esa evaluación ¿qué queremos conservar y proyectar en un futuro próximo mediante el turismo? O como plantea Jorge Larraín:

*“Una concepción adecuada de identidad nacional no sólo mira al pasado como la reserva privilegiada donde se guardan los elementos principales de la identidad; también mira hacia el futuro y concibe la identidad como un proyecto.” (Larraín, 2001)*⁶

Así las identidades se basan en elementos del pasado, aquella herencia cultural que nos une como individuos, pero ¿quién dice que lo depositado en el pasado es lo que se quiere representar para un futuro?, o como dice Jorge Larraín: *“no todo lo que constituye una tradición nacional es necesariamente bueno y aceptable para el futuro.”*

De esta manera es importante considerar que la identidad no es inmutable en base a sus orígenes en el pasado, sino que muy por el contrario, es un proceso de permanente construcción y reconstrucción, sin dejar de lado aquellas tradiciones que sí se quieran perdurar en el tiempo. Y ahí está el interés de este proyecto, en el rescatar los elementos del pasado que puedan contribuir a su revalorización en un futuro próximo, aquellos que ayuden a reflejar la esencia de la zona mediante un objeto (señalética) que proyecte, expanda y de a conocer rasgos de la identidad de la zona.

4. Larraín, Jorge. 2001. Identidad Chilena. Santiago : LOM, 2001. pág. 25.

5. Integración regional e identidad nacional: ¿Chile, país modelo? Larraín, Jorge. 2005. 161, Montevideo : Revista del Sur, 2005.

6. Larraín, Jorge. 2001. Identidad Chilena. Santiago : LOM, 2001. pág. 46.

1.3 IDENTIDAD CHILENA

Como hemos revisado, las identidades locales se conforman a partir de la unificación de las identidades individuales, así en un país no existe una sola versión de identidad, ya que sería pretencioso pensar en millones de personas que compartan cualidades, gustos, aspecto físico y hasta respuestas frente a determinados estímulos. De esta manera, probablemente la versión que se enmarca más en la “chilenidad” es la que más ha sido promovida, ya sea por libros de historia que nos enseñan desde pequeños, lo que dicen los medios masivos de comunicación o simplemente las comparaciones que se suelen hacer respecto a las diferencias que se tienen con los peruanos, bolivianos y otros países latinoamericanos, pero algo está claro, existe más de una versión verídica de lo que significa “ser chileno”. Al pensar en todo este espectro de diferencias culturales y sociales, sí existen elementos que unen a los chilenos, ya sea por zona territorial, cultura, tradiciones, habitantes y hasta el tipo de lengua en que se comunican, estos son los factores que se hace pertinente revisar para el proyecto:

Territorio

El territorio es un factor importante al hablar de identidad ya que determina un lugar geográfico común, para un grupo de individuos que lo comparten. Según la definición de la RAE: “Corresponde a la porción de la superficie terrestre perteneciente a una nación, región, provincia, etc.” (RAE, 2001)⁷. Con la cual podemos agregar el factor de pertenencia a este territorio, lo cual acentúa el valor de “lo propio” que ejercen sus habitantes en él. Este factor es de vital importancia en la investigación ya que Chile presenta características geográficas que lo hacen único como país. Al ser un país largo y angosto, presenta una amplia diversidad de climas, vegetaciones, desarrollo arquitectónico, entre otras cosas que derivan

en estilos de vida opuestos tanto en el extremo sur del país como en el norte, siendo el bosque y el desierto los actores más diferenciadores de ambos extremos. Esto se hace aun más relevante para la investigación en el sentido de que la señalética deberá considerar dichas particularidades del entorno del norte, de esta forma, el desierto configura una gama de colores, texturas, materiales, espacios y connotaciones que deberán ser consideradas para la creación de la señalética.

Lengua

La lengua en Chile se configura como un elemento muy característico de su identidad, destacando la pronunciación y el vocabulario utilizado en el habla coloquial, siendo este último un rasgo diferenciador entre otros países de América Latina.

Entre sus características principales se encuentran el seseo, que corresponde al aflojamiento u omisión de letras como la -s y la -d, en los finales de palabra o término de sílaba, por lo que es común escuchar: ¿Cómoehtá uhté? en vez de ¿Cómo está usted? o ¿Quéhdesubi()a en vez de ¿Qué es de su vida? Y tantas otras frases y palabras que se escuchan a diario, esto sumado a unir las palabras y hablar a un ritmo acelerado que muchas veces es inentendible para el español de otras naciones.

Por otra parte nos encontramos con un vocabulario que refleja la hibridación cultural que sufrió Chile en sus inicios, teniendo claros vestigios del mestizaje indígena-español, por una parte en el habla culto formal chileno, encontramos la mayor similitud con el español de España, ya que se produce una pronunciación adecuada de las palabras y no se utiliza mayormente el vocabulario propiamente chileno, pero por otra parte, en el habla coloquial, existe un amplio uso cotidiano de vocabulario de origen tanto quechua, como mapuche, pasando desapercibido

muchas veces su origen indígena, algunos de los ejemplos más comunes según (Oroz, 1966)⁸ son de:

- Origen quechua

Cocaví: provisión de víveres para un viaje

Chala: zapato rústico

Chupalla: sombrero tosco de paja

Chacra: granja

Guagua: niño de pecho (con derivaciones)

Guaso: rústico, campesino de Chile

Garúa: llovizna

Pampa: cualquiera llanura que no tiene vegetación arbórea

Cochayuyo: alga marina

Cóndor: especie de buitres

Chirimoya: fruto del chirimoyo

Papa: patata

Anticucho: trozos de corazón de vaca que se comen asados a la parrilla

- Origen mapuche

Cahuín: reunión de gente para beber y embriagarse; comentario, boche

Guata: panza, barriga

Un pichintún: un poco, una pequeña porción

Malón: asalto sorpresivo de los indios entre tribus enemigas

7. 2001. Definición. Diccionario de la Real Academia Española. [En línea] Octubre de 2001. [Citado el: 2 de Julio de 2010.] www.rae.es.

8. Oroz, Rodolfo. 1966. La Lengua castellana en Chile. Santiago : Universitaria, 1966.

gas. En la actualidad es el asalto pacífico de una casa, de un amigo, por ejemplo para organizar una fiesta.

En cuanto a los de origen mapuche, es común ver cómo, en pueblos y ciudades más al sur del país, se utilizan palabras de su lengua para nombrar pueblos, y otras cosas que generalmente pasan desapercibidos en un turista común, pero para los entendidos tienen un gran significado, como por ejemplo las siguientes:

Aconcagua: Lugar de gavillas.

Angol: Subida a gatas.

Caburga: Lugar escarbado.

Coyhaique: Grandes juntas o parlamentos.

Lonquimay: Bosque tupido.

Llanquihue: Lago perdido. Paraje escondido.

Mulchén: Gente del oeste.

Así nos encontramos con una amplia variedad del vocabulario utilizado en Chile que tiene su origen en los pueblos indígenas, este está tan internalizado como propio del español de Chile, que en muchos casos se desconoce su origen indígena. Pero esto es sólo el indicio de algo de mayor envergadura, y es que actualmente con la diversificación cultural y la globalización existe un desconocimiento progresivo de muchos de los conceptos y matices de lo originario del pueblo chileno. Si antiguamente era común saber ciertas cosas, con el tiempo se han ido perdiendo otras. Pero, ¿por qué mencionar esto y cuál es su relevancia para la investigación? en un comienzo se mencionó el interés por revalorizar ciertos aspectos de la zona estudiada que se estuvieran perdiendo por la falta de su comunicación visual en el entorno inmediato, ahora podemos atribuirle, en parte, ese efecto al abandono de comunicación de la identidad cultural originaria chilena. Un problema que podría resolverse con un buen manejo del turismo orientado a su revalorización, en otras palabras, lo que este proyecto busca. Pero este no es sólo un

sentimiento personal, revisemos la siguiente frase:

“Es precisamente en este período cuando se han visto emerger una enorme multiplicidad y variedad de estados nacionales: recuérdese tan solo que Naciones Unidas acoge más de 180 estados miembros. Pocas veces como ahora han surgido con renovada fuerza las identidades de las diferentes etnias y pueblos originarios. Se ha revalorizado la importancia de mantener su diversidad. Lo que antes se creía ver desaparecer hoy se valora como la riqueza de la humanidad.” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2002)⁹

Hoy en día la revalorización por lo originario es un sentimiento común, no es coincidencia que turistas extranjeros vengan a Chile y otros países de América buscando el contacto con lo indígena, que paguen por dormir en una ruca o por pasear por el Amazonas, es sabido que es un elemento que en países más desarrollados no existe y ellos buscan conocer a toda costa, por ello es importante revalorizar nuestro origen, internalizarlo, conocerlo y sobre todo difundirlo como propio de nuestra identidad, no sólo con un fin turístico, sino con el propósito de valorar la riqueza que tenemos.

Cultura

Por otra parte, tenemos a la cultura, que si bien ya hemos citado el concepto anteriormente, ahora lo precisaremos con una definición más acotada: *“Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (RAE, 2001)¹⁰*. De esta manera la identidad de una nación se ve afectada e influida por el entorno cultural que la rodea. En el caso de Chile esta comienza a forjarse con los pueblos indígenas que habitan el país en sus inicios, lo cuales se dedicaban a diferentes actividades como la caza, recolección, pesca, horticultura y pastoreo

lo cual estaba condicionado por su naturaleza sedentaria o nómada. Entre esas actividades se dividían los principales pueblos originarios chilenos: mapuches, changos, los aymaras, atacameños, diaguitas, rapanui, kawashkar, onas, entre otros. Luego con la llegada de los españoles, muchos de ellos fueron extinguiéndose poco a poco, adoptando su lengua, algunas costumbres, religión, el uso de las tierras, la introducción de la escritura, entre otras cosas que derivaron en una hibridación de la cultura existente, de la cual ahora sólo encontramos algunos vestigios arqueológicos en museos y lugares aun habitados por descendientes de dichos pueblos.

Con la llegada de los españoles también se introdujo el uso del caballo y con ello el origen de los huasos chilenos, por otra parte nos encontramos con la artesanía, monumentos históricos y naturales, en otras palabras todo el patrimonio cultural chileno (tema que desarrollaremos más adelante), también está la literatura y los importantes exponentes que han configurado a Chile como un país de poetas, aquí Gabriela Mistral, Pablo Neruda, Vicente Huidobro y hasta la más actual escritora Isabel Allende forman parte del repertorio chileno conocido en el mundo.

9. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2002. Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural. [En línea] 2002. [Citado el: 15 de Junio de 2010.] <http://www.desarrollohumano.cl/eleccion2002.htm>.

10. 2001. Definición. Diccionario de la Real Academia Española. [En línea] Octubre de 2001. [Citado el: 2 de Julio de 2010.] www.rae.es.

Por otra parte, actualmente, nos encontramos costumbres y tradiciones que se ven acentuadas en septiembre con la llegada del mes de la patria, que hace recordar el inicio del desarrollo de la cultura chilena propiamente tal, aquella que conservó los elementos del mestizaje y fue evolucionando hasta el día de hoy. Y es en esa fecha cuando se acentúan el valor por lo propio, el folklore, las comidas típicas, la cueca, juegos como la rayuela o el palo encebado tiñen la jornada de una identidad que en la cotidianidad pasan desapercibidos muchas veces.

Tradiciones

Ya hemos revisado parte de la cultura chilena, ahora es turno de las tradiciones que configuran el año chileno, según el diccionario de la RAE estas se definen así: *“Transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos, costumbres, etc., hecha de generación en generación.”* (RAE, 2001)¹¹. Definición de la cual rescatamos el hecho de ser una transmisión generacional, lo que implica una pequeña deformación con el tiempo, la desaparición de algunos rasgos y la pérdida definitiva de otros.

En el caso de Chile encontramos tradiciones de distintos tipos, entre las que destacan las fiestas de fechas conmemorativas y religiosas; asociados a juegos y gastronomía típica; carnavales; y finalmente tradiciones orales que incluyen una amplia variedad de dichos, mitos y leyendas que son conocidos y transmitidos a los niños desde pequeños. En cuanto a estas últimas se puede decir que su transmisión ha ido evolucionando, y si antes se hacía sólo de forma oral, actualmente también se han ilustrado las leyendas (Ilustración 1) y existen juegos como las cartas “mitos y leyendas” de las cuales los niños aprenden su significado jugando; así apreciamos una reinvencción de la forma de contar una tradición típica chilena, en un modo didáctico y lúdico que ayuda a mantenerlas vivas y a que no se pierdan en el tiempo.

Habitantes

Según la definición de la RAE, los habitantes son: *“Cada una de las personas que constituyen la población de un barrio, ciudad, provincia o nación.”* (RAE, 2001)¹². En base a esto se han agrupado en este ítem los diferentes tipos de habitantes que podemos encontrar a lo largo de Chile, ya sean condicionados por etnia o sector geográfico donde viven. Así podemos clasificar a los grupos presentes principalmente por su indumentaria diaria, la cual



1. Ilustración: Leyendas Chilenas; el trauco y la pincoya.

es fácil de reconocer. En la zona norte encontramos al aymara y atacameño, en el centro y sur del país al huaso, mapuche, pescador, chilote, pascuense y finalmente al ciudadano común influido por la cultura extranjera que se encuentra en su mayoría aglutinado en Santiago.

Ahora veámoslo en cifras:

“Un estudio posterior al censo de 1992 muestra que 234.541 personas viven en comunidades indígenas mapuches en el sur de Chile. La cifra no es menor, si se toma en cuenta que esas comunidades mantienen vivas su cultura, su lengua, su religiosidad y sus formas tra-

dicionales de vida. Son 53.508 hogares mapuches situados en el campo, en comunidades homogéneas, esto es, agrupaciones indígenas donde se reproduce día a día su cultura. Producto de la migración, la mayoría de los indígenas (79,2%) vive en las ciudades. Sólo en Santiago, se autoidentifican como mapuches 433.035 personas, representando el 10,6% de la población de la Región Metropolitana.

Junto a los mapuches, que forman el grupo étnico más numeroso en Chile, se encuentran los aimaras del extremo norte del país, que viven tanto en el altiplano como en las quebradas y, mayoritariamente, en Arica e Iquique; los atacameños de los oasis del Salar de Atacama en la Región de Antofagasta, y también pequeños grupos de quechuas y coyas. En el extremo sur, existen agrupaciones de kawashkar y yámanas, descendientes de los pueblos originarios del extremo sur de América. En el Pacífico se encuentra la Isla de Pascua con una población de cerca de tres mil personas, descendientes de la ancestral cultura polinésica de ese territorio insular.” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2002)¹³

11,12. 2001. Definición. Diccionario de la Real Academia Española. [En línea] Octubre de 2001. [Citado el: 2 de Julio de 2010.] www.rae.es.

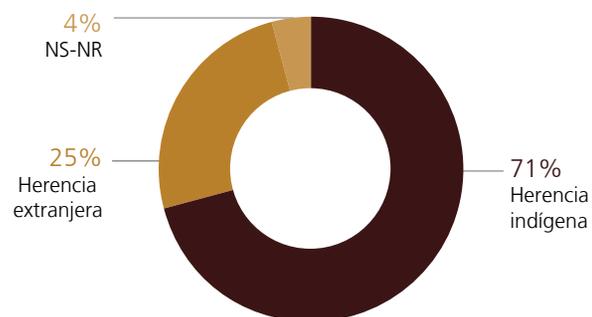
13. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2002. Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural. [En línea] 2002. [Citado el: 15 de Junio de 2010.] <http://www.desarrollohumano.cl/eleccion2002.htm>.

Como hemos revisado la etnia más numerosa es la mapuche, seguida por los aymaras y atacameños del norte, pero en sí no existe una versión única de cuál es el que representa mejor la identidad chilena ¿Será el huaso, el santiaguino de clase media o alta, el pescador, los mapuches o los aymaras? A decir verdad todos forman parte de la cultura chilena, y cada uno representa una identidad particular que hace tan diverso a nuestro país, la disyuntiva está en qué es lo que se quiere proyectar al extranjero como “lo chileno”, si acaso se quiere mostrar como un país desarrollado, dejará de lado las figuras indígenas, pero por el contrario si se quiere proyectar como un país diverso que logra incluir a las minorías originarias, valorarlas y entender que en cierta forma somos una mezcla de colonizadores con indígenas, ese contexto sí daría pie para el desarrollo de este proyecto, mediante una retrosección hacia los inicios proyectada en un futuro que los incluya.

1.4 CÓMO SE PERCIBE EL CHILENO

Ahora que ya hemos explorado el campo de la identidad chilena a modo general, podemos analizar desde otra mirada ¿cómo se perciben los chilenos? Y la siguiente encuesta (Cuadro 1) nos da algunos indicios. Como ya hemos mencionado la cultura chilena nace de dos corrientes que se hibridan para generala, una es la cultura extranjera más específicamente, la española o colonizadora y la otra es la cultura indígena u originaria compuesta por mapuches, aymaras, atacameños, entre otros pueblos. En base a esto, la siguiente encuesta arroja que los chilenos, a pesar de tener bastante influencia extranjera, en su mayoría se sienten más cercanos a tener una herencia cultural indígena que a una extranjera, por lo cual a nivel genérico, desde esta perspectiva, se haría pertinente el estudio de la herencia cultural o patrimonio chileno ligado a las culturas originarias chilenas.

TODOS SABEMOS QUE LOS CHILENOS SOMOS UNA MEZCLA DE DISTINTAS CULTURAS, UNAS INDÍGENAS Y OTRAS EXTRANJERAS, USTED SE SIENTE MÁS CERCA DE...



1. Cuadro: Encuesta Nacional PNUD, 2001.

Así los chilenos en general poseen una inclinación pronunciada hacia la pertenencia a la cultura indígena como factor de origen, lo cual favorece la base del desarrollo del proyecto planteado. Por otra parte, también es importante saber cómo se describen los chilenos a sí mismos, y cómo aglutinar eso en un sentimiento común, si es que es posible. Revisemos la siguiente información:

“A veces, “Nosotros los chilenos” se describen orgullosamente como acogedores y amigables. Como un país que funciona y progresa. En otras ocasiones, las del abatimiento, como flojos y dejados, sin respeto por los demás, chaqueteros y envidiosos. A ratos, como un pueblo valiente y aguerrido, pero en otros como un pueblo apocado y sin personalidad. Recordando epopeyas nacionales se afirma la existencia de una nación unida e integrada, y en otras circunstancias se piensa que Chile es un país que calla una parte oscura de su historia.

La ambivalencia es, en parte, el resultado normal de las

transformaciones. Las turbulencias han removido el fondo y aún no se logra ver clara la figura que emergerá. Pero es mucho más que eso, y también más problemático. Como se ha mostrado, el imaginario colectivo del Nosotros está debilitado seriamente. Y los imaginarios fragmentados y ambivalentes que resultan de las diversas experiencias del cambio son difíciles de recomponer en una imagen común.” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2002) ¹⁴

Así lo que se proyecta como la identidad chilena coincide con lo que sienten los chilenos de ella, una profunda fragmentación y diversidad de versiones que se unen en ciertas festividades, tradiciones y fiestas comunes para casi todo el colectivo de habitantes de Chile, pero que a simple vista le falta una cohesión profunda que de valor, orgullo y seguridad a los chilenos.

Para así llegar a lograr *“Un país con mejor autoestima, o sea, consciente de su memoria histórica y de sus logros, es un país con mayor confianza, más seguridad y menos miedo para emprender.” (La necesidad de Identidad, 2003) ¹⁵*

¹⁴. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2002. Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural. [En línea] 2002. [Citado el: 15 de Junio de 2010.] <http://www.desarrollohumano.cl/eleccion2002.htm>.

¹⁵. La necesidad de Identidad. Fundación Chile unido. 2003. 89, Santiago : Publicación, Corriente de opinión, 2003.

2. PATRIMONIO CULTURAL

Ahora que ya hemos revisado los aspectos esenciales de la identidad y la identidad chilena como tal, es necesario acotar aun más el tema de interés para esta investigación, de esta manera llegamos al patrimonio cultural, aquella herencia que se constituye como modeladora de la identidad cultural. Pero qué significa este concepto, qué incluye y cómo es en Chile, es lo que exploraremos a lo largo del capítulo.

“Patrimonio Cultural el conjunto de objetos tangibles que dan cuenta de nuestra memoria y definen nuestra identidad, tales como museos y sus colecciones, archivos, obras de arte, elementos o estructuras de carácter arqueológico, parques, edificios, materiales iconográficos, literarios, teatrales, cinematográficos y musicales, que tengan un valor excepcional desde el punto de vista histórico, estético, antropológico, etnológico, artístico y científico para Chile. También sumamos a nuestra definición el acervo de tradiciones, usos y costumbres, fiestas y formas de celebración que han configurado nuestra identidad y constituyen el patrimonio intangible.” (Corporación del Patrimonio Cultural de Chile, 2000) ¹⁶

Así nos encontramos con que el patrimonio cultural sea tangible o intangible constituye todo aquello que le da significación a nuestra existencia a través de los años, cada país tiene su historia, orígenes y personajes que dieron vida a su relato identitario. Es de interés de este proyecto ordenar y comunicar dicha existencia cultural mediante una buena organización de los espacios portadores de dicha información, para así enfrentar el caos generado en visitantes que por tratar de llegar de un punto

a otro pierden la satisfacción de haberlo hecho sin necesidad de preguntar o de buscar una señalización que no los lleva al lugar deseado, perdiendo así la posibilidad de disfrutar un lugar por lo que es y no desgastarse (aunque sea en un nivel mínimo) por problemas de señalización y circulación. Ahora revisemos qué tiene Chile para mostrar al mundo y a sus propios habitantes.

2.1 PATRIMONIO CULTURAL CHILENO

El patrimonio cultural chileno se compone de una gran variedad de objetos tangibles que encontramos de norte a sur del país, estos configuran parte importante de la identidad chilena y hace algunos años que se les está tomando el real valor que tienen, por lo que se han formado organismos de diferentes índoles que procuran su protección y resguardo para que prevalezcan en el tiempo y no sigan deteriorándose, tanto por factores naturales, como por la destrucción del hombre. Para contextualizar, hay que acotar que las categorías que se expondrán a continuación representan los tipos de lugares y/o monumentos que serían incluidos como parte del recorrido del sistema señalético. A modo general, estos se pueden agrupar en las siguientes categorías:

Monumentos históricos y naturales

Este ítem contempla tanto las construcciones hechas por el hombre, como aquellos atractivos naturales que conforman el paisaje de nuestro país (Imagen 1).

Al hablar de monumentos hechos por el hombre, se incluyen tanto los creados por culturas originarias u otros más contemporáneos, éstos se constituyen como un gran atractivo turístico por representar, en parte, la arquitectura e identidad del país, dentro de los cuales podemos encontrar: pucarás, moai, salitreras, observatorios, termas, entre otros atractivos. Por otra parte, existe una gran va-

riedad de patrimonios naturales, los cuales se configuran como el paisaje contenedor que condiciona la cultura desarrollada en cada zona del país, tanto por su clima, formaciones y actividades realizadas por sus habitantes, en él encontramos: volcanes, desiertos, lagos, salares, reservas naturales, santuarios de la naturaleza, cuevas, valles, entre otras riquezas de la naturaleza.

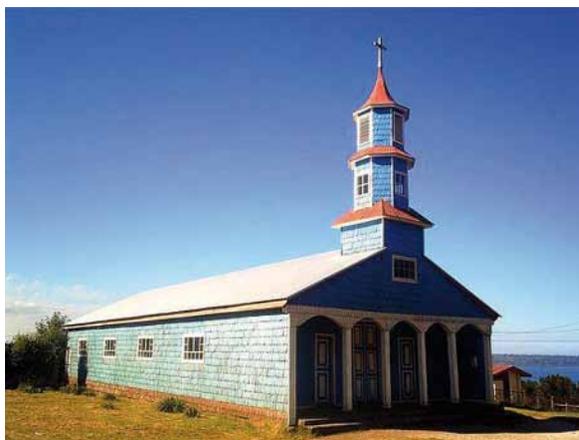


1. Imagen: Monumentos históricos y naturales chilenos.

16. Corporación del Patrimonio Cultural de Chile. 2000. Definición. Nuestro.cl, El sitio del patrimonio cultural chileno. [En línea] 2000. [Citado el: 2010 de Julio de 4.] www.nuestro.cl.

Iglesias

Si bien forman parte de los monumentos, se les ha considerado en un ítem aparte por su valor cultural. Es de saber que Chile es un país marcado por las religiones, siendo la católica la más numerosa. Por ello es común encontrar de norte a sur iglesias que datan de épocas antiguas y que representan una parte importante del patrimonio cultural chileno, así nos encontramos con iglesias como las de Chiloé (Imagen 2) declaradas patrimonio de la humanidad o las de San Pedro de Atacama que cuyos muros de adobe datan de 1774 (aunque han sido restaurados), así estas y muchas otras son construcciones consideradas monumentos nacionales y representan un atractivo turístico para el país.



2. Imagen: Iglesia de Chiloé.

Museos

Son los contenedores del patrimonio cultural e histórico del país, en ellos encontramos vestigios de nuestras culturas antecesoras (Imagen 3), de los pueblos originarios

y sus costumbres. Nos invitan a revivir la historia de una manera didáctica que organiza la información para que aprendamos y conozcamos nuestra cultura, así nos encontramos con museos comprometidos con la conservación y difusión del patrimonio cultural, como por ejemplo el Museo de Arte Precolombino que además de la muestra expuesta en el lugar, cuenta con numerosos estudios de los pueblos originarios chilenos, los cuales han sido publicados y están disponibles para quien quiera revisarlos. Por otra parte, en el extremo norte del país, encontramos museos como el Padre de Paige en San Pedro de Ataca-



3. Imagen: Museo Gustavo Padre Le Paige, San Pedro de Atacama

ma, el cual recopila vestigios arqueológicos e históricos de pueblos originarios de dicha zona, lo cual aporta a la construcción de la identidad del lugar, contextualizando la historia y proporcionando información cultural de sus habitantes originarios. Este último ejemplo grafica el trasfondo de este proyecto, el cual busca cohesionar todos los elementos del patrimonio cultural de la zona norte bajo un sistema señalético que una y de coherencia semántica a su identidad cultural, para así orientar a los visitantes y comunicar de una

manera adecuada y certera lo que identifica al chileno.

2.2 ARTE INDÍGENA

Existe un cuarto ítem perteneciente al patrimonio cultural chileno, el cual no se abordó junto con los anteriores por su alta relevancia para el proyecto; este es el arte indígena, el cual es un elemento característico de nuestras culturas originarias. Su relevancia está en que se utilizará como referente para la creación de la señalética, tomando en cuenta su sintaxis de la forma, morfología y cromatología. Su utilización se hace pertinente en el sentido de que la señalética resultante orientará, dirigirá y organizará el patrimonio cultural; mediante un sistema pictográfico basado en elementos del patrimonio mismo, lo que le dará ese rasgo identitario que buscamos. Así el arte indígena desarrollado por pueblos originarios de la zona norte se puede agrupar en las siguientes categorías: (las cuales serán analizadas con mayor profundidad cuando se inicie la etapa de diseño)

Alfarería

El desarrollo alfarero en Chile y sobre todo en la zona norte es un aspecto que se torna relevante para el proyecto ya que posee una riqueza gráfica que puede ser rescatada y revalorizada en la señalética a crear.

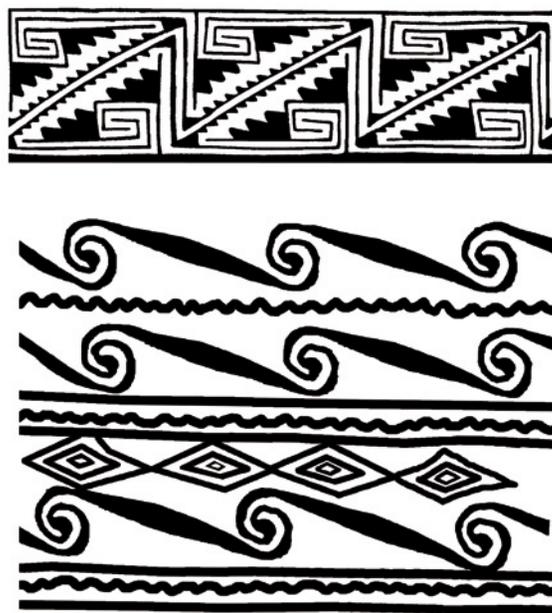
En ella los puntos, trazos, círculos, o bien formas más complejas, tales como: espirales simples o dobles logrados mediante líneas curvas o con sucesivos trazos decrecientes; triángulos; rombos escalonados; trazos en zigzag; etc. se configuran como la morfología base de la cual se estudiarán sus trazos, se clasificarán y normalizarán con el fin de plasmar aquellos rasgos característicos en un diseño apropiado para la señalética final; diseño que logre dar cuenta de la identidad de la cultura estudiada y que represente una clara transferencia signica entre los trazos

indígenas simplificados y los utilizados en el sistema pictográfico.

En el siguiente ejemplo de alfarería de la zona norte de Chile (Ilustración 2) da cuenta de cómo los trazos, al abstraerlos de su cromatología, configuran un sistema que se repite en las diferentes piezas; ya sean vasijas, jarros u otras. Ambas imágenes reflejan su pertenencia a una misma cultura, y a pesar de que no utilizan los mismos trazos y formas, sí conservan ciertos patrones como la secuencialidad y la utilización de espirales (rectos o curvos) que le dan la coherencia necesaria para producir una transferencia de signos que las unifique. Este último punto es muy importante en el desarrollo de sistemas y sobre todo



de sistemas señaléticos; ya que deben tener la coherencia semántica, pragmática y sintáctica necesaria para ser un sistema unificado que no presente fragmentaciones signílicas en la entrega de la información.



2. Ilustración: Interpretación de la morfología de cerámica diaguita del norte de Chile.

Petroglifos y geoglifos

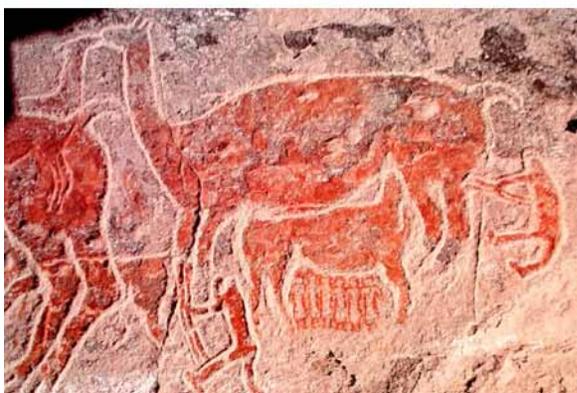
Los petroglifos son representaciones gráficas grabadas en rocas o piedras; y los Geoglifos figuras construidas en las laderas de los cerros, usando la adición de piedras en diferentes tonalidades. Ambas representaciones fueron hechas por los integrantes de pueblos originarios y son un claro antecedente simbólico, previo a la escritura y la comunicación como tal. En Chile existe una amplia gama de ellos, los cuales están dispuestos en diferentes lugares de la zona norte del país; siendo claros vestigios de la representación gráfica de la identidad y cultura de los pueblos originarios.

Su morfología se configura como un referente para la investigación, ya que al tener similitudes con el cuerpo humano y otras creaturas vivas (Imagen 4), se podrían rescatar ciertos rasgos para la creación del sistema pictográfico.

Como se dijo anteriormente, en este caso, el estudio de los petroglifos y geoglifos nos proporciona más que nada resultados de tipo morfológicos, ya que la cromatología se ve limitada al color de la piedra donde fue tallado y a la profundidad con que esto fue hecho, a diferencia de la alfarería que sí configura una gama cromatológica.

En ambos casos, podemos apreciar que el conocimiento y el valor agregado asignado (por gran parte de los chilenos) a este segmento del patrimonio cultural, es escaso. Su valoración en la mayoría de los casos se limita a una visita al museo o a su estudio en un libro de historia, pero no se encuentra totalmente internalizado como parte de la identidad chilena, a diferencia de otros símbolos culturales como la comida, juegos y otros tipos de tradiciones. ¿A qué se debe esto? Podría atribuirse a la falta de comunicación de los lugares donde fueron encontrados; a la falta de arraigo del chileno respecto a su cultura ori-

ginaria; o simplemente a un desinterés por parte de los chilenos de valorar su patrimonio cultural; aquel que los extranjeros pagan por venir a ver a nuestro país y que nos diferencia de otros.



4. Imagen: Petroglifos Alero de Taira

2.3 RELEVANCIA PARA EL PROYECTO

Ya hemos revisado en detalle los elementos del patrimonio cultural chileno y hemos notado que en muchos casos existe desconocimiento de su existencia y valor. En el

capítulo de identidad estudiamos cómo la globalización podía influir en la identidad cultural de un país al adoptar rasgos de otras culturas; pero hoy en el contexto del Bicentenario de Chile, más que perder nuestra identidad, hemos hecho una retrospectiva y mirada a los orígenes de nuestra existencia como país; con ello han aparecido iniciativas de diferentes índoles, por ejemplo las de la televisión, con programas y series que apuntan a valorar y a dar a conocer tantos aspectos de lo chileno que se han ido perdiendo con el pasar de los años. Con ello series como *Santiago no es Chile*, el próximo a estrenar *Algo habrán hecho por la historia de Chile* que data de héroes o personajes chilenos que lo dieron todo por el país, la serie documental *Pueblos originarios* que apunta a revalorizar un Chile más antiguo de 200 años que existe por un origen indígena que forjó el futuro del país; por otra parte tenemos a canal 13 con *Recomiendo Chile* un programa que busca promover y apreciar las bondades turísticas del país o la iniciativa *Todos uno* que promueve el forjar la identidad pensando en lo que queremos proyectar para el futuro. Así los ejemplos son muchos y el Bicentenario de Chile es la instancia perfecta para reconstruir nuestra historia en base a lo que un día fuimos y a lo que queremos ser.

Así como se afirma en la siguiente cita: *“Lo que somos hoy hunde sus raíces en el pasado. De ahí la necesidad de dirigir la mirada hacia los orígenes en busca de las claves que nos asistan en el entendimiento del hoy y en la articulación de un proyecto de país hacia el futuro.”* (La necesidad de Identidad, 2003) ¹⁷

En este contexto, sumado a la llegada del Bicentenario, se hace de vital relevancia plantear un proyecto que relacione la identidad nacional y la revalorización del patrimonio cultural mediante elementos comunicacionales. Así aparece la señalética, encargada de difundir de manera rápida y contundente la identidad que queremos proyectar

como país; aquella que, en vías de ser un país desarrollado incluya y valore sus orígenes como parte fundamental de su existencia y los reconozca como los forjadores en parte, de nuestra identidad. Así el diseño gráfico se perfilará como el actor fundamental que hará posible comunicar dicha identidad, **mediante un análisis pictográfico, cromático e identitario de la zona estudiada**; buscando así promover el desarrollo turístico del país, que es lo que revisaremos a continuación.

¹⁷ La necesidad de Identidad. Fundación Chile unido. 2003. 89, Santiago : Publicación, Corriente de opinión, 2003.

3. TURISMO

El turismo comprende las actividades que realizan personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período consecutivo inferior a un año, la cual se realiza con fines de ocio, por negocios u otros motivos; dicha actividad se asocia a un lugar geográfico y posee vinculaciones tanto económicas y sociales, como culturales. Actualmente representa una de las industrias con mayor proyección de crecimiento a nivel internacional, configurándose como una fuente de empleos que va en aumento conforme crece la industria en cada país.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo) en el 2010 se ha experimentado un crecimiento en el turismo a nivel internacional, como lo afirma a continuación: *“Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 7% en todo el mundo durante los dos primeros meses de 2010. De los países que han comunicado sus datos de marzo, todos han dado cifras positivas, lo que apunta a la continuación del ritmo de crecimiento actual.”* (Integrar el turismo en la agenda global, 2010)¹⁸

Teniendo esto en cuenta, el aportar al desarrollo del turismo en Chile sería pertinente ya que a nivel mundial e interno de Chile, las llegadas de turistas han aumentado con el pasar de los años; pudiendo con esto, aportar a la activación del país monetariamente.

Luego, con el fin de orientar el turismo en Chile, en el Decreto Ley N° 1.224 de 1975, se creó el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), definiendo sus funciones de la investigación, planificación, fomento, promoción y coor-

dinación de la actividad turística nacional. Este organismo estatal es el encargado de regular la situación actual de turismo en Chile; al que se deberá contactar en caso de llevar a cabo este proyecto, en conjunto con la municipalidad del lugar.

3.1 INTERÉS DEL TURISMO EN CHILE

El turismo en Chile se desarrolla en diferentes categorías; una representa lo que el país es y ofrece, la otra lo que los turistas buscan. A continuación revisaremos con un par de ejemplos, lo que caracteriza a las tres zonas del país.

Zona norte

Esta zona se caracteriza por combinar la riqueza de su paisaje natural con el arte indígena (Imagen 5) presente en la zona, aquí encontramos lugares característicos como lagos altiplánicos; el desierto de atacama y sus oasis; fiestas religiosas como la fiesta de la Tirana; un amplio desarrollo indígena plasmado en construcciones como pucarás, geoglifos alfarería, entre otros; todos lugares que se caracterizan por tener a habitantes aymaras y atacameños compartiendo espacios con los turistas. Así los podemos encontrar vendiendo artesanía típica de la zona, como: gorros, chalecos, entre otras cosas; que hacen de los lugares una mezcla entre paisaje y cultura. Y así nos damos cuenta que la identidad sí está presente, lo único que falta es lo que tanto hemos mencionado; una comunicación certera de ella. Quizás como chilena soy capaz de identificar más fácilmente los elementos antes mencionados; porque tengo conocimientos previos de nuestra cultura originaria, pero para el visitante que no los tiene, lo más probable es que se lleve una impresión diferente.

Así aquel turista que quiera conocer el lugar y conectarse con la esencia de los pueblos que los habitan, se verá frenado al no tener una orientación adecuada de qué es

todo lo que existe y cómo se conecta dentro del recorrido completo por la zona. Aquí las palabras de Frascara en sus notas del libro *Señal de Diseño*, le dan el sentido a este proyecto; graficando el placer que genera en un turista el recorrer un lugar pensado con diseño.



5. Imagen: Contraste entre la artesanía en las calles San Pedro de Atacama y los Geisers del Tatio.

18. Integrar el turismo en la agenda global. Revista de la Organización Mundial del Turismo. 2010. 2, 2010.

"Paseo por Ámsterdam. Entiendo el mapa de la ciudad, el de los trenes y sus horarios; veo a la distancia los nombres de las calles, el número de los tranvías, las cabinas de teléfonos y los buzones. La guía de teléfonos tiene más nombres por página (pesa menos, destruye menos árboles, es más fácil distribuirla). Distingo perfectamente los billetes de banco unos de otros. Entiendo los horarios de los museos, con números claros y organizados y los menús de los restaurantes escritos en los idiomas habituales. Me muevo por la ciudad orientándome, pero sin preocuparme por orientarme, solo gozando del lugar.

El placer de entender es, en parte, no notar que uno entiende. En muchos casos cuando mejor es el diseño, menos se lo ve: me siento en una silla, escribo con mi lapicera, consulto un mapa, manejo mi auto o miro la hora sin percibir conscientemente el diseño de estos objetos, excepto cuando me encuentro con algo mal diseñado. El mal diseño enerva, cansa. Me gusta encontrarme fresco ante las pinturas de Van Gogh, sin haberme perdido por las calles de Ámsterdam y llegar al museo después de la hora porque el horario era difícil de leer. El buen diseño me ayuda a llegar a lugares sin esfuerzo, sentirme cómodo, encontrar lo que busco, y ¿por qué no? de paso también gozar del diseño, y del placer de entender casi sin darme cuenta" (Frascara, 2009)¹⁹

Así, Frascara resume en palabras simples, que un buen planteamiento turístico basado en la incidencia del diseño en la vida cotidiana; provoca la satisfacción de visitar un lugar. Lo que a la larga se podría traducir en volver al lugar y hasta recomendarlo; aportando así al desarrollo turístico de la zona.

Zona Centro

Siguiendo con la zona centro, nos encontramos con habitantes más ligados a la descendencia española lo que se refleja tanto en el aspecto físico de sus habitantes, como

en su estilo de vida más influido por culturas extranjeras; a diferencia de las zonas centro y sur que poseen una mayor presencia indígena. Esta zona se caracteriza por representar el casco histórico y el desarrollo intelectual del país, ya que aquí se concentran los organismos gubernamentales que mueven al país. En ella encontramos un desarrollo arquitectónico (Imagen 6) tanto histórico, como contemporáneo; museos que recopilan vestigios de todo el país, no sólo de la zona que representan; y finalmente, también encontramos sectores como Valparaíso que relatan la historia de la ciudad en su patrimonio cultural, pero siempre desde una perspectiva más contemporánea a diferencia del norte y sur del país que se ligan más a la cultura indígena chilena.



6. Imagen: Plaza de Armas, Santiago.

En ella la imagen que los turistas se llevan, es la de un país más desarrollado, que tiene muchas similitudes e influencias de otros países, ya que ha sufrido los efectos de la transferencia cultural; lo cual no es malo, simplemente hace falta resaltar lo que nos caracteriza como chilenos y nos diferencia de otros países. Efecto que encontramos en países de Europa; lo que explica que países como

Italia, España o Francia, si tengan una identidad cultural marcada a pesar de que todos sean países desarrollados.

Pero en la zona centro también se encuentra la Isla de Pascua, destino que se constituye como uno de los más visitados de Chile, y que al igual que la zona norte y sur, también se encuentra plasmado de una carga de identidad cultural, en este caso, de la Rapa Nui (Imagen 7).



7. Imagen: Indígena Rapa Nui.

De esta forma, a pesar de que se ubique en un lugar alejado del continente, y de que posea una cultura muy distante de la del resto de la zona centro del país, podemos afirmar que existe a lo menos un tipo de cultura originaria en cada una de las zonas del país.

19. Frascara, Jorge. 2009. El placer de entender. [aut. libro] Ronald Shakespear. Señal de diseño: Memoria de la práctica. Buenos Aires: Paidós, 2009.

Zona Sur

Finalmente está la zona sur del país, la cual se caracteriza por la belleza de su paisaje natural (imagen 8), aquí encontramos una amplia gama de tonalidades verdes, glaciares, lagos, construcciones de palafitos, entre tantas otras cosas que le dan la esencia innata al lugar; por otra parte, existe un alto desarrollo del turismo aventura en zonas como Pucón, también canchas de esquí y una amplia gama de termas.



8. Imagen: Indígena Rapa Nui.

Actualmente se está desarrollando un incipiente trabajo de etnoturismo mapuche; aquel que vincula al turista con la vida cotidiana del pueblo originario, así encontramos ferias costumbristas como la Kui-Kui (luego será analizada) en las que pueden conectarse con sus comidas típicas, juegos y hasta visitar a una machi; lo cual he llamado incipiente, porque aun no está bien enfocado y es por ello que encontramos en estas ferias a los mapuches segregados, ocultos en su ambiente sin comunicarse con los visitantes, esperando a que lleguen solos, sin siquiera lograr una real conexión con ellos. En este mismo contexto, recuerdo una experiencia en la amazonia ecuatoriana

(Imagen 9); visitamos al pueblo originario de la zona, allí tuvimos una real conexión con ellos, estaban dispuestos a convivir con nosotros, a enseñarnos su cultura y costumbres; tan sólo llegando al lugar nos impregnábamos de su identidad a diferencia de lo ocurrido en la feria costumbrista Kui-Kui, la que se ve teñida por publicidad de empresas como savory o coca cola, ensuciando el entorno del etnoturismo. Así un desarrollo turístico no va sólo en implementar algo, sino en hacerlo bien y en pensar en todas sus aristas; pero por sobre todo un buen proyecto se inicia con una disposición de que funcione, pensando en todo lo necesario para que comunicacionalmente llame la atención y genere una buena experiencia de visita, elementos, que aun hacen falta en el etnoturismo mapuche.



9. Imagen: Contraste entre feria costumbrista mapuche y pueblo originario de la amazonía Ecuatoriana

A modo de ejemplo, en una experiencia personal con la artesanía de zona de Pucón; noté que la mayoría de las cosas son traídas de afuera, encontrándome así con artesanía típica ecuatoriana, lista para ser revendida como "chilena", una realidad triste, ya que teniendo tanto que mostrar, nos quedamos con la comodidad de traer lo que otros hacen. Así, los que realmente venden cosas originales de la zona utilizando el material típico, la madera; no son precisamente los que están en la calle principal, sino que se ubican en sectores más alejados, por lo que no todos los visitantes encuentran dichos mercados, quedándose con una imagen dispersa de qué es lo realmente chileno. ¿Por qué mencionar estos elementos? a decir verdad, de nada sirve implementar un sistema señalético o desarrollar un completo plan comunicacional ligado al turismo si es que no existe por parte de los habitantes del lugar un deseo de transmitir su cultura a terceros; debo dejar claro que mi intención no es cambiar la forma de pensar con este proyecto, sino que simplemente tomar como punto de partida ciertos aspectos que aporten al desarrollo del turismo en Chile.

3.2 ELECCIÓN DE LA ZONA

En base a lo anterior, notamos que el turismo ligado a culturas originarias tiene un desarrollo con un mayor potencial en la zona norte, que en la zona sur del país; esto debido a que en el caso de los aymaras y atacameños, al ser conquistados por los Incas, alcanzaron un mayor desarrollo que se refleja en sus construcciones, pucarás, artesanías, geoglifos, entre otras cosas; estos elementos ligados a un entorno natural con un atractivo innato, hacen ser a la zona norte del país, el lugar perfecto para implementar el plan piloto.

Luego, como ya se había mencionado, se escogerá una zona específica del la zona norte que cumpla con los requisitos de ser un destino turístico importante de la zona,

que presente una identidad cultural en vías de desarrollo comunicacional y que por sobre todo de pie para un desarrollo señalético en su entorno; allí se aplicará dicho plan piloto que sea expansible a las demás regiones de la zona.

Dentro de las localidades de la zona norte, encontramos una variedad de lugares aptos para su aplicación, pero la escogida es San Pedro de Atacama y sus alrededores, principalmente porque posee una alta carga identitaria del pueblo atacameño, que puede ser reforzada con un sistema señalético que logre organizar y comunicar lo que le falta; y porque asegura un flujo de turistas tanto extranjeros como nacionales, que ayudará a probar la universalidad de la señalética. A continuación se revisarán algunos aspectos generales, previos a la etapa de diseño; momento en que se analizarán en profundidad los elementos gráficos de la cultura atacameña.

3.3 SAN PEDRO DE ATACAMA (SPA)

San Pedro de Atacama es una comuna perteneciente a la provincia del Loa, fundada en 1450 y ubicada al este de Antofagasta. Se encuentra a casi 1.700 kilómetros de Santiago y a 160 kilómetros del paso internacional Jama (frontera con Argentina). Actualmente se le considera la puerta de entrada al desierto de Atacama, además de ser la capital arqueológica de Chile y la cuna de la cultura atacameña que hoy alberga a más de 2.500 habitantes aprox.

3.3.1 GEOGRAFÍA

San Pedro de Atacama (SPA) se encuentra en la cuenca del salar de atacama, rodeado de 4 cadenas montañosas (ilustración 3) que dan origen al gran atractivo natural de la zona. Por el este se encuentra la Cordillera de los Andes, en la cual residen volcanes que superan los 5000 metros como el volcán Licancabur y Lascar, este sector es el

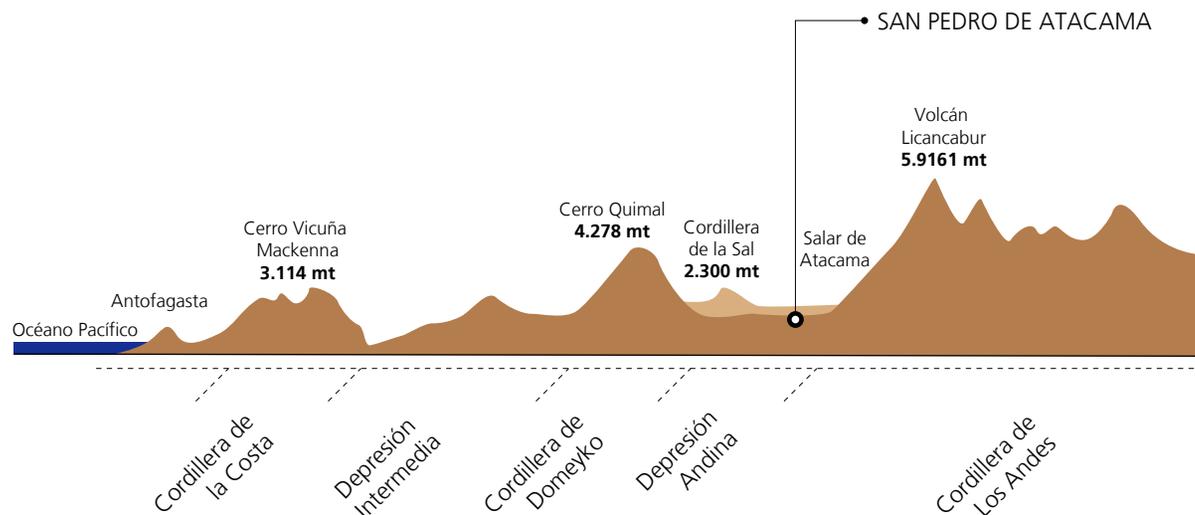
que da origen a los Geiser del Tatio y Termas de Puritama; al oeste, a 2300 metros de altura, se encuentra la Cordillera de la Sal, la cual se reconoce por la gran cantidad de interesantes formas minerales generadas por la erosión y el viento, dicho lugar es el que da origen a los conocidos Valle de la Luna y Valle de la muerte; más al oeste se encuentra la Cordillera de Domeyko, a 3300 metros de altura; para finalizar con la Cordillera de la Costa, la cual alcanza la mayor altitud a lo largo de Chile en esta zona.

Desde la alta puna, descienden varios riachuelos y quebradas que desembocan en el salar de atacama, en estos lugares altioplánicos es donde inicialmente, se establecieron los pueblos atacameños (hecho que revisaremos en mayor profundidad en los capítulos siguientes). Actualmente los ríos San Pedro y Vilama son los que circundan la zona y dan recursos hídricos.

En cuanto al clima, posee el denominado *desértico marginal de altura*, esto significa que durante todo el año existe una la oscilación térmica muy grande con temperaturas altas durante el día y frías durante la noche, fuertes vientos, gran radiación solar y escasas lluvias (35mm anual promedio). Además al encontrarse en medio del desierto más seco del mundo, producto de que al tener la Cordillera de la Costa a más de 2.000 Mt de altura, ésta no deja pasar la humedad de la costa hacia el resto del continente.

3.3.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

San Pedro de Atacama se caracteriza por ser un lugar con múltiples encantos; tanto naturales como culturales, a la espera a ser descubiertos por los miles de turistas que visitan el lugar. Algunos de ellos son reconocidos a nivel



3. Ilustración: Corte esquemático de la geografía de San Pedro de Atacama (desde el mar a la cordillera).

mundial y los más destacados son los que revisamos a continuación:

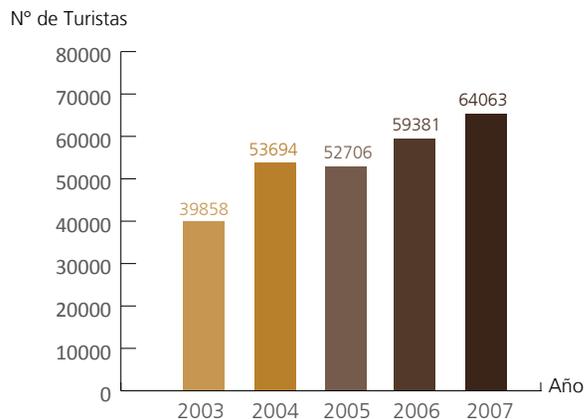
- Paseos por el pueblo
- Museo Padre le Paige
- Iglesia San Pedro de Atacama
- Valle de la Luna
- Valle de la muerte
- Termas de Puritama
- Geiser del Tatio
- Pucara Quito
- Ruinas de Tulo
- Salar de Atacama
- Laguna Chaxa
- Lagunas Altiplánicas

La tarea pendiente: lograr plasmar la identidad de dichos lugares en un sistema de señalética que genere una comunicación efectiva, revalorice ciertos rasgos de las culturas originarias presentes en el lugar y que aporte al desarrollo turístico de la zona mediante turistas satisfechos que sientan el placer de visitar la zona informadamente.

Flujo de turistas

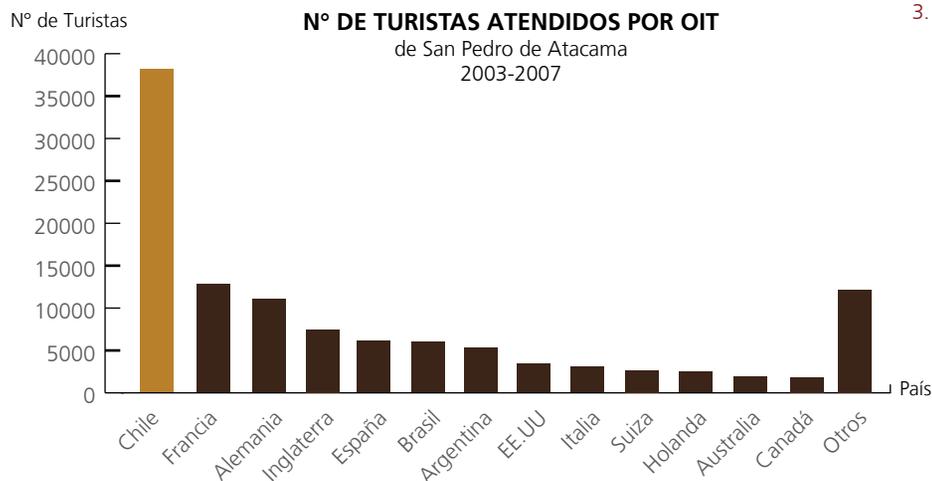
En los últimos años el turismo en Chile, y específicamente en San Pedro de Atacama, ha ido aumentando paulatinamente su afluencia de turistas (Cuadro 2). Actualmente atrae público de todos los continentes, siendo los más frecuentes (Cuadro 3): alemanes, franceses, ingleses y españoles; eso sin contar a los chilenos, que superan con creces las cifras de turistas extranjeros. Este es un sólido indicio de que la zona tiene una buena proyección futura en el ámbito turístico, siendo uno de los elementos que nos hace seleccionar la comuna para desarrollar el plan piloto del proyecto. Además la creciente demanda de turistas extranjeros, hace necesaria la creación de una señalética de carácter bilingüe.

N° DE TURISTAS
Comuna de San Pedro de Atacama
2003-2007



2. Cuadro: Compendio estadístico de la actividad turística regional. Región de Antofagasta.

N° DE TURISTAS ATENDIDOS POR OIT
de San Pedro de Atacama
2003-2007



3. Cuadro: Compendio estadístico de la actividad turística regional. Región de Antofagasta.

3.3.3 CULTURA SAN PEDRO O ATACAMEÑA

Al pensar en la cultura atacameña (imagen 10), de inmediato debemos situarnos en un contexto árido, caracterizado por un escaso recurso hídrico; un paisaje seco, con fuertes contrastes térmicos de altas temperaturas durante el día y bajas durante la noche; un lugar en donde las distancias entre los oasis son kilómetros interminables y donde la movilidad por diferencias de alturas son parte de la vida diaria. Es este el contexto que condiciona la vida y el desarrollo de la cultura atacameña, tal como lo revisaremos a continuación.



10. Imagen: mujer atacameña

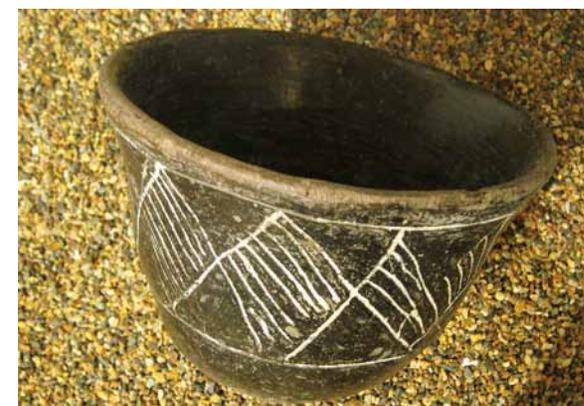
Sus antecedentes datan del 11.000 A.C, momento en que se perfila como la cultura que se ha denominado "San Pedro", que luego fue conocida como cultura atacameña, en ese entonces se desarrollaron los primeros cazadores-recolectores, estos debían trasladarse grandes distancias para poder obtener alimentos y materias primas para su subsistencia, se regían bajo el principio de que grandes diferencias altitudinales crean ambientes distintos con fauna, vegetación y climas opuestos, lo que provocaba que tuvieran constantes traslados interzonales para poder conseguir lo que buscaban. Ya en el 4.000 A.C se especializan en la caza y la recolección de frutos

del chañar y algarrobo, además de la utilización de sus maderas, así, logran encontrar mejores lugares de abastecimiento a menores distancias. Esto se materializa en el surgimiento de los primeros poblados aledaños a las quebradas de los ríos; es en este momento cuando comienzan a realizar excursiones de caza, con instrumentos como puntas y dardos más especializados. Luego entre el 2.000 y 500A.C se alternan la caza, con el pastoreo, en



11. Imagen: animales domesticados, la llama.

esta época ya se hace común la práctica de domesticar animales, como llamas, vicuñas y guanacos (imagen 11). Es sólo en el 500 A.C que surge la cultura atacameña como tal, constituida en las zonas de las desembocaduras de los ríos que bajan al salar; aquí diferentes poblados aledaños al río San Pedro, desarrollan el regadío y transforman los oasis en áreas de cultivos. Sus principales cultivos eran: maíz, porotos, zapallos, calabazas, ají, papa. Paralelamente a esto, se va gestando el desarrollo artístico de la etnia en cerámicas y petroglifos; en sus inicios la primera cerámica roja y negra pulida sólo respondía a necesidades domésticas, pero posteriormente se fue impregnando de un estilo gráfico (imagen 12), con decoraciones grabadas de diseños geométricos (que revisaremos posteriormente en la etapa de diseño); y por otra parte encontramos, el diseño de los petroglifos que correspon-



12. Imagen: cerámica atacameña.

de a la expresión de lo que estaban viviendo, siendo muy recurrentes las figuras de camélidos irregulares. La cultura se siguió gestando incluso hasta después de la llegada de los Incas al territorio. Tal fue la integración de los incas que los atacameños aprendieron la nueva lengua, quechua, sin dejar de lado su habla originaria el Kunza.

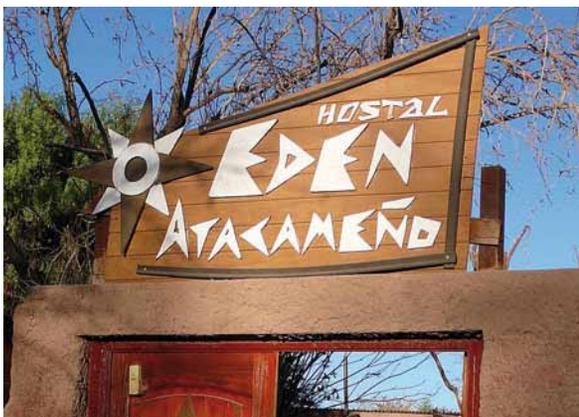
"La ocupación incaica fue evidentemente más política que cultural, ya que se fundamentó en alianzas con las autoridades atacameñas, las cuales estaban preparadas para este entendimiento a raíz del tráfico multiétnico que existía desde antes." (Le Paige, y otros, 1978)²⁰

Diferente fue el caso cuando llegaron los españoles en el

20. Le Paige, Gustavo, Bittmann, Bente y Nuñez, Lautaro. 1978. Cultura Atacameña. San Pedro de Atacama : Ministerio de Educación, 1978.

S XVI, en ese entonces los atacameños dejaron sus aldeas para refugiarse en el pucará de Quito, lugar donde se defendieron con flechas y piedra del enemigo; el cual con un mayor poder armamentista y caballos logró derrotarlos, conquistarlos e instalar sus costumbres y religión en un pueblo que terminó por obedecer tras la muerte de muchos de sus líderes.

En la actualidad se puede encontrar a los atacameños viviendo, en su mayoría, en poblados a las afueras de SPA, en sus antiguos Ayllus o comunidades, conservando sus costumbres y vida tranquila; otros, han optado por aprovechar el turismo y las oportunidades que ofrece la zona (imagen 13); instalando agencias de etnoturismo, hostales o restaurantes. Por otra parte, tienen una participación activa, en conjunto con la CONAF, de la administración de los lugares turísticos; lo que ha ayudado a su conservación y protección.



13. Imagen: Hostal atacameño.

4. COMUNICACIÓN

Ahora que ya hemos revisado aspectos claves para el proyecto como la identidad chilena, patrimonio cultural y el turismo en la zona escogida, podemos empezar con temas netamente de diseño, partiendo con la comunicación. Esta se configura como el motor que mueve al diseño; así al pensar en el diseño, lo concebimos como un discurso productor de sentido que va de la mano de la comunicación y si de comunicación se trata, el diseño es la mejor herramienta para comunicarla.

4.1 DEFINICIÓN COMUNICACIÓN

En un principio se buscó definiciones que aportaran todo lo que comunicación implica y cómo esto influye en el diseño; pero al hacerlo, sólo nos encontramos con imprecisiones que daban pie a la subjetividad y a la reinterpretación de lo leído, empecemos por desmenuzar lo hallado.

Primera definición

“Acción y efecto de comunicar o comunicarse. Trato, correspondencia entre dos o más personas. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.” (RAE,2001)²¹

Esta definición nos aporta los siguientes conceptos generales: Existen dos partes implicadas en el proceso, de las cuales ambas poseen un código común, el cual se transmite mediante señales. Ahora veamos ampliada la importancia de dicho acto de comunicación aplicado al diseño gráfico con la siguiente definición.

Segunda definición

“Es el acto por el cual una persona que conoce un hecho perceptible asociado a un cierto estado de consciencia a saber un deseo de colaboración, realiza este hecho para que otra persona reconstruya en su propia consciencia el deseo de la primera persona.” (Cortés, 2007)²²

Desglosemos esta definición: Existe una primera persona (o parte, ya que puede tratarse de un acto masivo de comunicación) con una intención de transmitir algo que conoce, esto que conoce se materializa en un hecho perceptible, el cual al tener un vínculo estrecho con lo material (colores, sonidos, formas, etc.) hace que una segunda persona lo reconstruya en su mente a partir de lo que percibe y de tener la intención de percibirlo (deseo de colaboración). Por otra parte, lo perceptible se asocia a un estado de consciencia de la primera persona, en otras palabras, a lo que quiere transmitir, así, podría considerarse al hecho perceptible como un vehículo transportador de sentido, ideas, emociones, etc. que por lo general se encuentran asociadas a una convención o códigos comunes entre ambas partes, es decir, un fenómeno de índole cultural que hace posible la transferencia de significados con correspondencia.

A partir de esta segunda definición aclararemos varios puntos referentes al diseño gráfico aplicados a un caso específico. Supongamos un acto de comunicación por medio de un objeto gráfico cualquiera, estos, al no contar con la presencia de ambas partes, poseen una primera parte (diseñador) que debe materializar lo que busca transmitir en un hecho perceptible (una señalética por ejemplo) la cual tiene un contenido específico; este será decodificado por una segunda parte que deberá reconstruir lo percibido (en la medida que el diseñador haya empleado los códigos correctos para esa persona o grupo específico); y recibir el mensaje; finalmente, si dichos có-

digos no fueron los correctos, lo más probable es que la comunicación no sea efectiva. Así nos encontramos con una infinidad de diseños que por no centrarse en el contenido del mensaje priorizan lo estético y no cumplen su función principal, comunicar.

Pero aún quedan puntos abiertos, y es que “reconstruir en la consciencia de otro” puede jugar en contra en el momento de la decodificación, en el sentido de que el receptor no interprete lo que el emisor quería transmitir. En este caso cabe precisar que el diseño debe aspirar a la monosemia, ya que la polisemia abre paso a la reinterpretación por parte del receptor, lo que sería crítico para el diseño de señalética que buscamos y su entendimiento eficaz.

Tercera definición

“La comunicación puede ser metafórica por el “encuentro” y comunicar puede serlo por “encontrar”. Comunicar es una acción que pretende hallar lo que uno busca y lo que no busca. De signos trata la comunicación y con signos trata el diseño.” (Sexe, 2001)²³

21. 2001. Definición. Diccionario de la Real Academia Española. [En línea] Octubre de 2001. [Citado el: 2 de Julio de 2010.] www.rae.es

22. Cortés, Claudio. 2007. Apuntes Curso Teoría de la comunicación, . [aut. libro] Erick Buysens. Las langages et les discours. Universidad de Chile : Escuela Diseño, 2007.

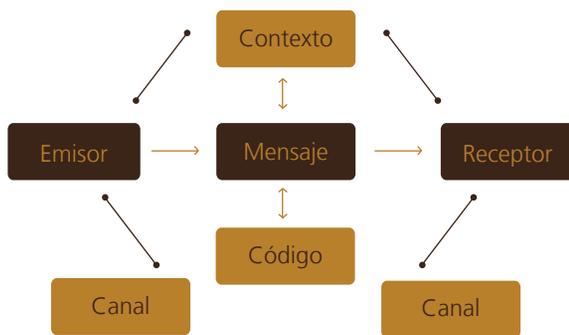
23. Sexe, Néstor. 2001. Diseño.com. Buenos Aires : Paidós, 2001. Pág 74,75.

Esta definición más moderna concreta las anteriores de manera simple: La comunicación es un encuentro entre dos partes y comunicar es encontrar, es decir, coincidir dicha parte con la otra. Luego, Comunicar es una acción que produce efectos, en otras palabras hallar lo buscado y también lo inesperado. Finalmente, los signos (que luego analizaré) son la inseparable unión entre diseño y comunicación. Así, nuestro sistema señalético deberá hacer coincidir el diseño y sus características gráficas, con lo que buscan hallar los turistas para su recorrido y orientación.

4.2 MODELO DE LA COMUNICACIÓN POR R. JAKOBSON

Roman Jakobson propuso un modelo de la comunicación simple que se organiza en base a la relación de 6 elementos entre sí, los cuales están relacionados de manera intrínseca.

Dice Roman Jakobson: *“El hablante o emisor envía un mensaje al oyente o receptor; para que sea operativo este mensaje requiere un contexto al que el mensaje se refiere, es decir, un referente; requiere un código común a hablante y oyente y por último un canal de transmisión que permita a ambos entrar y permanecer en comunicación.”* (Lingüística y poética, 1981)²⁴



Si traducimos esto a al campo de la señalética a crear tendríamos lo siguiente: Existe un elemento gráfico, la señalética, que actúa como el emisor al enviar un mensaje de orientación o dirección al turista o receptor; dicho mensaje se refiere a un contexto, es decir, la circulación organizada de los visitantes mediante una señalética en San Pedro de Atacama; esta requiere de un código gráfico común entre el turista y el diseño de la señalética para ser entendida; y finalmente necesita de un soporte material o canal que mantenga la comunicación, en otras palabras, el sistema señalético mismo. Así el modelo de la comunicación queda completamente aplicado a nuestro tema de estudio.

4.3 SIGNOS

Ahora que ya revisamos la comunicación y su relación con el diseño en un ámbito general, veamos su unidad operativa, los signos.

“El diseño y la comunicación comparten una raíz subyacente: estudian, operan, se desarrollan, con signos.” (Sexe, 2001)²⁵

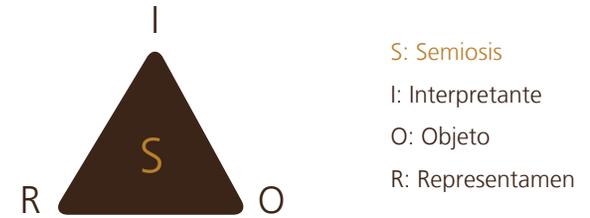
Estos, pueden ser explicados desde la perspectiva de la semiología y de la semiótica, siendo esta última en la que nos basaremos, por tener un desarrollo analítico más específico para el diseño.

4.3.1 DEFINICIÓN SIGNO

“Un signo representa la idea que produce o modifica. Es un vehículo que transmite a la mente algo desde afuera. Aquello que representa de llama su objeto; aquello que transmite, su significado y la idea que origina, su interpretante.” (Pierce, 1987)²⁶

Semiosis (cuadro 4)

Proceso de constitución de un signo en la mente de un intérprete para ser decodificado.



4. Cuadro: Esquema de semiosis

Representamen

Instancia de la representación, lo que representa.

Objeto

Instancia de lo referencial, aquello que el representamen expresa.

Interpretante

Son los códigos de los que se dispone para la interpretación de los signos. Es la relación entre el representamen y su objeto.

Intérprete

Persona o mente de ella que interpreta un signo.

24. Lingüística y poética. Jakobson, Roman. Madrid : Cátedra, 1981.
 25. Sexe, Néstor. 2001. Diseño.com. Buenos Aires : Paidós, 2001.
 26. Pierce, Charles. 1987. Obra lógico semiótica. Madrid : Taurus, 1987. Pág 339.

Interpretación

Acto personal de nuestra conciencia que consiste en decodificar los signos según los repertorios que se posean. Es la capacidad de manejar los conectores que encadenan a un sistema.

4.3.2 RELACIONES ENTRE EL SIGNO Y SU OBJETO

Esta relación se basa en la forma en que un medio designa a un objeto, pero antes de revisar a las relaciones establecidas por Pierce, debemos aclarar que objeto es un término genérico que se puede referir tanto a una cosa, como a una persona o simplemente un constructo (concepto).

Ícono

(Del griego eikón: imagen). Este relación signo-objeto se estable en virtud de que el signo reproduce sus características propias. Entre el ícono y el referente que reproduce existe una o varias cualidades en común, es decir existe una correspondencia entre el objeto físico y el construido. Un objeto puede tener tanto rasgos propiamente icónicos como no propiamente icónicos. Por ejemplo: En un aviso de un auto en venta, la forma sería un rasgo propiamente icónico y el tamaño uno no propiamente icónico ya que no es una reproducción de la realidad concreta, pero si la reproduce a escala.

Índice

El índice se encuentra en una relación de contigüidad existencial con el objeto denotado. De esta manera, el índice coexiste con el objeto que representa ya sea simultánea, anterior o posteriormente a lo que está indicando, por lo que se califica como causal y directo.

Bajo estas características son ejemplos de índice: Una flecha indica una dirección a seguir, un trueno indica que

lloverá, el humo de cigarro indica que alguien está fumando o fumó, entre otros.

Símbolo

(Del griego symbalein: convención) Esta relación se funda sobre la base de que un símbolo tiene la capacidad aglutinante de reunir significados en un objeto, por lo cual se necesita de un repertorio específico para decodificarlo de manera correcta; y dichos repertorios responden a una convención cultural.

Por ejemplo: En el desarrollo pictográfico de una señalética, una cruz puede tener una carga icónica marcada ya que reproduce el objeto de designa, en cuanto a sus rasgos característicos; pero también tiene una alta carga simbólica ya que representa distintos discursos dependiendo del tipo de cruz, en ese caso puede ser asociada a una religión, hospitales, etc. y dependiendo del repertorio que tenga intérprete será lo que decodificará.

4.3.3 DIMENSIONES DE LA SEMIOSIS (Morris, 1985)²⁷**Dimensión semántica**

Es la relación entre el signo y lo que porta como significado o su red de significados referentes un fenómeno. Aquí nos encontramos con los repertorios de signos que aportan a la significación de los signos, es decir, lo que representan o designan en una determinada situación, bajo una determinada cultura. Se pueden encontrar elementos con polisemia cultural como por ejemplo los colores que representan diferentes conceptos o ideas dependiendo de su uso y contexto.

Dimensión sintáctica

Es la relación de los signos entre sí, determina las relaciones pertinentes a un sistema de significación. Es el orden

y relación que existe entre los signos a la hora de decodificar algo como un sistema e interpretarlo como coherente.

Dimensión pragmática

Es la relación que existe entre los signos y sus intérpretes. Es la recepción y su efecto en el usuario. Depende de las condiciones en que se encuentre el receptor, el espacio, alturas, el flujo de gente, etc. En general es todo lo que sea externo al signo y condicione el momento interpretativo en cuanto a la relación del signo con el potencial receptor.

De esta manera los signos se configuran como la unidad esencial que relaciona la comunicación y el diseño. Es por ello que será labor de este proyecto el crear signos asociados a un sistema pictográfico, que logre ser decodificado universalmente por los turistas que visiten la zona; teniendo especial cuidado en sus dimensiones pragmática, sintáctica y semántica para no caer en un diseño errado. Ahora, siguiendo con el esquema, revisaremos la señalética y sus características asociadas para llegar a un buen diseño enfocado en el usuario.

27. Morris, Charles. 1985. Fundamentos de la teoría de los signos. Barcelona : Paidós, 1985. Pág 23-69.

5. SEÑALÉTICA

Teniendo claros los conceptos de comunicación y signos, ya podemos acotar el proyecto su materialización; la señalética. Partiremos revisando la definición básica de señalética, en conjunto de sus conceptos claves; para así tener una base que nos permita profundizar en los elementos importantes y condicionantes del diseño de la señalética a crear.

5.1 DEFINICIONES

Señalética

“El sistema de comunicación espacial no verbal en el que los enunciados son representados por signos y símbolos visuales (los mensajes) inscritos en sus soportes materiales (las señales).” (Costa, 1987)²⁸

“Señalética es la disciplina proyectual de diseño de comunicación visual que tiene por objeto hacer inteligibles y fácilmente utilizables los espacios de acción de los individuos. La señalética es un medio de información y forma un triángulo interactivo con la arquitectura (espacios, flujos de personas, desplazamientos) y con la logística de los servicios (itinerarios, puntos de información, gestión).” (Costa, 2007)²⁹

Con esto confirmamos lo expuesto en capítulos anteriores; la señalética es la solución que buscamos para mejorar la comunicación de la identidad cultural de las zonas de Chile; ya que relaciona al turista con un itinerario a seguir; el cual ha sido condicionado por las pautas entregadas por la señalética; y que nos ayudará a generar el grado de satisfacción que buscamos en los turistas, ligado a un conocimiento de la identidad de la zona. A conti-

nuación revisemos cómo debe ser dicha señalética para ser efectiva.

5.2 CARACTERÍSTICAS DE LA SEÑALÉTICA

(Costa, 2007)³⁰

Universal

Debe ser clara y precisa, para no dar pie a confusiones semánticas independiente de quien sea el receptor (involucrando edades, cultura, sexo, ocupación)

Instantánea

Debe dar solución en un tiempo breve a la necesidad de información implicada.

Efímera

Cada individuo la olvida en el mismo instante que capta la señal y la utiliza. Según Joan Costa, la señalética funciona por la ley “pequeñas causas, grandes efectos.”

Específica

Sirve para una necesidad puntual en el tiempo y espacio, aquello que sólo este sistema de lenguaje es capaz de comunicar y singularizar. Donde termina su especialización comienza la de otros sistemas de lenguaje.

En el caso de esta investigación, la señalética será específica para la zona norte del país y aplicada como plan piloto en San Pedro de Atacama, lugar que tendrá tal correspondencia con su gráfica que la hará singular sólo para esa locación.

Autodidáctica

La relación de los individuos con las señales informativas es de carácter lógico-intuitivo es por ello que cuando las soluciones señaléticas han sido perfectamente resueltas la participación autodidacta se hace más clara, ya que la elección de sus acciones no solo respondieron a un acto motivacional sino que fueron el hilo conductor de su ac-

tuar. Lo que se traduce en una microsatisfacción a nivel de experiencia de usuario.

5.3 TIPOS

Ahora que ya conocemos sus características principales, veamos en palabras simples cómo se clasifican de acuerdo al objetivo que quieran generar en el usuario:

Informativas

Se sitúan en cualquier lugar del entorno y nos informan por ejemplo de horarios o servicios que se presten en el lugar.

Orientadoras

Tienen como función el situar al visitante en un entorno general, ejemplo de ello son los mapas o planos de ubicación.

Direccionales

Son el instrumento específico para la circulación y su función es dirigir o prohibir el tránsito durante un recorrido. Ejemplo típico de ellas son las flechas

Identificativas

Son el cierre de un recorrido y su función es confirmar la ubicación de un lugar e identificarlo como tal.

28. Costa, Joan. 1987. Señalética, enciclopedia del diseño. Barcelona : Ceac, 1987. lingüística y poética. Jakobson, Roman. Madrid : Cátedra, 1981.

29-30. Costa, Joan. 2007. Señalética Corporativa. Barcelona : Costa Punto, 2007.

Reguladoras

Son para prevenir al usuario de diversos peligros; ya sea prohibiendo o restringiendo ciertas acciones.

Ejemplificación de un sistema

Para ejemplificar los tipos de señalética antes expuestos, se analizará un sistema de señalética que las pone en práctica mediante un buen diseño.

La escogida es la señalética del Zoológico Temaikén, ubicado en Argentina y realizada por Diseño Shakespear, un estudio de diseño argentino, liderado por el diseñador Ronald Shakespear; quien en sus años de carrera ha desarrollado una amplia gama de proyectos de señalética en espacios públicos, es por su vasta experiencia que he seleccionado el zoológico de Temaikén como un buen ejemplo de señalética que refleja la identidad del lugar.

Este posee un sistema señalético (imagen 14) que incluye todos los tipos de señalética antes mencionados y además cumple con sus funciones específicas de una manera acertada; la primera imagen corresponde a la imagen corporativa del parque, que nos da las pautas del estilo gráfico e identidad del zoológico; la segunda a la señalética de tipo orientadora, que sitúa al turista en el contexto general del parque y lo ayuda a hacerse una imagen de lo que viene; la siguiente representa una señalética direccional, aquella que dirige al visitante en su recorrido y lo ayuda a tomar decisiones en puntos claves; finalmente se encuentran la identificativa que confirma la ubicación que se predijo que venía con las dos señaléticas anteriores y la señalética informativa que comunica al visitante de lo que hay en ese sector, mediante información específica de él. De esta manera la señalética posee un recorrido que finaliza en una señalética identificativa, lo que hace que se cierre el sistema y se constituya como uno completo; no dando pie a vacíos comunicacionales.

En cuanto al diseño, el sistema completo se integra con el espacio que lo rodea, de tal manera que no grita ni tampoco pasa desapercibido, esto gracias a una morfología y cromatología que transmiten la identidad del parque y que además es acorde al público objetivo, los niños. Así, al considerar la antropometría del usuario; se logra que el sistema interactúe y sea entendido por el niño de una manera diseñada para él.



TEMAIKÉN



14. Imagen: Sistema señalético del zoológico Temaikén

ción lo unos con los otros?

- ¿Implica el pictograma una correcta jerarquización de la percepción?
- ¿Los elementos más importantes son percibidos de modo inmediato?
- Los elementos básicos de los pictogramas, ¿pueden ser sistemáticamente aplicados a diferentes necesidades expresivas para formar otros pictogramas necesarios?
- ¿Están los pictogramas de la serie formalmente en relación estrecha unos con otros configurando una unidad estilística?

Dimensión pragmática

Relaciona el pictograma con sus usuarios.

- ¿Puede ser visto el pictograma con facilidad?
- ¿Es fácil de reproducir?
- ¿Puede ser ampliado o reducido de tamaño sin que por ello pierda legibilidad?
- La visión del pictograma, ¿está perturbada por malas condiciones de la iluminación o por la presencia de los estímulos del entorno?
- ¿Resiste la visión oblicua sin deformarse?
- ¿Permanece legible a lo largo de la escala media de distancias de visión?

En resumen, un punto de vital importancia a la hora de crear un sistema pictográfico es que sus componentes estén en una misma línea, en pertinencia con el usuario al que va dirigido según sus repertorios sgnicos; respetando las relaciones sintácticas que den pie a un sistema coherente y cohesionado. En cuanto a la dimensión semántica se hace más pertinente el uso de íconos que de símbolos, ya que un ícono reproduce un algo, mientras que el símbolo representa ese algo, dejando la universalidad del sistema de lado y abriendo el camino a la polisemia, lo cual

está errado. En cuanto a la dimensión pragmática será indispensable conocer las características de un usuario promedio para definir las pautas de instalación y creación.

5.4.2 TIPOGRAFÍA

Lo mismo que en el caso anterior, la tipografía debe ser clara y precisa; no debe admitir confusiones entre caracteres tipográficos, independientemente de la distancia a la que uno se encuentre. Según Joan Costa, *“una forma es más sencilla y más pregnante mientras menos grafemas tiene”* (Costa, 2007)³¹, bajo estas premisas recomienda el uso de tipografías de palo seco o lineales y del tipo regular en vez de las condensadas o expandidas, esto por tener una mayor obertura de las formas circulares de los caracteres, lo que las hacen más legibles. (cuadro 5)

Por otra parte, recomienda el uso de la caja alta solamente cuando se trata de frases de 1 o 2 palabras cortas, ya que al estar inscritas en una forma regular su estructura uniforme hace más difícil la legibilidad, en cambio si se combinan las estructuras de caja alta y baja, se contribuye a una caracterización de las palabras propia de los caracteres que bajan o sobrepasan la línea de lectura. De esta manera, el autor afirma que: *“la visión rechaza el exceso de uniformidad (todo en mayúsculas) y también el exceso de signos.”* (Costa, 2007)³²

FRUTIGER	—	Frutiger 95 Ultra Black
FRUTIGER	—	Frutiger 55 Roman / caja alta
Frutiger	—	Frutiger 55 Roman / caja baja
Frutiger	—	Frutiger 57 Condensed
Frutiger	—	Frutiger 45 Light
Frutiger	—	Frutiger 47 Light Condensed

5. Cuadro: Familia tipográfica y versiones.

Las tipografías comunes recomendadas para el uso señalético son: Frutiger, Univers, Optima, Antigua Oliva, Helvética; por su alto grado de legibilidad. Pero por lo mismo, su uso ha sido abusado y son demasiado comunes en el ámbito de la señalética, por lo que sería óptimo encontrar una tipografía que sea legible y además innovadora.

Así, la tipografía no sólo debe responder funcionalmente desde el punto de vista de la legibilidad, sino que también tiene una carga connotativa e identitaria fundamental a la hora de representar una señalética, carga que permitirá singularizar el sistema de otros e impregnarlo de las cualidades del lugar en el que está situado.

5.4.3 COLOR

Representa el elemento con más libertad de creación, esto por la capacidad connotativa innata del color, el cual es decodificado con una mayor rapidez que las formas antes analizadas, como el pictograma y la tipografía.

Según Joan Costa, su elección depende de: *“La amplitud del formato de las señales, de la cantidad de las mismas y del dinamismo del lugar”*. (Costa, 2007)³³ Acota también que se debe tener especial cuidado en usar colores más contrastados en lugares donde el flujo de gente sea mayor y requiera de una mayor presencia visual de la señal para ser percibida y, por el contrario, no usar colores muy llamativos en ambientes más pasivos que puedan resultar ambientalmente ruidosos para lugares con un ritmo más relajado de flujo, como por ejemplo museos.

31-33. Costa, Joan. 2007. Señalética Corporativa. Barcelona: Costa Punto, 2007. Pág 103-104

Así como premisa inicial, el diseño de la señalética de San Pedro de Atacama, debiera considerar sus características cromatológicas innatas y plasmarlas en la señalética a crear, para así no interferir con la dinámica del espacio y generar rupturas al crear un sistema que no se integre con el espacio, conceptos que se revisará a continuación.

5.5 OTRAS IMPLICANCIAS

5.5.1 ARQUITECTURA DEL LUGAR O ESPACIO

El espacio donde se sitúan las señales es de vital importancia a lo hora de definir sus características ya que este se constituye como la base de un sistema que debe integrarse en un entorno delimitado con ciertos rasgos que se hagan pertinentes a sus características.

Joan Costa define que los entornos poseen 4 tipos de condiciones:

- **Condición espacial:** Corresponde al lugar delimitado que ocupa en el espacio.
- **Condición morfológica:** Son las formas, volúmenes, pasillos, etc. de las que están rodeados.
- **Condición estilística:** Se puede basar en una arquitectura marcada por una época, predominio de rectas, curvas, etc.
- **Condición de servicio:** Depende del tipo de servicio que se imparta en dicho lugar, ya sean distractivos, culturales u otros y del itinerario que conlleva dicho servicio.

5.5.2 ANTROPOMETRÍA

De la estructura del espacio se desprende esta nueva implicancia en la señalética, la antropometría, la cual está estrechamente ligada a las características del usuario.

“Se conoce como antropometría el estudio de las dimensiones del cuerpo humano sobre una base comparativa. Su aplicación al proceso de diseño se observa en la adaptación física, o interface, entre el cuerpo humano y los diversos componentes del espacio.” (Panero, y otros, 1983)³⁴

Este elemento toma especial relevancia a la hora de crear una señalética, que tenga una correcta relación Usuario-Objeto-Espacio, ya que se deben considerar las características particulares del usuario para ese entorno en relación al objeto, para no tener un errado funcionamiento de sus capacidades perceptuales se deberán tomar en cuenta: la proximidad y tiempo de permanencia en el lugar, la estatura promedio del usuario y su campo de visión.

Estatura

“Es la distancia vertical desde el suelo a la coronación de la cabeza, tomada en una persona de pie, erguida y con la vista dirigida al frente, para aplicaciones de esta información en Diseño, la holgura es un factor funcional operativo relevante, por consiguiente, se elige el percentil de categoría más elevada.” (Panero, y otros, 1983)³⁵

Luego, cuando hablamos de percentil, nos referimos *“al porcentaje de personas pertenecientes a una población que tienen una dimensión corporal de cierta medida (o menor)” (Panero, y otros, 1983)³⁶*. De esta manera, *“El primer percentil en estatura o altura, por ejemplo, indica que el 99 % de la población estudiada superaría esta dimensión. De igual manera, un percentil con magnitud del 95 % en estatura diría que sólo el 5 % de la población en observación la sobrepasaría, mientras que el 95 % restante tendría alturas iguales o menores”.* (Panero, y otros, 1983)³⁷

Es por ello que al definir una estatura para el diseño de la señalética tendremos que referirnos al percentil 95°,

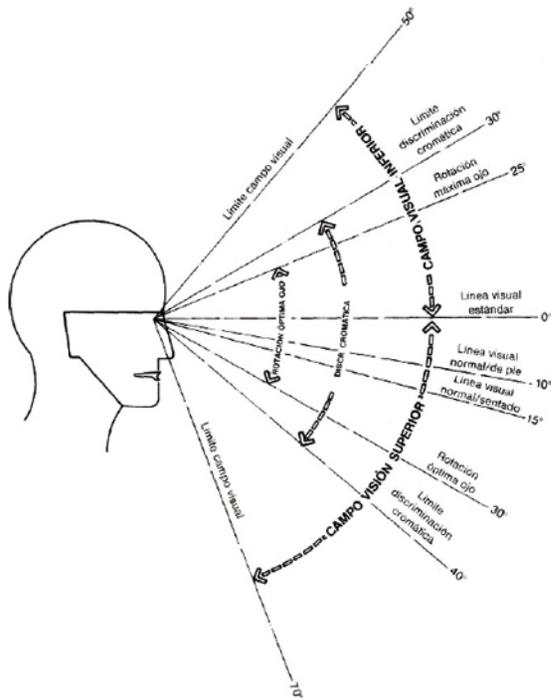
lo cual indicará que diseñamos para la gran mayoría de la población que mide esa estatura o menor y no para el percentil 99 que representa al porcentaje considerando a los más altos. Por otra parte, sería errado si diseñáramos para el “hombre medio”, el cual corresponde al percentil 50° ya que diseñar para él significa que dejamos a la otra mitad de la población con las consecuencias de este planteamiento poco representativo.

Campo de visión

“Es la porción de espacio, medida en grados, que se percibe manteniendo fijos cabeza y ojo” (Panero, y otros, 1983)³⁸

En cuanto al campo visual en el plano vertical, que es el que nos permitirá definir las alturas a las que se ubicarán las señaléticas y a definir sus formatos, se sabe que la línea visual estándar (imagen 18) está ubicada en la línea horizontal proyectada desde los ojos, en este punto se definen los 0°; luego, el campo de visión óptimo se ubica en los 30° hacia abajo y los 25° hacia arriba de ella, de esta manera si ampliamos más en ángulo la persona deberá mover su cabeza para poder visualizar óptimamente lo que desea, de lo contrario verá la imagen desvanecida y sólo discriminará colores pero no la totalidad de las formas. En cuanto a dicho movimiento de cabeza se define que para ser cómodo debe ser cómo máximo de 30° hacia arriba y 30° hacia abajo. Es por ello que la antropometría del usuario es un condicionante importante de la señalética, ya que para que sea óptima, deberá considerar los aspectos aquí mencionados.

34-38. Panero, Julius y Zelnik, Martin. 1983. Las dimensiones humanas en los espacios interiores, estándares antropométricos. Barcelona : Gustavo Gili, 1983. pág. 75 y 287.



18. Imagen: Campo visual en el plano vertical

5.5.3 MATERIALIDAD

La materialidad de la señalética, es decir, el sustrato que se utilizará para su construcción, es un punto relevante que debe ser escogido en base a las condiciones climáticas del lugar donde se emplace, el estilo del entorno que la rodea y lo que se quiere transmitir. De esta manera; una madera podrá tener una mayor riqueza gráfica en sus vetas, pero los metales presentarán mejor resistencia a las condiciones ambientales y se verán más modernos, al igual que los plásticos. Ahora revisemos brevemente las características de estas 3 materialidades (imagen 19), las cuales son las más comunes en la creación de señaléticas.

Maderas

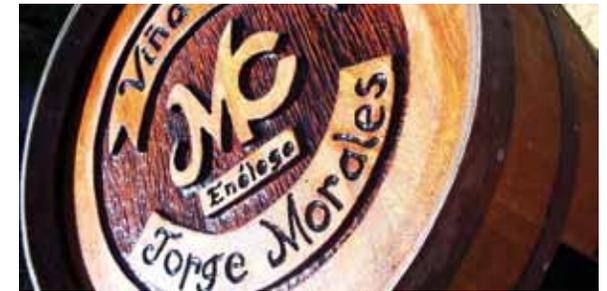
Es uno de los materiales más antiguos, existen diferentes tipos, algunas duras y otras blandas; tiene una riqueza estética innata en sus vetas; es bastante versátil, ya que puede ser ensamblado de diferentes maneras y así dar finas terminaciones; se puede teñir, lacar, barnizar, pulir, enchapar y pintar; además puede ser impresa con técnicas como la serigrafía y grabado mediante un router; y siempre debe protegerse de los factores ambientales para evitar la putrefacción.

Plásticos

Es un material muy versátil también; ya que al someterlo a procesos térmicos, puede moldearse de diversas formas. Entre los más utilizados en señalética se encuentran el PVC, acrílicos, vinilo, policarbonato, polipropileno, entre otros. Existen en variados colores y pueden ser translucidos u opacos, es frecuente su uso en espacios interiores; y dependiendo de sus cualidades pueden imprimirse y grabarse con láser.

Metales

Sus propiedades más importantes son la resistencia y versatilidad de tamaños y formas que se pueden obtener a partir de ellos, los más usados en señalética son el acero y el aluminio. Ambos pueden ser combinados con maderas, hormigón y otros materiales para dar las características deseadas; por su parte el aluminio se caracteriza por su ligereza y durabilidad, a diferencia del acero que es más pesado; estéticamente denota elegancia. De esta manera, se deberá escoger la materialidad más adecuada para la creación de la señalética, con el fin de que se integre con el contexto que la rodea y tenga una durabilidad adecuada dependiendo de las condiciones climáticas del



19. Imagen: Materialidades señaléticas

5.6 SEÑALIZACIÓN DE TRÁNSITO

Es importante distinguir la señalización de la señalética (cuadro 6). La primera es de uso universal para los países de occidente para regular los problemas de tránsito, en aeropuertos, baños, entre otras cosas, esta debe ser universal y estandarizada para que no ocurran accidentes por mala comprensión de los signos implicados; por otra parte la señalética, si bien también regula los flujos de circulación, lo hace con una identidad única y específica para la locación que representa. Ahora veamos dichas diferencias en detalle.

DIFERENCIAS SEÑALÉTICA Y SEÑALIZACIÓN	
Señalización (urbana y vial)	Señalética (corporativa, cultural, etc.)
Nace de la necesidad de seguridad y regulación del tráfico motorizado y peatonal en espacios abiertos.	Nace en el interior de las empresas de servicios y su función es informar y guiar al público.
Está regulada por convenios, asambleas y protocolos internacionales.	Se determina por la arquitectura del lugar y los itinerarios o recorridos de la organización de los servicios.
Se basa en la experiencia estadística de los problemas de tráfico, que se repiten en las mismas circunstancias.	Es única, diferente y específica para cada caso.
Es directiva y coercitiva en la conducta de peatones y conductores.	Es neutral y está al servicio de quienes quieran usarla.
Las señales escritas predominan por sobre las icónicas.	Predominan los signos icónicos, colores y otros recursos como la iluminación.
Aporta al entorno factores de uniformidad.	Singulariza y diferencia cada lugar de otros.
Es un sistema homologado e universal y es autónomo de los espacios en los que se aplica.	Es parte de la arquitectura del lugar y está impregnada de la identidad del servicio.

6. Cuadro: Diferencias señalética y señalización; Joan Costa.

5.6.1 CLASIFICACIÓN

Según el manual de señalización de tránsito en Chile, estas se clasifican de la siguiente manera de acuerdo a la función que desempeñan.

Señales reglamentarias

"Tienen por finalidad notificar a los usuarios de las vías las prioridades en el uso de las mismas, así como las prohibiciones, restricciones, obligaciones y autorizaciones existentes. Su transgresión constituye infracción a las normas del tránsito." (Ministerio Obras Públicas, 2010)³⁹



20. Imagen: Señales reglamentarias

Señales de advertencia de peligro

"Su propósito es advertir a los usuarios la existencia y naturaleza de riesgos y/o situaciones imprevistas presentes en la vía o en sus zonas adyacentes, ya sea en forma permanente o temporal. Estas señales suelen denominarse también Señales Preventivas." (Ministerio Obras Públicas, 2010)⁴⁰



21. Imagen: Señales de advertencia de peligro

Señales informativas

“Tienen como propósito guiar a los usuarios y entregarles la información necesaria para que puedan llegar a sus destinos de la forma más segura, simple y directa posible. También informan acerca de distancias a ciudades y localidades, kilometrajes de rutas, nombres de calles, lugares de interés.” (Ministerio Obras Públicas, 2010)⁴¹



22. Imagen: Señales informativas

5.6.2 CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Tamaño

El tamaño asignado a las señales se basa en la velocidad máxima de circulación permitida para esa zona y al mínimo tamaño al cual pueden ser leídas. En cuanto a las señales de tipo informativas, que tienen mayor contenido, su tamaño se calcula de acuerdo a los tamaños asignados tanto a letras, números y flechas y otro ícono, para la velocidad máxima en esa ruta.

TAMAÑO LEYENDAS	
Velocidad (km/hr)	Altura de letras (cm)
40	7,5
60	15
80	20
100	25
120	25

7. Cuadro: Tamaño óptimo para leyendas

Leyendas

Toda señal de tránsito debe ser legible a la distancia, esto para asegurar una reacción oportuna ante algún evento. En el manual de señalización de tránsito, se proponen las siguientes medidas, las cuales pueden ser modificadas dependiendo de si se complementan con algún ícono o flecha, en esos casos el tamaño puede ser menor.

Emplazamiento

El emplazamiento corresponde las características que deben tener las señales en el lugar de su instalación; para ser vistas y comprendidas en el tiempo adecuado para poder realizar una maniobra.

Ubicación longitudinal

La ubicación longitudinal de cada señal debe ser tal que garantice al usuario que viaja a la velocidad máxima, ver, leer y comprender el mensaje con suficiente tiempo para reaccionar y tomar una decisión. En el caso de las señales informativas en vías convencionales, se ubican entre 10 y 50 m antes del cruce, dependiendo de la velocidad a la que se vaya.

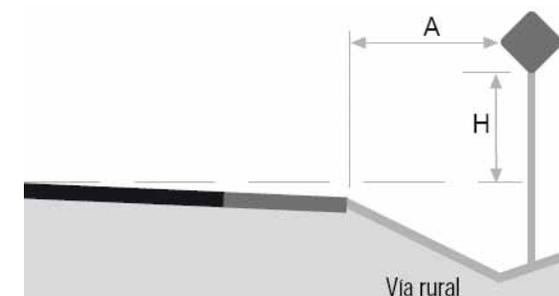
Ubicación lateral

El ángulo de visión al que se deben ubicar las señales es entre 10°-12° respecto de su eje visual, esto para asegurar que estén dentro de su cono de atención. Por otra parte, se deben ubicar al lado derecho de la vía, ya que es ahí donde habitualmente el conductor la buscará.

Altura

La altura es un elemento condicionante de la visibilidad de la señal, por lo que se recomienda que se tome en consideración tanto la naturaleza del terreno, es decir si tiene o no altibajos y el crecimiento de plantas u otro obstáculo que pueda perturbar su visibilidad. Los valores recomendados para la altura del borde o punto más bajo de una señal respecto de la parte más alta de la calzada

son los siguientes:



8. Cuadro: Altura de las señales con respecto al suelo.

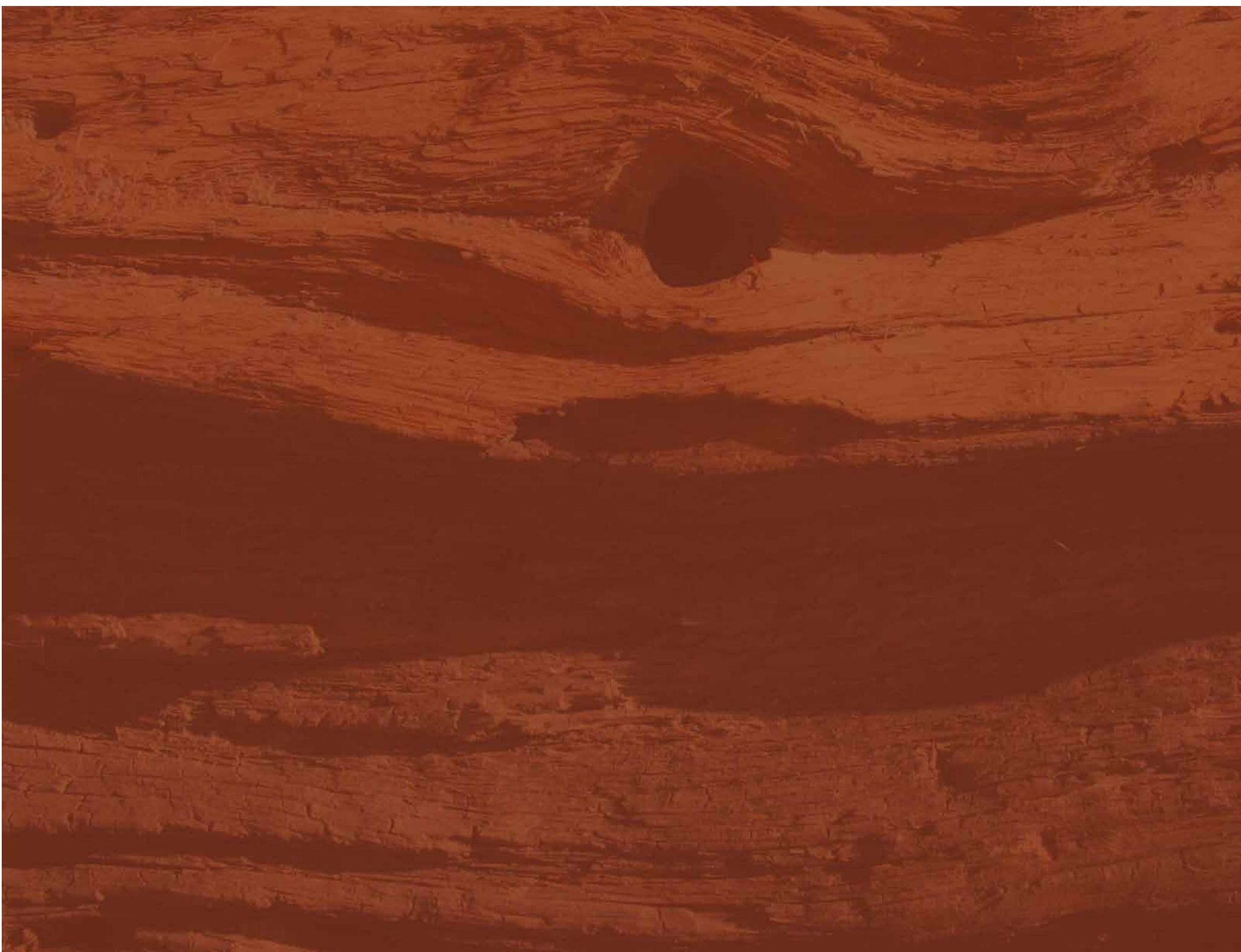
	ALTURA (H)	
	Mínima (m)	Máxima (m)
Vías Rurales	1,5	2,2
Vías Urbanas	1,8	2,2

9. Cuadro: Altura de las señales

Orientación

Se refiere al ángulo con respecto de la calzada al cual se debe ubicar la señal para asegurar su nitidez: con el fin de evitar el fenómeno de reflectancia, producido cuando un haz de luz incide perpendicularmente con señal.

39-41. Ministerio Obras Públicas. 2010. Manual de señalización de tránsito. Santiago : s.n., 2010.





Investigación de Campo

1. VISITA A SAN PEDRO DE ATACAMA
2. ANÁLISIS DE TIPOLOGÍAS
3. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

1. VISITA A SAN PEDRO DE ATACAMA (SPA)

Para visualizar el problema en terreno, fue necesario realizar una visita a SPA, zona en la cual se hicieron observaciones del estilo gráfico en general, se definió qué lugares tomar para la implementación del proyecto, los cuales se describen y se analizan en cuanto al estado actual de su señalética; también se hicieron pequeñas entrevistas o reuniones con la municipalidad y agencias de turismo; y se observó el comportamiento del turista, sus preferencias y su relación con la gran cantidad de agencias de turismo que existen en la zona.

1.1 ESTILO GRÁFICO DE LA COMUNA DE SAN PEDRO DE ATACAMA (SPA)

Al visitar San Pedro de Atacama es inevitable darse cuenta de la identidad o el estilo gráfico que posee como pueblo (imágenes 23-25), si bien no funciona como un sistema unificado, sí responde a materialidades y cromatologías características; lo que es importante de plasmar en la señalética para los atractivos turísticos. En general se utiliza la madera y los colores tierra para sus construcciones; el casco antiguo es de adobe, y conserva su apariencia antigua; el resto del pueblo ha imitado este patrón para no verse demasiado moderno para la zona.

En sus calles es común encontrar muchas bicicletas que los turistas arriendan para recorrer algunas zonas; múltiples locales como restaurant y almacenes han adaptado el casco antiguo para uso comercial; existe una gran variedad de agencias de turismo en la calle principal y en las laterales; y finalmente cabe destacar que el centro de SPA

posee la mayoría de sus calles peatonales, por lo que se conservan mejor con el tiempo, en ellas se han instalado faroles, éstos son de madera tallada, lo que es muy común en el pueblo.



23. Imagen: Calles peatonales de SPA



24. Imagen: Casco antiguo de SPA



25. Imagen: Faroles de calles peatonales

Por otra parte nos encontramos con una gran variedad de texturas (imágenes 26), de las cuales, las más recurrentes son el adobe, la madera, y los ladrillos, estos se enmarcan en la cromatología de colores como el blanco, café y colores tierra, como el rojo por ejemplo que es empleado en las calles y sus adoquines; conservando de esta manera un estilo gráfico uniforme en cuanto a materialidad y cromatología.





26. Imágenes: Texturas y cromatologías presentes en el pueblo

Finalmente cabe destacar que la señalización corporativa (imágenes 27) de tanto, las agencias de turismo, hostales y restaurant, poseen una materialidad de madera y se enmarcan en la misma cromatología antes mencionada; esto se produce en parte por las normativas que impone el municipio para conservar la esencia del pueblo. En ellas se utiliza el grabado bajo y sobre relieve, los cuales, por lo general, son hechos artesanalmente a mano. Este es un claro indicio de que la materialidad a utilizar para nuestra señalética podría ser la madera, esto por su alta presencia en señales indicativas de la zona y por integrarse tanto cromática como formalmente con el espacio que las rodea.



27. Imágenes: Señalización corporativa en SPA

1.2 ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVES

Siguiendo con el recorrido por el pueblo, se coordinó una entrevista con el Encargado de la oficina turismo de la municipalidad de San Pedro de Atacama, el Sr. René Ossandón; otra con la Sra. Mirta Solís, Dirigente de la comunidad de Catarpe y funcionaria de la Municipalidad de SPA; y finalmente una con la Ejecutiva de ventas de la Agencia de Turismo Cactus, la cual es una de las más reconocidas de la zona. Estas entrevistas se planearon con el fin de dilucidar la visión de personas que viven en el lugar de aplicación de la señalética, se desenvuelven en el rubro del turismo y conviven día a día con él. En el caso de la Sra. Mirta Solís, el objetivo principal fue conocer su visión como representante de una comunidad indígena atacameña y su relación con el turismo ligado a su patrimonio cultural originario. Constituyéndose estos 3 casos como una fuente de información pertinente para corroborar la viabilidad del proyecto en la zona y su posible implementación futura. En las tres entrevistas se hicieron preguntas abiertas y se abordaron los siguientes temas:

- A nivel general cómo se encuentra el desarrollo turístico en SPA.
- En cuanto a señalética: Qué existe actualmente en este ámbito, sus normas de regulación y cuáles son diseño más representativos de la zona.
- Lugares aledaños a SPA: Cuáles son los lugares turísticos cubiertos por las agencias de Turismo y qué pasa con los lugares aledaños al pueblo.
- Patrimonio cultural: Cómo se está gestionando la preservación de los patrimonios culturales de la zona.

A continuación se grafican los comentarios más relevantes en la siguiente tabla de vaciado (cuadro 10):

TABLA DE VACIADO: ENTREVISTAS		
TEMA	CITA	INTERPRETACIÓN
Informante: René Ossandón		
Señalética	<i>"El tema de la señalética acá es la debilidad, no se sabe donde están los lugares para comer, los alojamientos, no existe un mapa general de San Pedro. Mucha gente tiende a ir en bicicleta, a lugares cerca, por ejemplo al valle de la muerte, a la entrada no hay nada, sólo un cartel del MOP"</i>	Existe conocimiento de la necesidad de implementar una señalética, porque la actual no funciona bien.
Señalética y diseño	<i>"...nosotros queremos reemplazarlos, con carteles más representativos de la comuna. Las que se rigen por la ordenanza de la comuna. Por ejemplo si tú recorres el centro, la mayoría de la señalética que nosotros obligamos a colocar a las empresas son de madera, caladas... de letras negras o café..."</i>	Se sabe que el diseño debe integrarse con el entorno. Las normas indican que la señalética debe ser de madera.
Señalética en lugares aledaños a SPA	<i>"...los ayllus, los pucara... no hay nada, sólo un cartel que indica para allá están, no dice qué es... por ejemplo dejan de ser un panorama para la gente que anda a pie... porque la gente acá confía en los tour y los tour van a los sitios naturales."</i>	Los tour no contemplan todos los sitios turísticos que se encuentran aledaños al pueblo, por lo que a veces dejan de ser un panorama.
Señalética y diseño	<i>"Y el diseño que quieres hacer... ¿sería bilingüe? Claro de todas maneras... si, porque la zona acá lo requiere."</i>	Se plantea que el diseño debe ser bilingüe.
Viabilidad del proyecto	<i>"La señalética es un tema que nosotros queremos financiar, queremos buscar fondos, y lo podemos hacer, pero nos falta la ayuda, para saber dónde poner la señalética, si en la entrada de los lugares, o cómo hacerla. Bueno, cuenta con todo nuestro apoyo. ¿Y cuanto te demorarías más o menos, en todo esto? Ya, o sea respecto a eso, no sé si tú requieres alguna ayuda a nosotros, con el proyecto en sí cuenta con nuestro apoyo y si tuvieras que ir a hablar con algún empresario, que no es la idea, pero es porque es un tema más de nosotros."</i>	Existe un interés por la viabilidad del proyecto.

TABLA DE VACIADO: ENTREVISTAS		
TEMA	CITA	INTERPRETACIÓN
Informante: Mirta Solís		
Turismo	<p><i>"Nos estamos viendo muy invadidos, afectados por la presencia turística, o sea yo no digo que sea el turista, pero...el turista trae todo... ustedes podrán ver las calles llenas de muchas cosas que a nosotros no nos gustan, pero ya está instalada la gente que llega de afuera y viene a desordenar. Por ejemplo van arriba y nos sacan los árboles, las leñas y las venden en los pub, también nos han robado animales, a raíz de eso, la comunidad que yo presido, estuvo manifestando muchas veces la necesidad de proteger, más que pensando en el turismo, pero después ya surgió la idea de hacer otras cosas, para ordenar un poco la cosa."</i></p>	<p>Se expone que el turismo sin regulaciones destruye los lugares patrimoniales, pero si se hace de forma ordenada puede arreglarse; y están abiertos a esa posibilidad.</p>
Informante: Ejecutiva ventas Agencia turismo Cactus		
Señalética	<p><i>"...Con una señalética sería sustancialmente más provechoso el venir acá... Porque la gente acá, si no toma el tour no conoce."</i></p>	<p>La señalética es importante para conocer y poder llegar a los lugares sin un tour.</p>
Señalética	<p><i>Bueno igual están bien protegidos... por ejemplo la reserva de los flamencos está mediado entre la Conaf y las comunidades de acá. Entonces ellos ahora se han preocupado bastante de la protección de los lugares. Uno no se puede salir de los caminos establecidos... al final el turista igual es el que destruye un poco el lugar. Por ejemplo en el Valle de la luna, una de las tres marías está quebrada."</i></p>	<p>Los lugares se encuentran protegidos, pero el turista sigue destruyendo; por lo que sigue existiendo un problema.</p>

10. Cuadro: Tabla de vaciado, entrevistas

CONCLUSIONES

Existe un conocimiento de que es necesaria la implementación de una señalética; sobre todo en aquellos lugares aledaños al pueblo de SPA, que no están cubiertos por las agencias de turismo y que la gente muchas veces deja de ir; también se plantea que el diseño de la señalética debe ser acorde al entorno que lo rodea, respetando que sea de madera y bilingüe. Por otra parte, la Dirigente de la comunidad de Catarpe plantea que se acepta el turismo, pero siempre y cuando pueda hacerse de una manera más controlada que no destruya tanto los lugares patrimoniales; siendo en ese sentido, la señalética una buena forma de solucionar parte de ese problema. Finalmente, existe un interés porque se realice el proyecto, lo que le da un antecedente contundente de viabilidad.

1.3 OBSERVACIONES GENERALES

Como visualizamos en el análisis de las entrevistas realizadas, sus conclusiones no se alejan mucho de lo observado en general en la visita, hace falta un sistema señalético que organice la zona, y es más, se complementan con lo ocurrido después de visitar 6 agencias de turismo, preguntar acerca de los recorridos ofrecidos, la estancia del turista en el pueblo y resumir lo allí observado:

- El pueblo de SPA se configura como el “núcleo organizacional” y lugar de partida para los recorridos a los múltiples atractivos de la zona. Así notamos que la estancia en el pueblo se reduce a la visita del museo, la iglesia y un paseo por sus calles.
- Otras funciones del pueblo son el alojamiento, la comida y la toma de tours a los lugares antes mencionados. En muchos casos para hacer hora para la salida a los tour que salen a las 15:00.
- Existe un descontrol de la información fidedigna entregada a los turistas acerca de sus atractivos. Por ejemplo, hay una amplia oferta de agencias de turismo poco serias que ofrecen un servicio engañoso, asociado a un guía que inventa historias de los lugares visitados. Siendo pertinente en este sentido la implementación de una señalética que corrobore o complemente, lo que dichos guías dicen.
- Al visitar diferentes agencias de turismo, notamos que éstas ofrecen tours sólo a los lugares más lejanos del pueblo y recomiendan visitar lugares aledaños al pueblo como el Pucará de Quito y las Ruinas de Tulo en forma particular, sin guía ni tour, ya que ellos no los realizan. En algunas también recomiendan arrendar una bicicleta para visitar los dos lugares mencionados.

- De las 6 agencias de turismo consultadas, sólo una realiza el tour “arqueológico” que contempla el Pucará de Quito y Las ruinas de Tulo. Así los lugares con mayor contenido identitario indígena de la zona, quedan en cierta forma a la deriva, ya que no todos los turistas se arriesgan a ir solos a recorrerlos.
- El público que toma este tour es de nacionalidades tanto chilena, como extranjeras.
- Los lugares de atractivo natural se encuentran muy alejados del pueblo, por lo que es casi obligatoria su llegada en un vehículo.
- La señalización vial hacia los lugares turísticos, por lo general, se encuentra sólo en las autopistas principales; por lo que al entrar en los caminos rurales hacia dichos lugares, se desconocen las rutas de llegada, dificultando su acceso por cuenta propia.

En este contexto, se decide que las zonas escogidas para la implementación inicial del proyecto serán las que no están contempladas del todo por agencias de turismo, aquellas que se encuentran aledañas al pueblo y que poseen un importante aporte de la cultura originaria de la zona, estas son las Ruinas de Tulo y el Pucará de Quito, sumadas a éstas dos se implementará también en el Valle de Luna, esto por su cercanía a las antes mencionadas y por ser un atractivo obligatorio en la visita a SPA. Las tres serán abordadas desde la perspectiva de que se llega en un vehículo por cuenta propia o en un tour, y teniendo en cuenta que el recorrido comienza desde la salida del pueblo, en conjunto con la señalización vial tradicional de Chile, presente en autopistas.

1.4 LUGARES ESCOGIDOS

1.4.1 ALDEA DE TULO

Se ubica a 6 km del pueblo de San Pedro de Atacama y corresponde a uno de los sitios arqueológicos sedentarios más antiguos del norte de Chile. Su ocupación habitacional se estima que fue hace unos 3000 años y se caracteriza por tener una arquitectura definida por estructuras circulares de adobe, interconectadas por pasillos rectos a modo de laberinto.

Por años fue poblada por decenas de atacameños, que recolectaban algarrobo y chañar; y además desempeñaban actividades pastoriles. Pero empezaron a ocurrir cambios climáticos, la desertificación era inminente y el curso del Río San Pedro se alejaba cada vez más de la aldea, lo que culminó con un irreversible desalojamiento de ésta. Es por ello que por años su existencia fue desconocida, el desalojo junto con que sus paredes fueron sepultadas por la arena que trajo el viento, hicieron que sólo en 1950 la aldea fuera redescubierta por Gustavo Le Paige; momento en el cual empezaron las investigaciones acerca de la zona.

En un comienzo se pensó que lo que se observaba eran sólo los cimios donde se había levantado algún día la aldea; y sólo en la década de 1980, las investigaciones de Ana Barón, dieron el resultado de que lo observado era la parte superior de las paredes, además de representar sólo el 5% de la aldea, por lo que el otro 95% aun seguía enterrada alrededor de 2 metros bajo tierra. Este hecho marcó un cambio radical, que actualmente se traduce en la implementación de un sendero (imagen 28) que delimita el camino hacia las ruinas, ya que aún se desconoce si existe otro segmento de la aldea sepultado, que pueda ser destruido por el creciente tránsito turístico por la zona; por otra parte, se implementó una pasarela

(imagen 29) que funciona como mirador en altura de las ruinas, así se evita que los turistas transiten y destruyan sus paredes; finalmente, para mejorar la experiencia de visita a las ruinas, se levantó una réplica (imagen 30) de cómo serían las casas de la aldea de no estar sepultadas.

Actualmente su administración es de carácter participativo y se encuentra mediado entre la comunidad atacameña de Coyo y la CONAF.



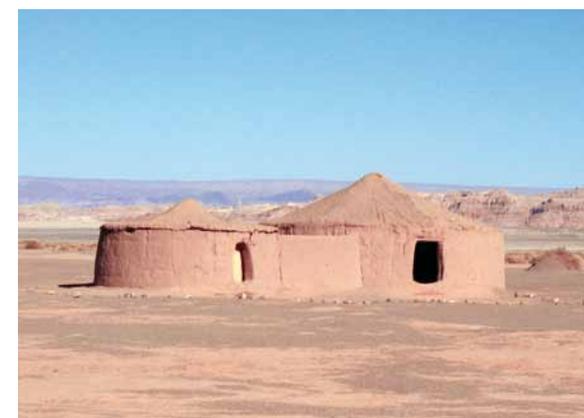
29. Imagen: Vista panorámica de las ruinas desde la pasarela



29. Imagen: Acercamiento panorámica



28. Imagen: Sendero hacia las ruinas y réplica.



30. Imagen: Réplica de casas de la Aldea. de Tulo.

1.4.2 PUCARÁ DE QUITOR

Se ubica a 3 km del pueblo de San Pedro de Atacama y corresponde a una fortaleza o fuerte atacameño construido en el cerro Quitar (imagen 31), unos 700 años atrás para defenderse de ataques de otros pueblos sudamericanos; este, también tuvo un papel importante ante la resistencia temporal a la conquista española.

Su construcción de una superficie de 2,5 hectáreas, fue realizada en una posición estratégica, ésta posee un único acceso por el frente y sus otros bordes están delimitados por la quebrada del río San Pedro. Por otra parte, desde su base (donde se encontraban los campos de cultivo) hasta el punto más alto de la fortaleza hay una altura de 70 metros. Es por estas razones que lograron resistirse temporalmente a su conquista.

En sí las estructuras habitacionales de los atacameños se ubicaban en diferentes aldeas cercanas a las quebradas de los ríos, pero en situaciones de peligro, toda la población indígena se replegaba hacia el pucará; el cual también contaba con una población estable. Sus muros o barreras, son construcciones (imagen 32) en base a piedras apiladas e unidas con argamasa de arcilla extraída del río, éstos configuran diferentes sectores o áreas; que delimitan el estatus y la convivencia entre habitantes; además poseen áreas para corrales de animales y sectores para el cultivo. Estas barreras a su vez, tenían agujeros o ventanas (imagen 33), por donde lanzaban las flechas para defenderse.

Fue declarado monumento nacional en 1982.



31. Imagen: Vista panorámica del Pucará y sus acantilados



32. Imagen: Murallas del Pucará



33. Imagen: Ventana del Pucará

1.4.3 VALLE DE LA LUNA

Se ubica a 17 km del pueblo de San Pedro de Atacama, en la Cordillera de la Sal y representa uno de los atractivos turísticos más visitados de la zona (imagen 34). Su gran atractivo fue formado por miles de años de erosión y vientos, largos periodos que dieron origen a lo que actualmente se puede apreciar; una mezcla de colores, que funden los del cielo con los de sus cadenas montañosas; formas impensables, generadas por la salinidad de los suelos, que combinan crestas de terminaciones rígidas y filosas con dunas de arena delgada; texturas que hacen del lugar una parada obligatoria para contemplar el atardecer, con sus múltiples colores.

En 1982 fue declarado Santuario de la naturaleza y Monumento Natural.

A diferencia de los dos lugares antes revisados, el Valle de la Luna posee más de un atractivo en su recorrido, estos son los 4 más característicos:

- Los vigilantes o Las tres Marías: Es una atractiva formación rocosa que está compuesta de sal, arcilla y cuarzo; morfológicamente consta de 3 pilares sujetos a una base; y su formación data de aproximadamente 1 millón de años atrás. (imagen 35)
- Cavernas de sal: En estas cuevas es posible observar cristales de sal.
- Gran Duna: Durante años fue el lugar característico desde donde se contemplaba el atardecer, pero en los últimos años, producto de la erosión, se ha prohibido la subida a la gran duna para protegerla. (imagen 36)



34. Imagen: Vista panorámica del atardecer en el Valle de la Luna



35. Imagen: Las Tres Marías



36. Imagen: Gran Duna

1.5 ESTADO ACTUAL DE LA SEÑALÉTICA EN LOS 3 ATRACTIVOS ESCOGIDOS DE SPA.

Como se mencionó anteriormente, se escogieron 3 lugares para la aplicación de la señalética en SPA. Pero antes de comenzar con el diseño, es necesario evaluar el estado actual en el que se encuentra la señalética en dichos lugares; para así tener un punto de partida referencial. Es por ello que se creó un instrumento de observación, el cual se aplicará en estos tres lugares por separado.

1.5.1 OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

- Analizar el estado actual de la señalética en los atractivos turísticos escogidos.
- Verificar la ausencia de un sistema señalético común.
- Identificar los códigos gráficos empleados por lugar.
- Analizar integración de la señalética en el entorno.
- Identificar materialidad y cromatología recurrente en señalética actual.
- Observar comportamiento de la gente; en relación con la señalética.

1.5.2 DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO

La plantilla de observación (ver anexo 1), consiste en 7 categorías que evalúan en general: el código gráfico empleado, la integración con el entorno y el grado de entendimiento. Estas categorías en un comienzo se evalúan por cada uno de los lugares y diferenciadamente si se trata de señaléticas de tipo informativa, direccional, reguladora, orientadora e informativa; para luego hacer conclusiones por lugar y después generales de los lugares estudiados en conjunto.

A continuación se describirán las categorías observadas, los aspectos que consideran y cómo se evalúan.

Cantidad de tipos de señalética: Busca clarificar los tipos de señaléticas empleados en cada lugar; ya sean de tipo identificativas, orientadoras, reguladoras, informativas o direccionales, con el fin de definir qué tipos podrían ser empleadas en el proyecto, según sean necesarios o no. Estas serán clasificadas de acuerdo a las características explicadas en el ítem señalética del marco referencial.

Integración con el espacio: Busca analizar si es que las señaléticas se integran con el espacio que las rodea y de ser así, de qué forma lo hacen. Esto se evaluará de 3 formas, la primera es si es que se integran por cromatología, es decir si utilizan colores tierra o los mencionados como los más recurrente en el pueblo de SPA como el blanco, café o rojo; la segunda, corresponde a la integración por materialidad, la cual se evaluará en base a la utilización de madera, piedra o ladrillo, también materialidades recurrente en el pueblo; finalmente se evaluará la integración por forma, en este caso se integrarán aquellas señaléticas que empleen formas o trazos curvos e irregulares, como las observadas en los petroglifos de la cultura atacameña, ya que al utilizar formas rígidas no se integran con el espacio, al verse muy contemporáneas para el lugar.

Materialidad: Mide el tipo de material empleado en el

soporte de la señalética, en este caso puede ser madera, acero (como las señales del tránsito) o piedra.

Cromatología: Establece los colores empleados recurrentemente en las señaléticas. En este caso se han agrupado por color, eliminando las tonalidades de cada uno de ellos. Así por ejemplo, evitamos el tener café oscuro y claro, y sólo lo agrupamos en Café.

Uso de apoyos gráficos: Establece los apoyos gráficos más recurrentes utilizados actualmente, para comunicar con mayor facilidad la intención de las señaléticas. En este caso pueden ser flechas, mapas, ilustraciones, logotipos o pictogramas.

Tipografía: Establece las clases de tipografías empleadas. En este caso podrán ser de trazos o terminaciones curvas o rígidas si es que fueron sistemáticamente por una máquina; o hechas a mano, si es que se hicieron de manera artesanal.

Semántica: Evalúa el grado de entendimiento que poseen las señaléticas estudiadas. Este ítem contempla un entendimiento que puede darse tanto por el un buen contraste figura fondo, la morfología de sus apoyos gráficos o la ubicación en el espacio.

CANTIDAD DE TIPOS DE SEÑALÉTICA	INTEGRACIÓN CON EL ESPACIO	MATERIALIDAD	CROMATOLOGÍA	USO DE APOYOS GRÁFICOS	TIPOGRAFÍA	SEMÁNTICA
Identificativa	Materialidad	Madera	Café	Flecha	Hecha a mano	Se entiende
Orientadora	Forma	Acero	Negro	Pictograma	Curva	No se entiende
Restictiva	Color	Piedra	Blanco	Mapa	Rígida	
Direccional			Rojo	Dibujo		
Informativa			Amarillo	Logotipo		

11. Cuadro: Esquema general de ítems a analizar.

1.5.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS POR LUGAR

A continuación se hará una revisión de las observaciones hechas en cada uno de los lugares estudiados. A modo de tener una referencia general de lo que ocurre en estos, para después dar paso a una evaluación de los 3 lugares en conjunto.

ALDEA DE TULOR

A modo general se observa que existe un intento por que se vea integrada la señalética al lugar, por ejemplo a la entrada, donde se ubica la señalética identificadora, se nota la mano indígena que administra el lugar a diferencia de los otros 2 lugares estudiados. Cromática y morfológicamente la tipografía y elementos de apoyo gráfico utilizados tienen coherencia con las formas curvas utilizadas en la expresión artística de la cultura atacameña.

CANTIDAD DE ESTILOS DISTINTOS DE SEÑALÉTICAS POR TIPO

Identificativa		—————> 1
Reguladora		—————> 1
Direccional		—————> 1

12. Cuadro: Cantidad de estilos de señalética

Señalética identificativa

- Se integra en cierta forma con el lugar.
- Tiene transferencia cromática, de forma de trazos y materialidad con la cultura atacameña.

Señalética direccional

- Está mal ubicada en cuanto a altura, muy bajo con



36. Imágenes: Señaléticas presentes en en lugar

respecto al ángulo de visión humano y su antropometría.

- Se ve mal terminada y confeccionada al estar hecha a mano.
- Está al inicio y se reitera sólo una vez en el recorrido.

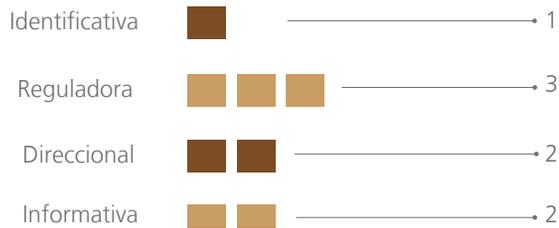
Señalética reguladora

- Pictogramas muy pequeños.
- La gente no se detiene a mirarlos, quizás por un exceso de información.

PUCARÁ DE QUITOR

A modo general se observa que no existe un sistema unificado, muchos tipos de señalética compiten entre sí. Aquí nos encontramos con que existen 2 tipos de señalética direccional, 2 de informativa, 3 de reguladora y 1 de identificativas, por lo cual el lugar se ve gráficamente ruidoso y sucio; lo que confunde al visitante y finalmente no las toma en cuenta. Este es un elemento importantísimo para tener en cuenta ya que al ser lugares patrimoniales, no se deben sobrecargar con señaléticas e información innecesarias.

CANTIDAD DE ESTILOS DISTINTOS DE SEÑALÉTICAS POR TIPO



13. Cuadro: Cantidad de estilos de señalética



SEÑALÉTICA DIRECCIONAL



SEÑALÉTICA REGULADORA



SEÑALÉTICA INFORMATIVA

37. Imágenes: Señaléticas presentes en en lugar



SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVA

Al ubicarse en un cerro, el lugar tiene cierto grado de peligrosidad, por lo que es un requisito obligatorio que la señalética debiera ser bilingüe, para que la gente se sienta segura en el recorrido por el pucara y no transite por lugares inapropiados.

Señalética identificativa

- Posee una integración positiva con el contexto al utilizar piedra roja, al igual que sus utensilios domésticos antiguos.
- Existe transferencia en ese sentido con la cultura atacameña.

Señalética direccional

- No existe una unidad formal entre los 2 tipos diferentes de señaléticas.
- Su materialidad, forma y colores no se integran con el espacio urbano.
- Uno de los estilos gráficos es muy contemporáneo para la zona; el otro, demasiado artesanal y mal acabado.
- Están mal ubicadas y no siempre se ven.
- Debieran ser bilingües por la peligrosidad de la zona.

Señalética reguladora

- Existen 3 tipos diferentes de señaléticas.
- No hay unidad de sistema señalético.
- No se leen bien por falta de contraste.
- Pasan desapercibidas.

Señalética informativa

- En general le falta apoyo gráfico para hacer más fácil la lectura y entendimiento.
- Poseen mala diagramación y mucho texto.
- Se integran cromáticamente y en cierta forma en materialidad al utilizar madera.

VALLE DE LA LUNA

A modo general, existen 2 tipos de estilos gráficos de señaléticas, uno presente en la entrada en la señalética identificativa e orientativa; el otro, presente en los lugares específicos de atractivo turístico, mediante la señalética direccional y reguladora. En general el primer estilo gráfico se integra en cierta forma en cuanto a materialidad y cromatología, pero el segundo, es demasiado contemporáneo, por lo que no se integra con el contexto natural y cultural de la zona, quedando fuera de lugar y ensuciando el entorno.

Señalética orientadora

- No se entiende del todo.
- No establece puntos de referencia, ni muestra la ubicación actual.
- Se pasa de largo si se va en auto.

Señalética identificativa

- Tiene transferencia con la cultura atacameña en cuanto a la materialidad de soporte (madera) y a los colores utilizados, por lo que se integra con el entorno.

Señalética direccional

- Diseño muy contemporáneo y rígido.
- No tiene transferencia con la materialidad, colores y trazos de la zona.
- Su direccionalidad no conduce a nada.

Señalética reguladora

- Diseño muy contemporáneo y rígido.
- No tiene transferencia con la materialidad, colores y trazos de la zona.
- Pictogramas poco integrados con el contexto de la zona. No siempre se entiende el significado de los pictogramas.

Además, en este lugar se encontraron otros pictogramas que no clasifican en ninguno de los tipos de señaléticas estudiados, los cuales están dispuestos sin función aparente y no se entienden fácilmente; por lo cual contribuyen a ensuciar el entorno que los rodea o a que la gente los pase por alto al no entenderlos.

CANTIDAD DE ESTILOS DISTINTOS DE SEÑALÉTICAS POR TIPO

Identificativa		_____ 1
Reguladora		_____ 1
Direccional		_____ 1
Orientativa		_____ 1

14. Cuadro: Cantidad de estilos de señalética



SEÑALÉTICA DIRECCIONAL



SEÑALÉTICA ORIENTADORA



SEÑALÉTICA REGULADORA



SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVA



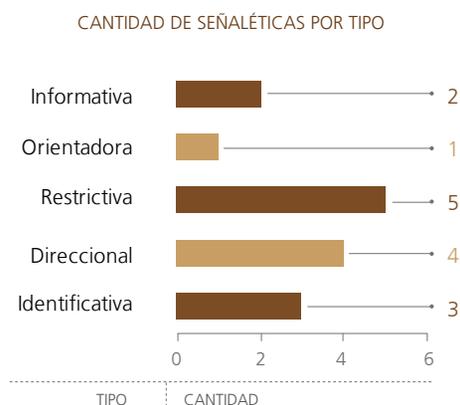
OTROS PICTOGRAMAS ENCONTRADOS

1.5.4 ANÁLISIS DE LOS LUGARES EN CONJUNTO

Al analizar las señaléticas de los tres lugares en conjunto se extraen las siguientes conclusiones:

Tipo de señaléticas

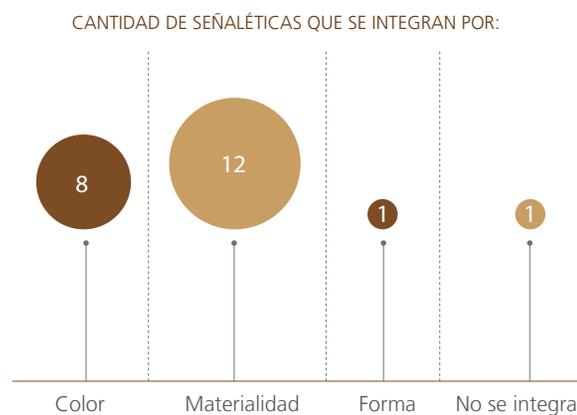
La muestra total de tipo de señaléticas es 15. Los 3 lugares cuentan con una identificativa en las entradas de sus recorridos; sólo Quito cuenta con señaléticas informativas del lugar, las cuales poseen dos estilos gráficos diferentes, lo que deja en evidencia que no se entrega información acerca de lo que se está observando en los otros lugares analizados; sólo el Valle de Luna cuenta con señalética orientadora, lo que tiene lógica, ya que es el único de los 3 lugares que cuenta con más de una atracción; por otra parte los 3 lugares cuentan con señalética reguladora y direccional, lo cual es importante para preservar la conservación de los lugares patrimoniales.



15. Cuadro: Total de tipos de señaléticas observadas

Integración con el espacio

Un elemento muy importante en el desarrollo de una señalética con identidad es la relación que tiene esta con el espacio; es importante que sea percibida como parte de él, pero sin pasar desapercibida, ni hacer mucho ruido gráfico. En los tres lugares estudiados, existe una predominancia del uso de la madera en su color natural para la construcción de sus soportes; lo que genera una integración tanto por color, como por ser un material más nativo y rústico de la zona; por otra parte la segunda mayoría de las señaléticas se integran en la gama cromática del desierto ya que utilizan los tonos café, ya sea para el fondo del soporte, como para tipografía u otros elementos de apoyo; finalmente nos encontramos con un ejemplo de integración por forma, que corresponde a la señalética identificativa de la Aldea de Tulo, en ella se utilizan formas más sueltas que hacen referencia a la expresión artística atacameña, por lo cual no sólo se integra por materialidad, sino también por el estilo de trazos y cromatología.



16. Cuadro: Integración de las señaléticas

Materialidad

Como mencionamos anteriormente, la materialidad más recurrente es la madera, sin embargo, existe también el uso del acero y piedra; el primero de estos dos, tiene un intento por llevar la ciudad moderna al desierto, pero al ubicarlo ahí no se integran con el entorno, generando una comunicación poco clara de lo que se quiere transmitir, ya que tenemos de fondo un paisaje de entorno desértico que mezclado con el acero no se lleva bien; por otra parte, el uso de piedra, me parece acertado sólo en el sentido de que se integra con el paisaje, pero a nivel comunicacional, la parte en que se utiliza no genera contraste entre el mensaje y el fondo, por lo que las señaléticas que lo emplean no son del todo funcionales ya que los usuarios pasan de largo, sin verlas; este tipo de material podría ser considerado sólo para aplicaciones en una estructura de soporte de la señalética propiamente tal, pero no para el sector donde se ubicará la información de importancia.

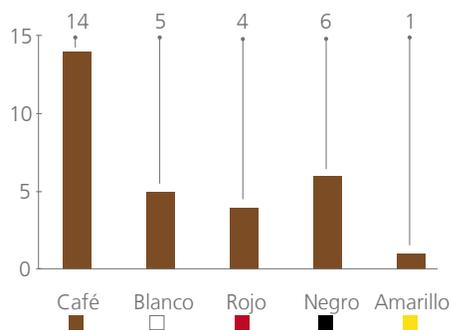


17. Cuadro: Materialidad de las señaléticas

Cromatología

En cuanto a la cromatología, se debe acotar que el análisis contempla los colores empleados tanto de las tipografías, como del fondo de los soportes. Luego, como ya se mencionó, el color más recurrente es el café; lo que demuestra que actualmente sí hay cierto grado de integración con el desierto y que éste es un color relevante para tomarlo en cuenta en el diseño final de la señalética. Por otra parte, también existe una presencia de blanco y negro utilizados para contrastar con el café que se emplea en tonalidades oscuras y claras; luego, el uso del rojo es para las señaléticas reguladoras, siguiendo la línea de las señales de tránsito como “no estacionar” por ejemplo; finalmente, el uso del amarillo se hace en señales direccionales en el pucará de Quito, las que están en total discordancia con el espacio que las rodea, se intuye que se escogió el color también haciendo referencia a las señales de tránsito, pero en este caso, no funciona, porque ensucian el lugar cromáticamente.

CANTIDAD DE SEÑALÉTICAS POR CROMATOLOGÍAS

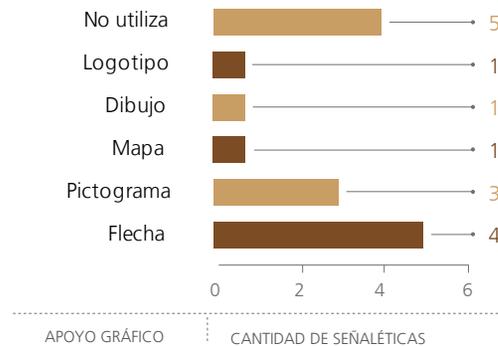


18. Cuadro: Cromatología de las señaléticas

Apoyo gráfico

Al hablar de apoyo gráfico, se contempla cualquier elemento externo al tipográfico que ayude a comunicar la función de la señalética. En este ítem, de los 15 estilos de señalética solo 4 utilizan un recurso en común, las flechas; la siguiente mayoría corresponde a las que no utilizan ningún apoyo gráfico, lo que es bastante malo, ya que la señalética de por sí, al ser un soporte efímero, debe comunicar mucho en poco tiempo, por lo que en este caso los apoyos gráficos son de vital importancia; luego, nos encontramos con el uso de diversos estilos gráficos de pictogramas, los cuales no siempre se entienden o cuesta hacerlo, por lo que no cumplen su función de apoyo gráfico, siendo más bien un elemento decorativo; finalmente nos encontramos en iguales cantidades el uso de un logotipo en la Aldea de Tulor, lo que refleja una identidad particular con respecto de los otros lugares (un indicio de lo que busca la señalética que crearemos), también utilizan un mapa en la señalética orientativa del Valle de la Luna

CANTIDAD DE SEÑALÉTICAS POR TIPO DE APOYO GRÁFICO



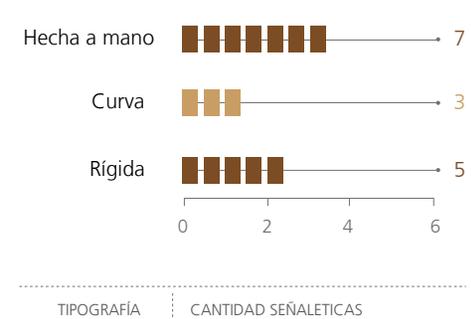
19. Cuadro: Apoyos gráficos en las señaléticas

y finalmente, un dibujo o ilustración grabada en madera de la señalética informativa del Pucará de Quito; estos tres últimos apoyos mencionados se emplean de manera adecuada, pero su problema radica en que no funcionan como sistema, ya que sólo se emplean una vez.

Tipografía

En esta categoría nos encontramos con que la mayoría de las señaléticas emplean el uso de tipografías hechas artesanalmente a mano, lo cual hace que algunas de ellas pierdan legibilidad y no estén a la altura de un sistema de comunicación turística, ya que se ven hechas a la rápida, sin un fin claro; luego le sigue el uso de tipografías hechas por maquina, de las cuales la primera mayoría corresponde a las que emplean terminaciones rígidas lo cual no es acorde al entorno, al verse demasiado contemporáneo y finalmente las menos empleadas son las de terminaciones curvas.

CANTIDAD DE SEÑALÉTICAS POR ESTILO DE TIPOGRAFÍA

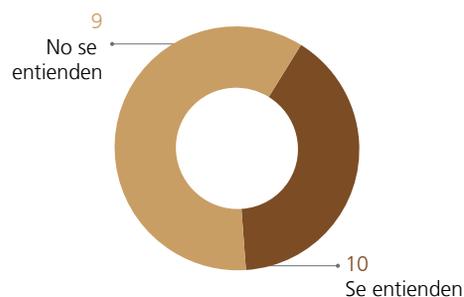


20. Cuadro: Tipografía de las señaléticas

Semántica

En esta categoría se materializan todas las cualidades antes observadas; aquí tenemos que la mitad de los estilos de señaléticas no se entienden, ya sea por un mal contraste, mala ubicación en el entorno o por pictogramas ambiguos. Lo cual refleja que se necesita unificar el sistema y hacerlo de manera que aporte al funcionamiento y estética del lugar; y así eliminar el exceso de códigos gráficos mal empleados por una u otra razón.

CANTIDAD DE SEÑALÉTICAS QUE SE ENTIENDEN



21. Cuadro: Entendimiento de las señaléticas

A modo de conclusión podemos decir que actualmente no existe un sistema señalético que emplee un código gráfico común ni en cada lugar, ni mucho menos en conjunto los 3. Así no encontramos con el uso de diferentes materialidades, formas y cromatologías, sin un sentido aparente; lo que se materializa en lugares ruidosos comunicacionalmente que no orientan ni dirigen a la gente de manera organizada, por lo que generalmente se observa como los usuarios pasan de largo, sin siquiera ver donde estaban estas señaléticas. Por otra parte, se observa que las mayorías indican que la materialidad más recurrente

es la madera y el color más empleado el café; los cuales serán utilizados en la señalética a crear. Así la tarea pendiente será solucionar este problema, con una señalética que se integre con el entorno y posea la identidad del mismo.

2. ANÁLISIS DE TIPOLOGÍAS

En este ítem se analizará las tipologías que puedan servir para tener una idea global de la creación de una señalética como la que buscamos. Éstas tipologías se han agrupado en dos categorías; la primera, tipologías con directa relación con el proyecto; la segunda, aquellas con relación indirecta, pero que puedan aportar en determinados aspectos al proyecto, tal como se muestra a continuación.

2.1 TIPOLOGÍA DIRECTA

En este ítem se analizarán dos ejemplos, el primero será de turismo centrado en la identidad de la zona turística; el segundo, de la factibilidad técnica de tomar rasgos de culturas originarias en el diseño de pictogramas.

2.1.1 TURISMO CENTRADO EN LA IDENTIDAD: FERIA COSTUMBRISTA MAPUCHE KUI KUI.

Este ejemplo es un referente de turismo centrado en el patrimonio cultural de la zona sur de Chile, si bien no es un feria conocida a nivel nacional, sí representa un indicio importante de este tipo de turismo; esta es la feria costumbrista mapuche ubicada en Pucón, en la IX Región. A modo general debemos decir que si bien, la feria posee una identificación directa con la identidad mapuche en su emplazamiento general, ya que muestra su vestimen-

ta, comidas típicas, arquitecturas, entre otras cosas; se ve opacada cuando analizamos la comunicación e identificación utilizada en la feria. (imagen 39)



39. Imágenes: Contraste de estilos gráficos presentes

En las imágenes se grafican los diferentes estilos gráficos que se utilizan para señalar el recinto, siendo el único elemento común, la madera utilizada en diferentes porcentajes y colores. Así nos encontramos con que sí existe la intención de identificar y orientar a los turistas con el lugar; pero la elección de soportes está lejos de ser un sistema; encontrándonos con 3 estilos gráficos que no se unen, ni funcionan desde el punto de vista identitario de cultura mapuche. En la primera foto nos encontramos con una señalización que no se lee bien al no tener contraste y que además es precaria estéticamente; luego en la segunda nos encontramos con un tentativa de modernizar la feria, lo que resulta un elemento discordante a la esencia mapuche lograda a lo largo de toda la muestra, personalmente creo que está bien mezclar elementos contemporáneos con lo identitario, pero el resultado al que llegaron no considera ni las características cromáticas del espacio, ni mucho menos el estilo indígena, generando una pieza que no se une con el resto de la feria; finalmente la cuarta es interesante desde el punto de vista que logra rescatar ciertos rasgos de la cultura mapuche en una imagen más simplificada y que se acerca a lo que nosotros queremos lograr, un pictograma basado en elementos que tengan correspondencia con las culturas originarias de la zona, pero lamentablemente este no logra su función, ya que se pierde entre tantos estilos gráficos presentes, además de encontrarse mal ubicado y funcionar sólo como un elemento decorativo.

Así, los ejemplos de señalética mencionados grafican los problemas principales que presenta la señalética asociada al turismo en lugares de patrimonio cultural chileno, si bien como he repetido, existe un interés y claridad de que esto es necesario; su aplicación práctica no aporta en nada más que ensuciar el entorno visual y generar un caos por una falta de información y adecuada señalización de dichos lugares, generando así, por lo menos en este ejemplo de la zona sur, un recorrido poco orientado

y lejos de ser universalmente entendido.

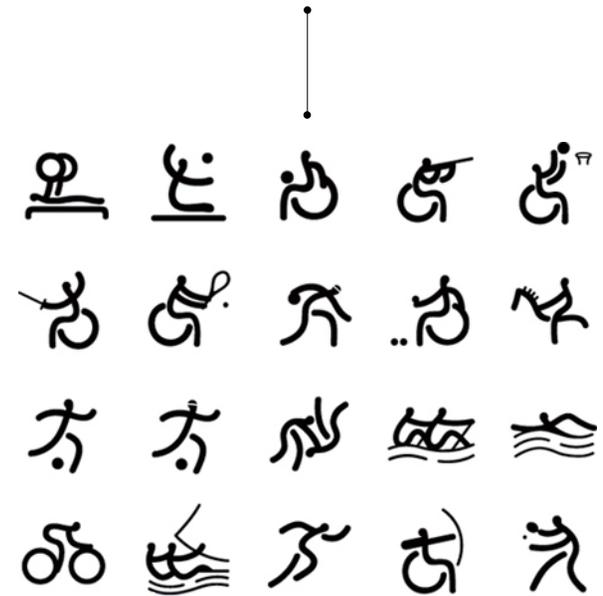
Ahora que ya revisamos el mal estado de la señalética, asociada al turismo actual en Chile, pasemos a estudiar la factibilidad técnica de crear pictogramas que se basen en trazos que rescaten elementos de las culturas originarias.

2.1.2 DESARROLLO DE PICTOGRAMAS CON TRAZOS BASADOS EN CULTURAS ORIGINARIAS

Pictogramas juegos olímpicos Beijing 2008

Los pictogramas (Imagen 40) de los juegos olímpicos del 2008, fueron diseñados en base a la escritura de las culturas originarias de China, en un desarrollo similar a lo que se quiere lograr con este proyecto. Este caso es pertinente para el desarrollo de la investigación, ya que se revalorizaron los trazos originarios en un sistema de pictogramas actual; rescatando las curvas; anchos de los trazos; y un estilo en general que provoca una transferencia directa a nivel signífica entre el grabado original y los pictogramas resultantes. Configurándose este como un ejemplo fidedigno de que la revalorización pictográfica si es posible a nivel operativo.

Luego, en cuanto al diseño de éstos, se observa que a nivel sintáctico tienen una coherencia general, pero si observamos detenidamente, notamos que existe por ejemplo en los pictogramas asociados con agua, una discordancia ya que se podría haber utilizado la misma cantidad de líneas para graficarla; y nos encontramos que unas utilizan 2 y otras 3 líneas. Ese es un elemento importante, ya que con la mínima cantidad de recursos hay que tratar de maximizar la cantidad de pictogramas generados a partir de la modificación de uno, para así generar un sistema más simple y pregnante.



40. Imagen: Calco de un jarrón de bronce grabado hacia el 900 a. C., que son el referente de los pictogramas Beijing 2008.

2.2 TIPOLOGÍA INDIRECTA

2.2.1 SEÑALIZACIÓN VIAL DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS CHILENA

Este ejemplo se configura como una tipología indirecta porque es una señalización y no señalética, por lo cual está estandarizada para todos los lugares de Chile y no cambia de acuerdo a la identidad de la localidad donde se instale. De esta manera nos encontramos con el siguiente sistema pictográfico (Imagen 41) extraído del manual de tránsito de la señalización de atractivos turísticos en Chile; mismo manual donde nos encontramos la siguiente definición:

“Estas señales se usan para informar a los usuarios la existencia de lugares de recreación o de atractivo turístico que se encuentren próximos a la vía, tales como parque nacional, playas, artesanía y buceo, entre otras. Son cuadradas, de fondo café y su símbolo es blanco. Cuando se requiere inscribir una leyenda, ésta es blanca y la señal, rectangular.”

De esta manera no tienen una relación directa con nuestra propuesta, ya que son estándar y no representan la identidad de cada lugar, en las siguientes imágenes se escogió las más representativas para ejemplificar su relación con nuestro proyecto. Así de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo sus significados son los siguientes: parque nacional, cascadas, acantilado, folclore, artesanía, sitio histórico, pueblo o arquitectura interesante, volcán, arqueología y museo. De los cuales debo reconocer que comprendo sin necesidad de su explicación sólo los dos primeros y el museo; que se aleja totalmente de las características formales del sistema pictográfico, al utilizar tipografía en vez de un ícono.

Luego, si analizamos más profundamente descubrimos que en cuanto a su relación sintáctica como sistema; está muy mal hecho; en primera instancia se nota que ocupan diferentes tamaños y grosores de trazos; algunos presentan más detalles en los pictogramas y otros son mucho más simplificados; las curvas y terminaciones son diferentes entre ellos; semánticamente no se entienden; y pragmáticamente no se sitúan en donde debieran ir, personalmente creo que no todos existen en la vida real y sólo fueron creados como norma, pero no se han implementado.

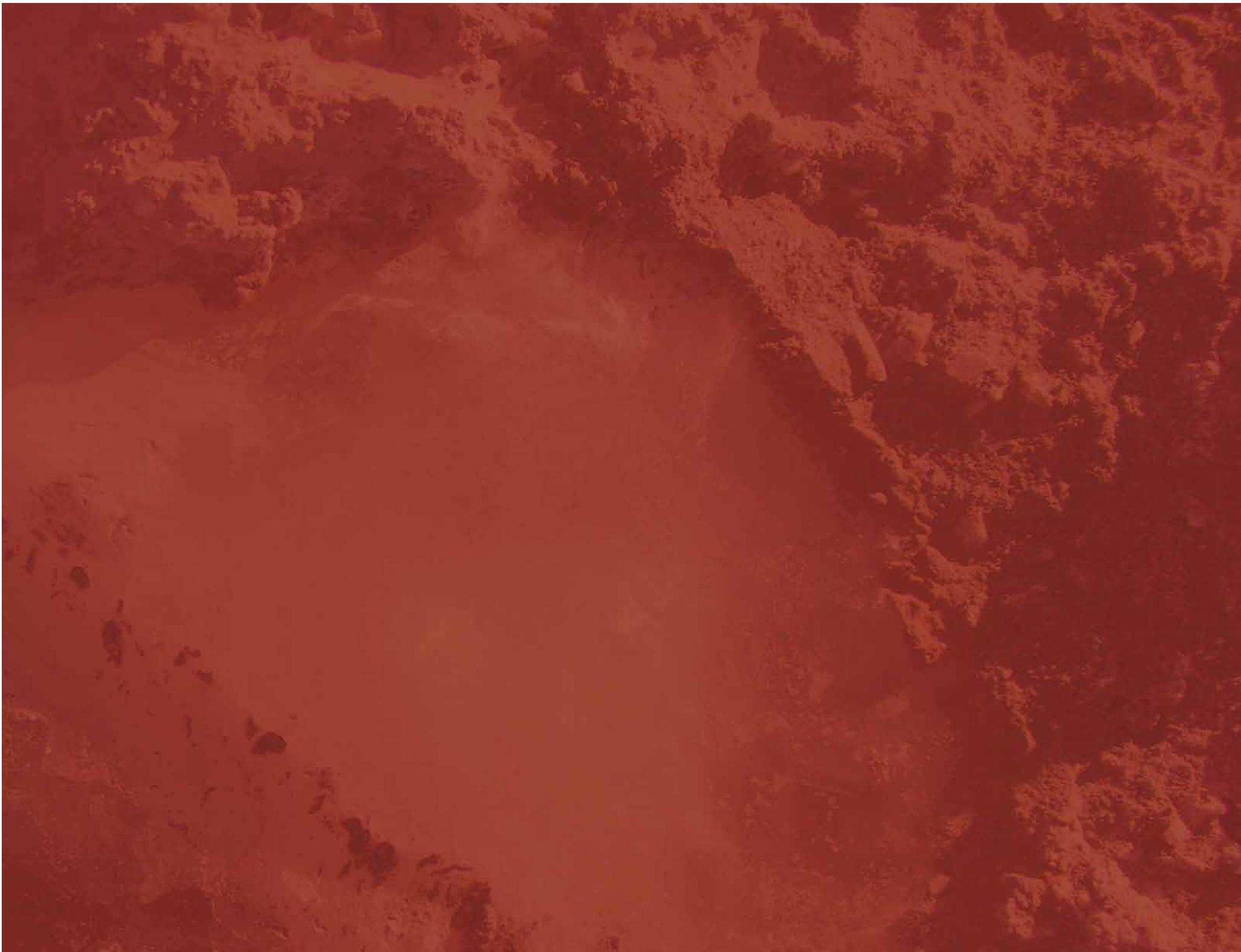


41. Imagen: Selección del sistema pictográfico de atractivos turísticos chileno; Manual de señalización de tránsito.

3. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Terminado el análisis de tipologías, podemos concluir que a nivel de país no existe un buen desarrollo de las señaléticas aplicadas al turismo, comprobándose lo que se planteó en un inicio, no existe una certera comunicación de la identidad de las zonas turísticas culturales del país y si es que la tienen, se ve ensuciada por exceso de señales que no aportan en nada más que opacarla con diferentes códigos gráficos muy mal hechos; demostrando con ello que sí existe el interés de que haya una señalética que informe de los recorridos a los visitantes; por lo tanto sí existe un nicho para el proyecto.

Por otra parte, nos encontramos con que en la práctica no se aplican ni los criterios de legibilidad; antropometría del usuario; conceptualización semántica de los pictogramas, por ejemplo los de atractivos turísticos que acabamos de revisar no se entendían; no consideran la arquitectura y cromatologías del espacio; poseen un mal desarrollo sintáctico de sus trazos, terminación y formas en general; y mucho menos se tiene en cuenta la universalidad que debe tener el pictograma. Estos, sumado a los conceptos revisados a lo largo del marco teórico son los que se deben aplicar en el diseño de nuestro sistema pictográfico, para que tenga un buen resultado desde el punto de vista sintáctico, pragmático y por sobre todo semántico. Finalmente, también es importante tener en cuenta la existencia y tipología de la señalización de tránsito para zonas turísticas; para que señalización y señalética no produzcan confusiones semánticas en el turista; y sobre todo para no caer en los mismos errores morfológico-semánticos que poseen dichos pictogramas. Así comprobamos que el proyecto planteado es necesario ya que ayudará a unificar los lugares de atractivo turístico, dándoles una identidad común que aportará a tener una mejor experiencia de recorrido y que además rescatará ciertos rasgos de la cultura originaria de la zona.





Descripción del proyecto

1. PRINCIPIOS DEL PROYECTO
2. NOMBRE DEL PROYECTO
3. USUARIO
4. CONCEPTUALIZACIÓN
5. SOPORTES A REALIZAR
6. DIFUSIÓN DEL PROYECTO

Luego de haber estudiado las la identidad chilena, el patrimonio cultural y su relación con el desarrollo del turismo, se está en condiciones de decir que no existe una real comunicación de la identidad cultural de las diferentes zonas del país; perdiendo así la oportunidad de difundir, plasmar y guiar a los turistas en un recorrido, que además de ser funcionalmente satisfactorio, sea el transporte de rasgos de nuestra cultura.

1

PRINCIPIOS DEL PROYECTO

En base a esto es que el proyecto a desarrollar se funda en la premisa de aportar al rescate de ciertos rasgos de la cultura originaria chilena, al diseño gráfico y al desarrollo del turismo; esto mediante una revalorización de rasgos de las culturas originarias depositadas en su artes, como petroglifos y cerámicas y su posterior aplicación en un objeto contemporáneo digno de la rapidez y simplicidad de la comunicación actual: la señalética.

El proyecto aplicará su plan piloto en la zona norte del país y específicamente en San Pedro de Atacama, como se definió en el marco teórico principalmente por su alto flujo de turistas tanto chilenos como extranjeros; por la alta presencia de la cultura atacameña en la zona; y finalmente por sus cualidades geográficas, las cuales hacen del lugar un atractivo turístico con una proyección en el tiempo que hacen pertinente el desarrollo de una señalética.

También es importante reiterar que dentro de San Pedro de Atacama; existen muchos lugares con atractivo turístico, pero que para empezar este plan piloto solo contempla a 3 de ellos: La aldea de Tular, el Valle de la Luna y el Pucará de Quitor. Su elección se basó en la cercanía con el pueblo y a que estos recorridos no siempre son contemplados por las agencias de turismo, por lo que en cierta forma quedan a la deriva. De esta forma el estudio se enfocará en dichos lugares, sus recorridos y necesidades dependiendo de sus características específicas.

Por otra parte, la naturaleza del proyecto permite que a futuro pueda ser expandido a todos sus atractivos turísticos, tales como la Laguna Chaxa, Valle de la muerte, Geiser de Tatio, Lagunas Altiplánicas, entre otros. Siendo así un proyecto con alta proyección; pero por un tema de tiempo y complejidad, sólo quedará acotado en un comienzo, a estos 3 lugares mencionados.

2

NOMBRE DEL PROYECTO

Debido al alto potencial que tiene el proyecto, y a la posibilidad de ser presentado en la municipalidad de San Pedro de Atacama se define un nombre de proyecto a modo genérico, que pueda ser presentado tanto en dicho lugar, como en otros municipios de diferentes zonas del país; así el proyecto no queda encasillado en un solo lugar, no perdiendo así su alta proyección en otros lugares.

El nombre escogido es “Identifica” y su bajada “señalética para comunicar nuestra identidad cultural”.

En sí la totalidad del nombre busca reunir los conceptos de identidad y señalética. En cuanto a “identifica” hace referencia al hecho de hacer propios los rasgos de algo, con el fin de singularizarlos del resto, es el tener una propia identidad que nos diferencia. En este caso, el hecho de tener una identidad cultural ligada a culturas originarias, nos hace tener una identidad diferenciada del resto los países, lo cual busca ser aprovechado por la señalética; soporte capaz de plasmar ciertos rasgos de ella, para comunicar dicha identidad a los turistas que visiten la zona; de ahí la bajada “señalética para comunicar nuestra identidad cultural”, la cual viene a esbozar uno de los principales objetivos del proyecto; el lograr mediante el diseño, la comunicación de una identidad cultural a los que recorran los lugares.

Así el nombre del proyecto aglutina los conceptos principales que hacen que se entienda parcialmente su objetivo; el cual es entendido a cabalidad cuando se presenta el proyecto completo. Por lo cual el nombre viene a ayudar a la comprensión rápida del proyecto y a su presentación.

3 USUARIO

Si bien los usuarios o turistas que visitan la zona de San Pedro de Atacama fluctúan entre un amplio espectro de años, definiremos nuestro usuario promedio en base a 2 categorías:

- Jóvenes entre 18 y 25 años; tanto nacionales como extranjeros; que posean el deseo de conocer e impregnarse de la geografía, sus destacados paisajes y de ciertos rasgos de la cultura originaria del lugar, además de disfrutar del recorrido de una manera informada.
- Profesionales, técnicos, trabajadores u otros entre 25 y 65 años; tanto nacionales con extranjeros; que visitan la zona en busca de no sólo el atractivo visual, sino que también quieren saber mayor información del lugar y no siempre cuentan con un guía que les explique bien.

Por ello la señalética a crear deberá ser universal y bilingüe (inglés-español); ya que el usuario podría ser de diferentes nacionalidades y la señalética deberá poder ser decodificada por cualquiera de ellos. Por otra parte, se definió un grupo etáreo a partir de los 18 años, ya que por lo general jóvenes más pequeños no recorren solos las zonas patrimoniales; y si es que lo hacen es en una gira de estudios, por actividades escolares guiadas por un adulto o en otros casos puntuales y aislados, que no representan la mayoría. En cuanto al grupo comprendido entre los 25 y 65 años, se definió en base a que son un grupo activo que puede recorrer las zonas sin necesidad de terceros que los ayuden, por lo cual la señalética sí puede ser un complemento a su visita. También existe un grupo que visita la zona escogida, pero en menor cantidad, esta es la tercera edad, que si bien no se incluyó en el grupo primario; pero eso no implica que la señalética

no sea captada por ellos por rebalse, a pesar de que la antropometría no sea la adecuada para ellos; ya que se tendrían que tener en cuenta otro tipo de restricciones de diseño, acorde a sus cualidades específicas.

4 CONCEPTUALIZACIÓN

Ya definidos el nombre del proyecto, sus cualidades generales y el usuario. Ahora se vuelve de vital importancia el establecer como punto de partida conceptos claves, en los que se basará el diseño de la señalética a crear, los cuales se resumen brevemente a continuación:

Nativo

"Perteneiente o relativo al país o lugar en que alguien ha nacido." (RAE, 2001)⁴²

"Innato, propio y conforme a la naturaleza de cada cosa." (RAE, 2001)⁴³

Este concepto se basa en que el diseño final deberá reflejar, la identidad cultural de San Pedro de Atacama; es decir, aquellos rasgos propios del arte indígena de la zona, el estilo gráfico del pueblo y su entorno cromático en general.

Originario

"Que trae su origen de algún lugar, persona o cosa." (RAE, 2001)⁴⁴

Se refiere a la cualidad específica ligada al patrimonio cultural originario; es decir, que logre generar una transferencia desde los signos de la cultura atacameña al diseño de la señalética creada, tanto morfológica como cromáticamente.

Térreo

"De tierra, parecido a ella." (RAE, 2001)⁴⁵

Esta cualidad se refiere específicamente a la utilización de cromatologías colores tierra. En este caso, la señalética creada deberá tomar en cuenta las cualidades del espacio, es decir, el entorno geográfico de San Pedro de Atacama; el cual está representado por un contexto seco rodeado de desierto. De esta manera, el diseño deberá integrarse con el espacio que lo rodea, procurando no caer en una señalética que pase desapercibida, ni tampoco en una que perturbe el espacio visualmente, con un diseño descontextualizado de su entorno cromático.

5 SOPORTES A REALIZAR

Como hemos revisado a lo largo de la investigación, sabemos que existen diferentes tipos de señalética dependiendo del objetivo que se quiera lograr, es por ello que el proyecto incluirá el diseño de los siguientes tipos de señalética, los cuales en conjunto se constituirán como un sistema completo que incluye; tanto el recorrido dentro de cada uno de los atractivos, como en el trayecto de cómo llegar a ellos tomando el pueblo como punto de partida.

Señalética orientadora

Este tipo de señalética se situará en un punto estratégico del recorrido, el pueblo de San Pedro de Atacama, para contextualizar mediante un mapa general de la zona, que indique dónde se está ubicado en ese momento y cómo se puede llegar a los diferentes destinos desde el pueblo.

42-45. RAE. 2001. Definición. Diccionario de la Real Academia Española.[En línea] Octubre de 2001.[Citado el: 1 de Noviembre de 2010.] www.rae.es

Esta señalética se constituye como la que aglutina los tres lugares y su relación con el pueblo, siendo así la representación gráfica de todo el sistema en conjunto.

Señalética direccional

Este tipo de señalética, estará presente de dos formas; la primera será en el recorrido desde el pueblo hacia los lugares, donde estará presente a modo de señalética de tránsito direccional, indicando cómo llegar a dichos lugares; la segunda estará dentro de cada uno de los lugares, indicando como moverse y hacia donde están los atractivos concretos de cada uno de los lugares. Así mantendremos un recorrido coherentemente unido, entre el pueblo y los atractivos, mediante información que indique distancias y direcciones de cómo llegar; y ordenado con respecto al generar una previsibilidad que haga partícipe al usuario de sus decisiones de circulación, basadas en la información confiable de la señalética que le entregamos.

Señalética identificadora

Luego se encuentra la señalética identificadora, la cual se situará en el mismo lugar donde ocurre el hito, es decir en la entrada de los 3 lugares, con el fin de confirmar la ubicación y así cerrar el ciclo del recorrido realizado desde el pueblo y comenzar con el segundo recorrido; el que ocurre dentro del lugar de atractivo turístico.

Señalética informativa

En este ítem se encuentran las señaléticas que contextualizarán al usuario, mediante información específica del lugar donde se encuentran, ya sea del porqué de su formación geográfica, o de los hitos culturales que hayan ocurrido allí. Estas se dispondrán de manera estratégica dentro de cada uno de los lugares dependiendo de las cualidades específicas que posea cada uno.

Señalética reguladora

Este último tipo de señalética será el encargado de regular en tránsito por los lugares y resguardar tanto la seguridad del usuario, como la conservación de los lugares patrimoniales. Estas se ubicarán en los puntos de conflicto dentro de cada uno de los 3 lugares dependiendo de sus necesidades específicas.

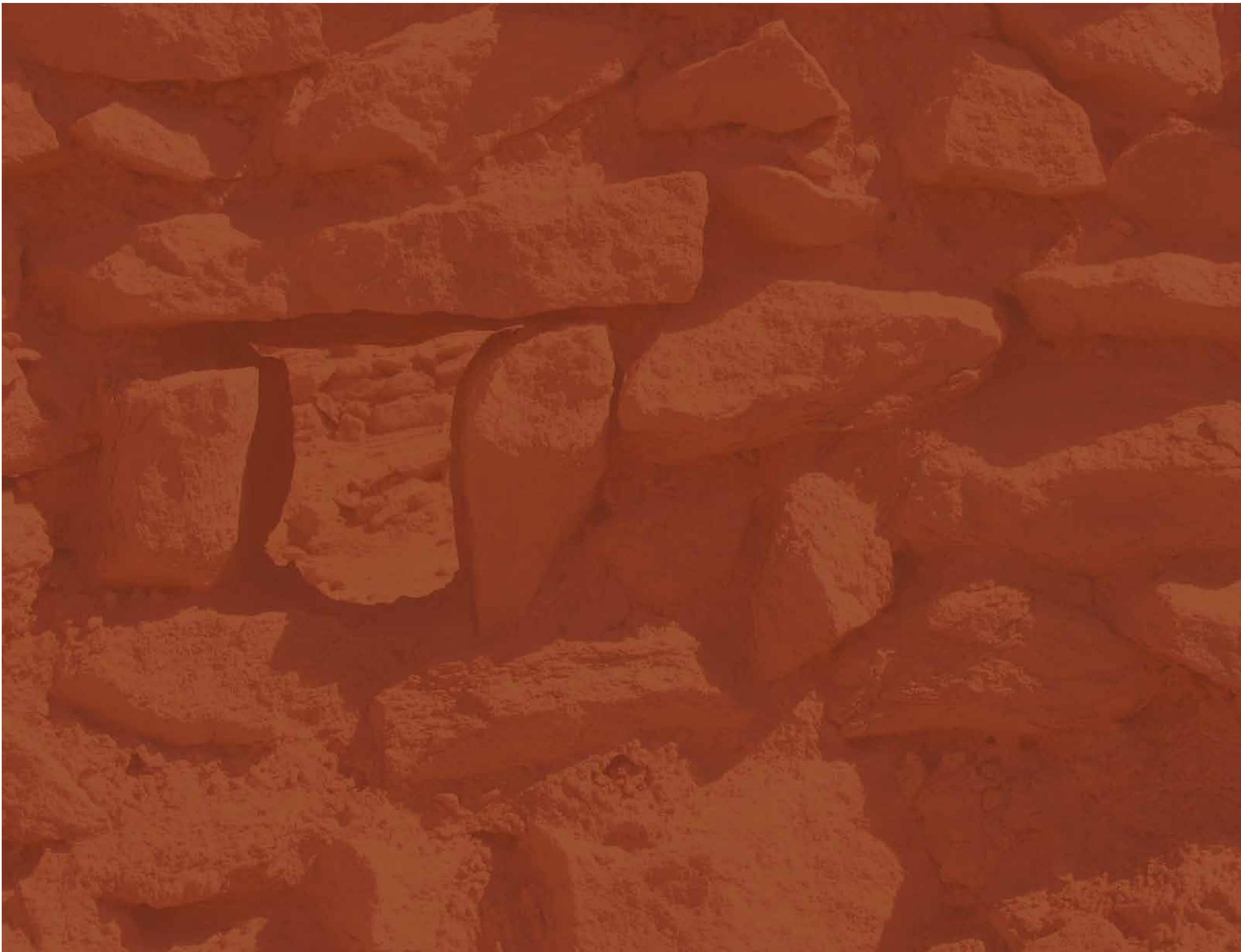
6

DIFUSIÓN DEL PROYECTO

Una vez instalada la señalética, se hará un folleto que difunda, entre los habitantes y turistas de la zona, la creación de esta nueva señalética con características propias de la zona y su cultura, elaborada con el fin de diferenciar SPA de otros lugares y de hacerlo especial a nivel turístico; preocupándose no sólo de su funcionalidad, sino también de su estética ligada a las características del entorno y al rescate de ciertos rasgos de la cultura atacameña. Esta presentación de la implementación del proyecto se complementará con un mapa orientativo de SPA que indique sus principales atractivos y distancias desde el pueblo. Su distribución será gratuita y se hará por medio del SERNATUR, hoteles y hostales de SPA, para difundir entre los turistas el proyecto, se imprimirán 5.000 ejemplares.

Viabilidad

En cuanto a la viabilidad del proyecto, se harán las gestiones pertinentes para lograr contacto con organismos como el SERNATUR, la municipalidad de SPA u otros organismos que regulen la conservación del patrimonio cultural chileno y estén interesados en aportar al desarrollo del turismo en Chile, ligado a la revalorización de nuestro patrimonio cultural; dejando así abierta la puerta a la implementación real del proyecto.





Definición de Diseño

1. MARCA DEL PROYECTO
2. ANÁLISIS DE REFERENTES CULTURA SAN PEDRO O ATACAMEÑA
3. DISEÑO DEL PROYECTO
4. PROYECCIÓN DEL SISTEMA SEÑALÉTICO EN EL ENTORNO
5. SISTEMA COMPLETO
6. PLANIFICACIÓN Y ASPECTOS ECONÓMICOS DEL PROYECTO

1

MARCA DEL PROYECTO

1.1 DESARROLLO DE ALTERNATIVAS

La marca del proyecto debía reflejar el concepto de identidad cultural no sólo en la zona escogida de SPA, sino que al igual que el nombre del proyecto, debía ser de orden genérico, es decir, que fuese posible de utilizar en diferentes lugares de Chile. Es por ello que en un comienzo las alternativas de diseño fueron orientadas al concepto de la identidad no del todo ligado a las culturas originarias, y los resultados desde un principio no fueron los más adecuados, por lo que se cambió abruptamente de idea; de esta manera se tuvo que enfocar el diseño en las diferentes culturas originarias que se encuentran en Chile, siendo este el resultado fina.



IDENTIFICA

Señalética para comunicar nuestra identidad cultural



IDENTIFICA

Señalética para comunicar nuestra identidad cultural



IDENTIFICA

Señalética para comunicar nuestra identidad cultural



IDENTIFICA

Señalética para comunicar nuestra identidad cultural

1.2 SELECCIÓN

El principio básico por el que se rige a la marca es el representar las culturas originarias presentes en Chile, mediante trazados que hacen alusión a 4 grandes grupos de estilo gráficos presentes en las zonas norte, centro y sur del país. De esta manera cobra sentido el nombre "Identifica", ya que tenemos rasgos de dichas culturas depositados en el logotipo e isotipo. Luego, nos encontramos con la bajada "señalética para comunicar nuestra identidad cultural", la cual se reafirma gráficamente mediante un isotipo que utiliza rombos en los cuales se inscriben dichas culturas, estos rombos hacen alusión a las señaléticas, ya que son un elemento que se usa recurrentemente.



IDENTIFICA

Señalética para comunicar nuestra identidad cultural

1.3 ISOTIPO

Fue creado pensando en que existen 4 grandes grupos de culturas originarias en Chile; las cuales podrían ser los referentes de expandirse el proyecto a todo el país. Así nos encontramos en la zona norte; con la cultura Atacameña y la Diaguita, estas fueron separadas porque poseen estilos muy diferentes en cuanto a su expresión artística, plasmada en cerámicas y otros utensilios; la zona centro, si bien mencionamos en el marco teórico que está muy ligada a la cultura española y al desarrollo más contemporáneo, sí existe una cultura originaria ligada a la zona, esta es la Rapa Nui, la cual a pesar de encontrarse en un territorio insular; representa un atractivo turístico marcado por su cultura originaria, lo que la hace muy atractiva para el desarrollo de una señalética en dicho lugar; finalmente nos encontramos con la zona sur, la cual se encuentra marcada por la presencia de la cultura Mapuche.

Los trazos, rescatados de cada una de las culturas, se hicieron de manera suelta e irregular, siguiendo así con la estética de los referentes de los que fueron rescatados:

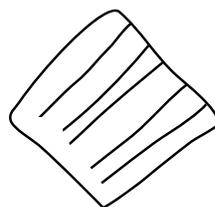
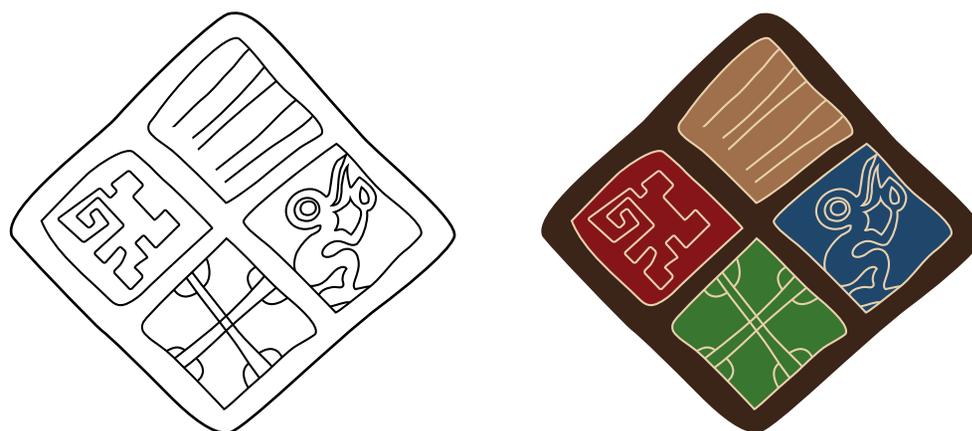
Cultura atacameña: Se rescató el trazado lineal presente en sus cerámicas.

Cultura Diaguita: Se rescató una figura que hace alusión al estilo de sus cerámicas.

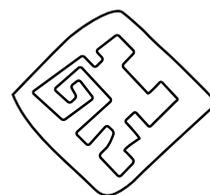
Cultura Rapa Nui: Se rescató la figura del hombre pájaro, muy característica de la cultura.

Cultura Mapuche: Se rescataron los trazos presentes en el Kultrún; indumentaria típica de la cultura.

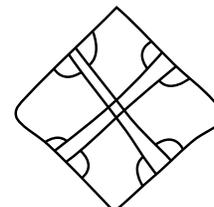
De esta manera, el isotipo aglutina los principios básicos del proyecto y los comunica de una manera pregnante y además estéticamente buena.



Cultura Atacameña



Cultura Diaguita



Cultura Mapuche



Cultura Rapa Nui

1.4 LOGOTIPO Y TIPOGRAFÍA

Las tipografías utilizadas en el logotipo son la PATAGONIA y la ROMY, la primera se emplea en el nombre del proyecto y la segunda en la bajada. En cuanto a la primera, fue escogida por ser una tipografía palo seco, que pudiese ser estándar independiente de las tipografías empleadas para la señalética de las diferentes zonas turísticas, pero también se buscó que no fuera una palo seco común, es por ello que se escogió por sus terminaciones curvas que le quitan rigidez y la integran mejor con los trazos sueltos de los 4 rombos. Luego la tipografía de la bajada se escogió por ser mucho más suelta y cargada de una identidad propia; lo que hace tener al logotipo un detalle fino, que lo hace ser diferente y más pregnante.

La marca del proyecto debía reflejar el concepto de identidad cultural no sólo en la zona escogida de SPA, sino que al igual que el nombre del proyecto, debía ser de orden genérico, es decir, que fuese posible de utilizar en diferentes lugares de Chile. Es por ello que en un comienzo las alternativas de diseño fueron orientadas al concepto de la identidad no del todo ligado a las culturas originarias, y los resultados desde un principio no fueron los más adecuados, por lo que se cambió abruptamente de idea; de esta manera se tuvo que enfocar el diseño en las diferentes culturas originarias que se encuentran en Chile, siendo este el resultado fina.

IDENTIFICA
Señalética para comunicar nuestra identidad cultural

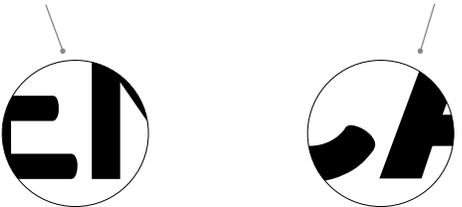
Patagonia

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Romy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

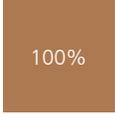
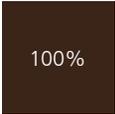
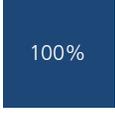
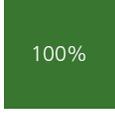
IDENTIFICA



1.5 CROMATOLOGÍA

La cromatología escogida está también marcada por los culturas originarias; de esta manera en las dos culturas presentes en la zona norte, se utilizaron colores tierra, que representan la aridez de la zona; en la zona sur se empleó el color verde, que representa el color más recurrente en la geografía del sur de Chile; finalmente el color azul, se emplea en la zona centro, porque representa el territorio insular de la Isla de Pascua.

Los colores en conjunto se escogieron en tonalidades más terrosas, esto haciendo referencia a los colores de uso recurrente de las culturas originarias; tanto en sus indumentarias, como en sus construcciones o entorno donde se emplazan.

 <p>100%</p>	<p>C: 30 M: 100 Y: 100 K: 35</p>	 <p>100%</p>	<p>C: 35 M: 55 Y: 70 K: 4</p>
 <p>100%</p>	<p>C: 50 M: 70 Y: 80 K: 75</p>	 <p>100%</p>	<p>C: 10 M: 20 Y: 35 K: 0</p>
 <p>100%</p>	<p>C: 90 M: 70 Y: 20 K: 20</p>	 <p>100%</p>	<p>C: 70 M: 5 Y: 90 K: 40</p>

1.6 ÁREA DE SEGURIDAD

Se definió un área de seguridad con el fin de que al emplear la marca, se deje aquel espacio blanco mínimo para que ningún elemento interfiera en esta zona, con el fin de asegurar la visualización óptima y evitar su contaminación visual. Así, mientras más grande sea el Área de Seguridad, mayor será el impacto e identificación de la marca dentro del soporte.



2

ANÁLISIS DE REFERENTES CULTURA SAN PEDRO O ATACAMEÑA

La cultura atacameña posee dos grandes grupos de expresiones artísticas, una son los petroglifos grabados en piedra, los cuales se encuentran en cuevas u otros lugares rocosos; la otra es la alfarería, en ella podemos encontrar diversos estilos gráficos de los cuales rescataremos ciertos elementos para la creación de la señalética.

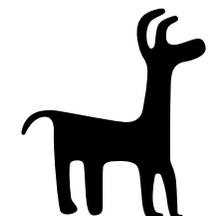
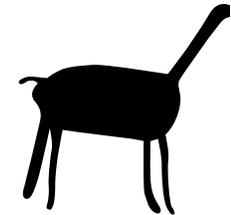
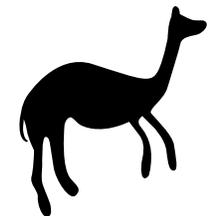
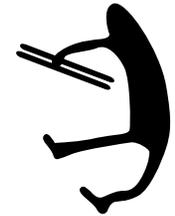
2.1 PETROGLIFOS

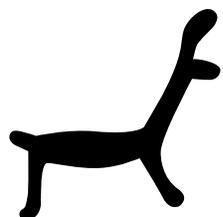
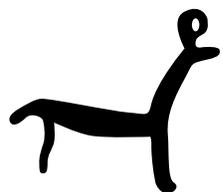
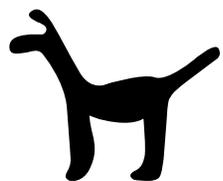
En cuanto a los petroglifos, a modo general se puede decir que sus representaciones más recurrentes empleadas son la figuras de diferentes camélidos, todos con diferentes versiones; algunos con 4 patas u otros de perfil con solo 2 patas, los cuales han sido la viva expresión de la cultura atacameña y de lo que observaban en su entorno. El análisis de estos petroglifos sólo se quedará en un análisis morfológico, quedando excluida la significación de sus símbolos, por estar fuera de nuestros objetivos. En cuanto a su cromatología sólo se rescata que es de colores tierra producto de que son grabados en piedra, por lo que el análisis no será más profundo que eso. En este ítem se abstraerán las formas del color, con el fin de sólo apreciar los trazados, es por ello que se han vectorizado los petroglifos.

Así en cuanto a la morfología, podemos observar que se repite el patrón de trazos irregulares, por ejemplo si tenemos una pata de un grosor, este no es constante, ni tampoco se repite en las otras patas. En cuanto a las terminaciones, podemos apreciar que no siempre son curvas, en algunos casos encontramos terminaciones rectas y más rígidas, esta característica es la que los

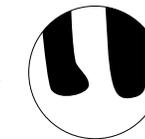
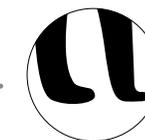
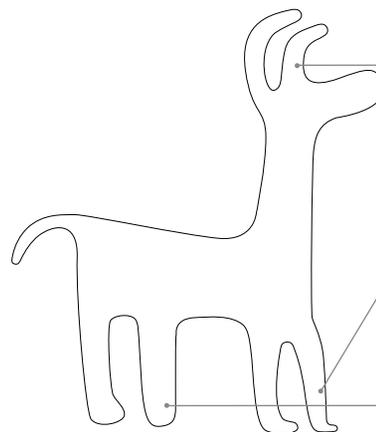
hace tener una morfología irregular que los hace ser más expresivos. Por otra parte, los petroglifos analizados se configuran como figuras simplificadas de lo que representan, ya que no presentan detalles de lo representado, quedándose en figuras más genéricas con un alto grado de abstracción.

Por otra parte es importante destacar que la morfología rescatada sólo nos servirá para la creación de nuevos pictogramas que sigan sus características irregulares, pero en ningún caso se podrán utilizar los mismos petroglifos de camélidos a modo decorativo o estético, ya que podrían causar algún grado de confusión en el usuario al pensar que hay camélidos en el lugar donde se emplean. En este punto es importante tener claros los límites entre la estética y la señalética, ya que esta última al utilizar como apoyo gráfico los pictogramas y flechas, no puede caer en el uso de elementos decorativos que parezcan pictogramas y que puedan confundir al usuario.

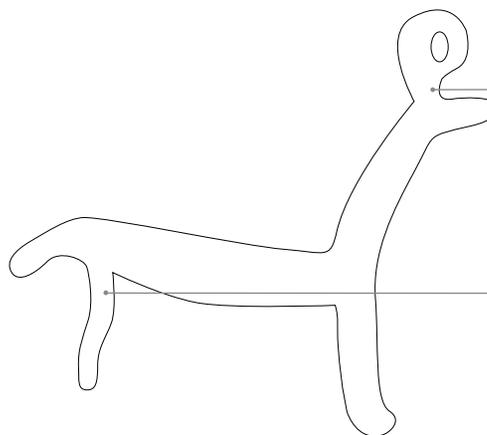




TRAZADOS SIN ESPESOR CONSTANTE; TERMINACIONES IRREGULARES



TRAZADOS CON TERMINACIONES RECTAS Y CURVAS



2.2 ALFARERÍA

Durante el apogeo de la cultura San Pedro más tarde denominada Atacameña, la alfarería se caracteriza por ser simple, utilizando diseños geométricos y lineales grabados sobre cerámicas de un color (negras o rojas), es decir un estilo monocromo. Este es el estilo gráfico de alfarería que se tomará como referente, ya que a lo largo de su desarrollo como cultura, tuvieron diversas influencias de otras culturas, como la Tiahuanaco, la Inca, otras del noreste Argentino y del interior de Bolivia, las cuales se vieron plasmadas en ciertos rasgos de sus trabajos posteriores; pero nunca perdieron su esencia y el estilo que los caracteriza, más limpio y con poca utilización de color, es por ello que nos basaremos en este estilo gráfico en cuanto a la morfología y sólo consideraremos ejemplos de desarrollo alfarero posteriores con otras influencias a nivel cromático.

En los ejemplos se aprecia cómo los trazos más característicos son lineales e irregulares, ya que al ser grabados hechos a manos, tienen una riqueza que los hace más expresivos que un grabado más contemporáneo hecho sistemáticamente. En ellos las figuras más recurrentes son el rombo y el uso de líneas diagonales, el llamado "juego de colas" que simboliza las colas de los camélidos, además se utiliza en diferentes aplicaciones una textura de puntos, los cuales se utilizan para rellenar el interior de las figuras que realizan, en otras palabras se podría decir que es la forma empleada para dar contraste entre las figuras y el fondo de la cerámica. Este me parece un elemento rico a nivel gráfico que puede ser empleado para dar textura a ciertas partes de la señalética.

Por otra parte se observa que si bien las líneas y rombos siguen un patrón continuo, sus líneas interiores no siempre terminan de manera regular, teniendo así unas más largas que otras, en cuanto a los puntos son todos de

diferentes tamaños y terminaciones, características propias de un trabajo hecho a mano expresivamente. Pero aunque en la actualidad solo sea para nosotros eso, un diseño geométrico expresivo, para ellos "era un código simbólico reconocido y aceptado por toda la comunidad" (atacameña, 2010), pero no ahondaremos en ese punto, y solo lo analizaremos a nivel morfológico.

En cuanto a la cromatología más común se encuentra la de las cerámicas simples, roja y negra, pero como se mencionó anteriormente, también existen cerámicas con influencias externas que utilizan el color en un mayor porcentaje, aquí nos encontramos, con el uso de un color de fondo y aplicaciones siempre con el predominio de colores oscuros para dar contraste al fondo, aquí se pueden apreciar figuras con mayor espesor que las anteriores que sólo eran lineales, estas sí poseen un relleno uniforme, no texturizado, además de un mayor desarrollo del color.

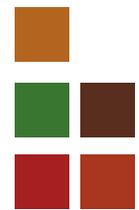
Otro referente que si bien no está incluido ni en la alfarería, ni en los petroglifos es el desarrollo de textiles, los cuales no habíamos mencionado antes, pero me parece importante la aplicación de color que poseen, la cual se enmarca dentro de la cromatología presente en el estilo gráfico del pueblo, colores tierra, como el café, rojo, naranja y verde mezclados entre sí para dar vida a un textil andino.

Es así como la cultura originaria de SPA, se ve marcada por los petroglifos y desarrollo de cerámicas sencillas, elementos que serán de apoyo para la realización de la señalética. A modo de conclusión se concluye que los petroglifos serán utilizados para la creación de nuevos pictogramas que rescaten sus terminaciones irregulares, con sectores curvos y otros rectos, formas que no tienen un espesor continuo y que mucho menos responden a una norma; así los pictogramas a crear si bien conservarán una estructura base común de tamaños, sus terminacio-

nes y trazos en general, responderán a las características de los petroglifos. Por otra parte, el rescate de ciertos rasgos de la alfarería, se hará de manera sutil, es decir, que no interfiera mayormente con el diseño y decodificación de la señalética de manera rápida y eficaz; como revisaremos a continuación.



Cromatología en Textiles



Cromatología en cerámica negra / café oscuro



Cromatología en cerámicas con influencia externa



TRAZADOS MÁS COMUNES ENCONTRADOS EN CERÁMICAS NEGRA Y ROJA:



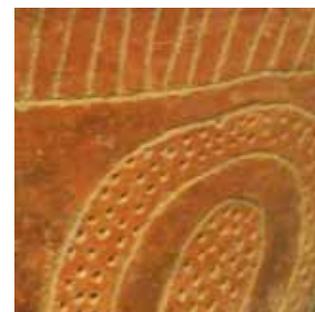
Uso de textura lineal y rombos.



Uso de textura lineal y rombos.



Uso de textura lineal y rombos.



Uso de textura de puntos para delimitar figura y fondo.

3

DISEÑO DEL PROYECTO

El diseño del proyecto, como se dijo anteriormente, estará marcado por la presencia de elementos rescatados de la cultura originaria de SPA, de esta manera, se comenzó con un desarrollo de pictogramas para los diferentes atractivos de los lugares escogidos, para luego dar pie al desarrollo en sí del estilo gráfico del sistema de señalética, y así definir los formatos, tamaños, texturas y las cromatologías a emplear.

3.1 DESARROLLO PICTOGRAMAS POR LUGARES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Como ya se ha mencionado, el desarrollo de pictogramas se hizo basado en el estilo morfológico de los petroglifos de la cultura originaria de SPA, aquí se conservaron las terminaciones irregulares, pero se normalizaron los tamaños entre lugares de atractivos turísticos y los atractivos principales del pueblo; como la iglesia, museo y municipalidad, que son las construcciones más grandes dentro del pueblo y sirven como punto de referencia para ubicarse en el contexto del pueblo.

A continuación se presenta el modo de trabajo que se empleó para llegar a los resultados finales. En un comienzo se realizan los pictogramas siguiendo fotos de referencia, pero ¿cómo conceptualizar un significado tan grande en un solo pictograma que además debe ser preciso y no abusar de la formas? El proceso que se llevó a cabo en base a fotos de referencia de los lugares y a la experiencia personal y colectiva observada de lo que debían representar los pictogramas; es por ello que se definieron 2 categorías de ellos, aquellos que poseen una mayor carga icónica como lo son lo que reproducen lugares arquitectónicos, como la Iglesia, Museo, Municipalidad y la Aldea de Tulor, estos al tener un mayor parecido con lo que

reproducen, son más fáciles de llevar a cabo morfológicamente; en cambio aquellos que poseen mayor carga simbólica, es decir, que representan una serie de conceptos y no sólo uno, son más difíciles de plasmar en una forma; aquí encontramos el Valle de la Luna, que posee diferentes atractivos en su interior, y al estar formado tanto por la cordillera de la Sal, como de formaciones de arena delgada, las dunas, posee un paisaje muy diverso, que hace del lugar un paisaje natural más complejo de conceptualizar. Es por ello que en este caso y en el Pucará de Quito, lo que se hizo como proceso fue buscar lo más representativo y se creó un pictograma que aglutinara dichos conceptos a transmitir, en este caso no se tomó sólo una imagen de referencia, sino que se buscó lo que se quería comunicar como el significado del lugar; es decir, que por ejemplo para una persona que jamás haya visitado el lugar y no tenga ningún tipo de conocimiento acerca de ello, sea capaz de hacerse una idea en su propia mente de lo que a partir de dicho pictograma, es realmente el lugar antes de conocerlo.

En el caso del valle de la luna, se conceptualizó como un lugar de múltiples alturas de formaciones geográficas o cerros, lo cual se complementa con el nombre “Valle de la Luna” que da cuenta de un lugar con ciertas partes planas que hace referencia a la formación irregular y colores de la luna, ahí está el anclaje con que es un lugar para ver la puesta de sol.

Luego, en el caso del Pucará de Quito, la conceptualización se hizo en base a que es una fortaleza, es decir un lugar amurallado, construido de piedras de diferentes tamaños irregulares, que conforman un lugar de defensa, el cual también es un lugar para vivir, por lo cual se le hacen pequeñas ventanas que funcionan como los orificios para lanzar flechas y que además representan una característica universal de casa.

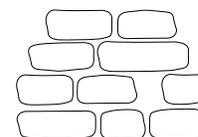
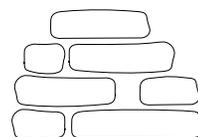
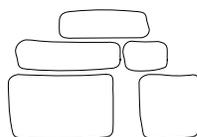
El siguiente conjunto de pictogramas son los pertenecientes a los 3 atractivos turísticos que se encuentran dentro del Valle de la Luna; las cavernas de sal, las tres marías y la gran duna. En este caso su realización también se basó en que poseen una alta carga simbólica asociada a los nombres de fantasía que poseen. Por ejemplo en el caso de las cavernas de sal, en un comienzo fue complicada su realización por el hecho de que al basarse en la morfología de la cueva tal cual es en la realidad, el resultado era confuso, es por ello que se optó por la imagen universal de una cueva, y ella se adaptó con los trazados irregulares propios del lugar.

Finalmente existe un último conjunto de pictogramas, estos son los que se utilizan en las señaléticas de tipo reguladoras y direccionales; aquí se empleó un diseño de flechas y pictogramas humanos que siguieran el estilo gráfico empleado en los pictogramas de lugares o atractivos turísticos. Se siguió con el uso de formas irregulares y curvas que simularan un trazo más suelto. Por ejemplo en el caso de los pictogramas que utilizan la figura humana, se debió estudiar el movimiento o acción que se estaba realizando, en este caso, la subida; primero se partió con un hombre en posición de descanso parado y luego se fue adaptando hasta que se llegó al movimiento que se quería lograr, el mismo proceso se aplicó en los demás pictogramas.

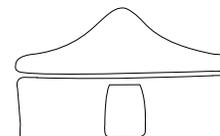
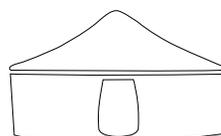
PICTOGRAMAS PARA ATRACTIVOS DEL PUEBLO



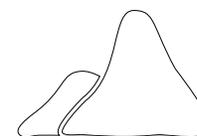
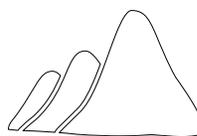
PICTOGRAMA PARA PUCARÁ DE QUITOR



PICTOGRAMA PARA ALDEA DE TULOR



PICTOGRAMA PARA VALLE DE LA LUNA



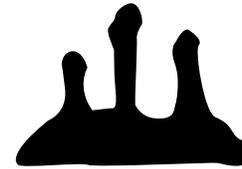
PICTOGRAMAS PARA 3 ATRACTIVOS DEL VALLE DE LA LUNA



Gran Duna

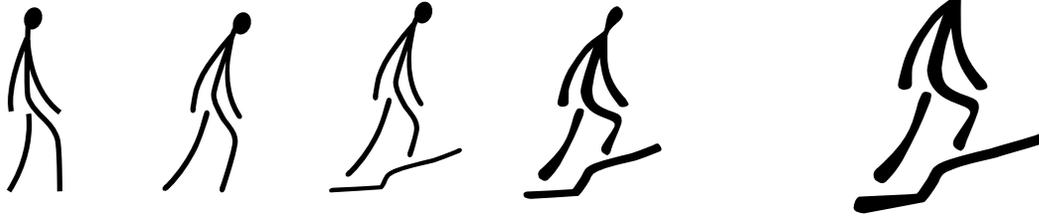


Cavernas de Sal

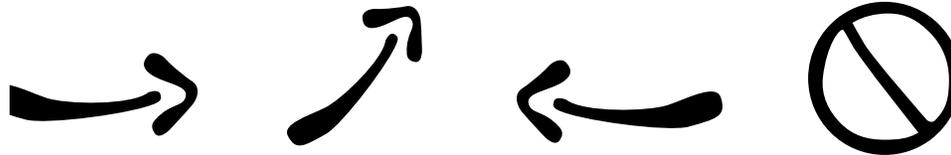


Tres Marías

PICTOGRAMA PARA SEÑALÉTICA DIRECCIONAL



PICTOGRAMAS PARA SEÑALÉTICA DIRECCIONAL Y REGULADORA



3.2 ALTERNATIVAS DE ESTILO GRÁFICO

Con los pictogramas definidos, lo que viene a continuación es la elección de un estilo gráfico de señalética, que cumpla con todos los requerimientos antes mencionados. La complejidad del proceso estuvo en que al tener tantos referentes y por ende; alternativas de diseño, se tuvo que hacer muchos bocetos, para definir cuál era el estilo más pertinente para la naturaleza de la señalética; aquel que debía contar con elementos ornamentales, rescatados de la cultura originaria, pero que además estos elementos no entorpecieran la labor funcional de la señalética; el comunicar sus contenidos de manera rápida y certera.

El proceso se inició con una búsqueda de estilo gráfico en la señalética identificativa, es decir, la que va en las entradas de cada uno de los 3 lugares escogidos, la cual definida, se expandirá a los demás soportes. Se partió con una simplificación del "juego de colas", con el fin de encontrar un soporte con el que se integrara; pero fue en este momento que se descubrió un punto importante, y es que la simplificación tiene un límite que no se debe cruzar, porque de hacerse, empieza a perder su riqueza gráfica, convirtiéndose cada vez más en una forma simple y común. Es por ello que este primer acercamiento fue errado, ya que se veía demasiado forzado y no cumplía con los requerimientos.

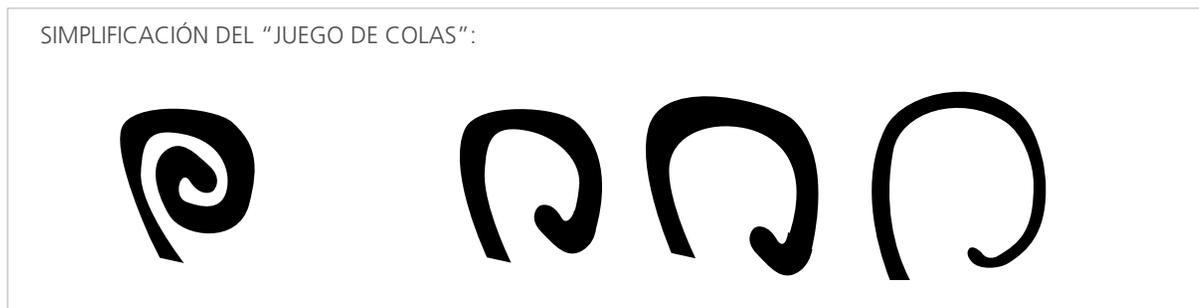
Luego se optó por utilizar los trazados rescatados de las cerámicas monocromas, sin alterarlos mayormente; es en este punto del proceso de diseño, que se descubre un estilo que va tomando más sentido y tiene mayor transferencia con la cultura originaria de SPA. En él se trabaja el color de manera monocroma lo cual hace que las propuestas sean poco pregnantes y llamativas, ya que al estar emplazadas en un entorno desértico, el color es la única forma de contrastar; siempre cuidando no discrepar con su tonalidad de colores más terrosos.

Es en este punto cuando se incluye el color en las propuestas; pero no es cualquier color, sino que son los colores que hemos rescatado tanto de los textiles, como de la gama cromática presente en el estilo del pueblo. Estos colores vienen a dar el detalle gráfico que les falta a las señaléticas, aquel que las hará llamar la atención de una manera pasiva en el entorno, pero imponente en cuanto a su combinación de formas y colores. Así es como las propuestas toman fuerza y se empiezan a desarrollar de manera más detallada; se prueba con diferentes texturas, las de punto, otras lineales, también se prueba el uso de petroglifos; pero se decide que estos últimos entorpecen la decodificación de la señalética, ya que como poseen una alta carga icónica ligada a los camélidos, hacen que se pierda la atención en el pictograma central; del lugar a visitar.

Es en este punto también que se prueba con la utilización de formas provenientes de cerámicas locales pero con influencia de otras culturas aledañas; aquí notamos que estas formas al ser muy similares a otras culturas del norte de Chile, la señalética pierde la identidad de la cultura propiamente de SPA, por lo que se opta por desarrollar el estilo gráfico en base a la morfología de las cerámicas monocromas; pero con la cromatología de las policromas y de los textiles.

Siguiendo con el proceso, se prueba la utilización del rombo, que es una figura muy común en la alfarería, luego se hace una tentativa combinación de 4 texturas diferentes inscritas en cuadrados, pero por un tema estético y de saturación de la señalética, se decide que lo más apropiado es el empleo de una sola textura que si bien llame la atención, no ensucie la señalética con un exceso de códigos diferentes; y en cuanto a la utilización de rombos o cuadrados, se decide que los rombos son mucho más representativos de la cultura, por lo que los cuadrados se descartan.

Pero este proceso nos sólo incluye la señalética de tipo identificativa; sino que paralelamente cuando ya hay ciertas cosas definidas, se va desarrollando el diseño de los demás tipos de señaléticas acordes a los estilos gráficos antes mencionados. Aquí se muestra una selección de algunos de ellos; tanto de señaléticas reguladoras, como de informativas.



ESTILO GRÁFICO BASADO EN CERÁMICAS MONOCROMAS:



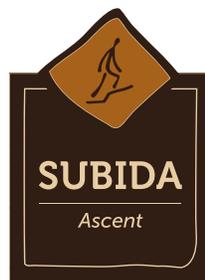
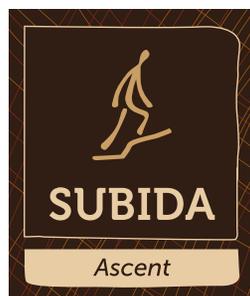
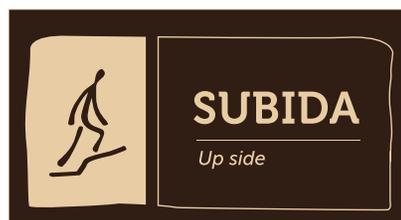
ESTILO GRÁFICO BASADO EN CERÁMICAS CON INFLUENCIA EXTERNA A LAS ATACAMEÑAS:



ESTILO GRÁFICO CON TEXTURAS DE CERÁMICAS MONOCROMAS; CROMATOLOGÍA DE TEXTILES Y ESTILO GRÁFICO DEL PUEBLO:



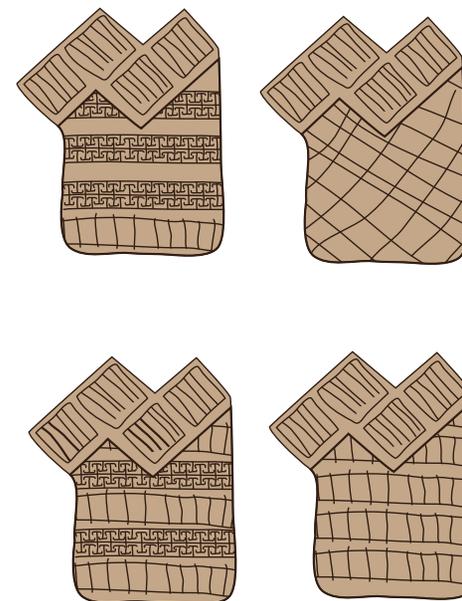
ALTERNATIVAS PARA SEÑALÉTICA REGULADORA



ALTERNATIVAS PARA SEÑALÉTICA INFORMATIVA:



ALTERNATIVAS PARA LA BASE DE LA SEÑALÉTICA INFORMATIVA:



3.3 ALTERNATIVAS TIPOGRÁFICAS

En cuanto a la tipografía, en el marco teórico se mencionó que las más utilizadas son las palo seco y que por la naturaleza de la señalética no convenía utilizar tipografías muy recargadas, que entorpecieran la decodificación rápida de la señalética. Es por ello que se buscaron diversas alternativas tipográficas que fueran limpias, pero a la vez que tuvieran algún rasgo que la hiciera diferentes de las típicas que se utilizan, como la Frutiger y Univers. En esta etapa de diseño las opciones probadas fueron la PATAGONIA, MUSEO, OBLIK, COOPER BLACK y FRANKLIN GOTHIC.

De las cuales, la Cooper Black se escogió por ser suelta y con terminaciones de curvas suaves; la Patagonia, por tener terminaciones curvas y ser bastante legible; la Museo, por ser legible y además tener un serif interesante que la hace diferente del resto; la Oblik, para probar cómo se veía una tipografía más contemporánea y con terminaciones tanto rectas como curvas; y finalmente, la Franklin Gothic, que se escogió por ser legible y contrastar con las demás tipografías al ser palo seco y con terminaciones rectas.

PATAGONIA / Patagonia

MUSEO / Museo

OBLIK BOLD / Oblik Bold

COOPER BLACK / Cooper Black

FRANKLIN GOTHIC BOOK / Franklin Gothic

3.4 SELECCIÓN Y NORMAS GRÁFICAS

Ahora que ya revisamos el proceso de diseño; se ha llegado a la etapa de presentar las señaléticas definitivas y definir sus normas gráficas.

3.4.1 ESTILO GRÁFICO

En cuanto a la morfología general del estilo gráfico empleado, se definió aquel que utiliza los rombos y la aplicación de texturas sólo de manera sutil, en cuanto a los tipos de señalética se definieron los siguientes que corresponden al ejemplo del subsistema empleado en la aldea de Tulor.

Señalética identificativa

Se definió que lo más importante es el pictograma icónico del lugar, por ello se agrandó de tamaño y se le dio mayor jerarquía en el formato, de modo que tuviera más importancia visual que los rombos que se encuentran en la parte superior. Por otra parte, cabe destacar que todas las señaléticas incluyen sus textos tanto en español, como en inglés.

Señalética informativa

Este tipo de señalética se creó en base a la señalética identificativa, conservando el rombo superior, para que tuviera unidad a nivel de sistema, además consta con una base de madera grabada con otra de las texturas rescataadas de la cultura atacameña. La idea de su formato es que funcione a modo de "hito", es decir, que se encuentre en lugares específicos marcando un punto importante de interés e información. En este tipo de señalética, existe un caso excepcional en el valle de la luna, el cual al tener 3 atractivos interiores que identificar; no podía utilizar la señalética informativa genérica, por lo que se tuvo que adaptar y crear una nueva versión de esta señalética, de modo que funcionara como identificadora del lugar (con

su pictograma) y que además explicara los fenómenos que allí ocurrían, pero siempre conservando la estructura base del rombo para que hubiera unidad entre los 2 tipos. Los textos reales que irán en estas señaléticas se adjuntan en el [anexo 2](#).

Señalética direccional

En primera instancia se encuentra la señalética direccional que indica la dirección hacia los 3 destinos, ésta se construyó de manera de ser ampliamente legible y ordenada, ya que debe ser captada en un menor tiempo que los demás tipos de señalética al funcionar como señalética vial y verse desde un auto. En este caso, se eliminó el texto en inglés porque la señalización vial de por sí, es sólo en el idioma del lugar, y al utilizar más información se ensuciaría el contenido universalmente entendido; el nombre del lugar, apoyado con su ícono y flechas que indican hacia donde se encuentra.

En segundo lugar se encuentra la señalética direccional dentro de los atractivos turísticos, se definió en base a 2 tipos, aquellas que indican acciones como subida-bajada, las cuales se apoyaron con pictogramas con forma humana indicando la acción; y aquellas que indican direccionalidad, en las cuales se utilizó el apoyo de flechas. Todos los apoyos gráficos fueron hechos en base a la morfología explicada en la creación de los pictogramas. En este caso, el texto en inglés es resaltado con mayor contraste que en la señalética identificativa porque en general las señaléticas direccionales y reguladoras son más desechables que las demás, es decir, que se usan y olvidan con rapidez, a diferencia de las informativas e identificativas que poseen un mayor tiempo de estancia frente a ellas.

Señalética reguladora

Esta posee el mismo formato que la señalética direccional y para su mejor entendimiento se utilizó sólo el símbolo universal de prohibición, es decir, la franja diagonal ins-

crita en el círculo, acompañada de la prohibición escrita en palabras; de esta manera, se evitaron confusiones semánticas producto de pictogramas ambiguos, ya que representar por ejemplo "no salirse del sendero" en un pictograma, era bastante confuso.

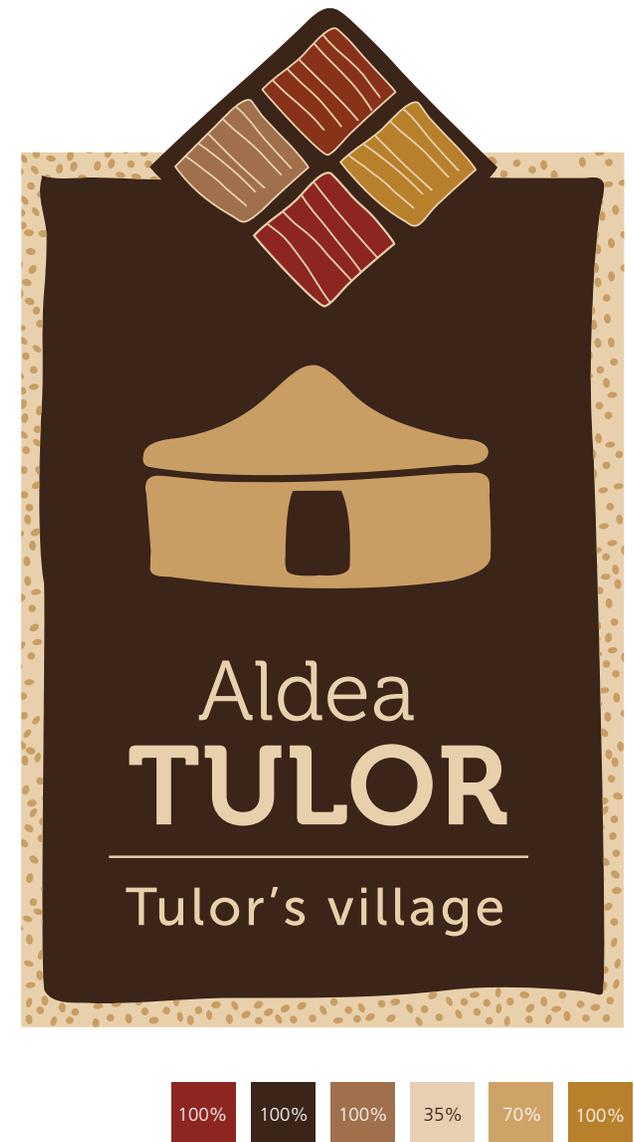
Señalética Orientadora

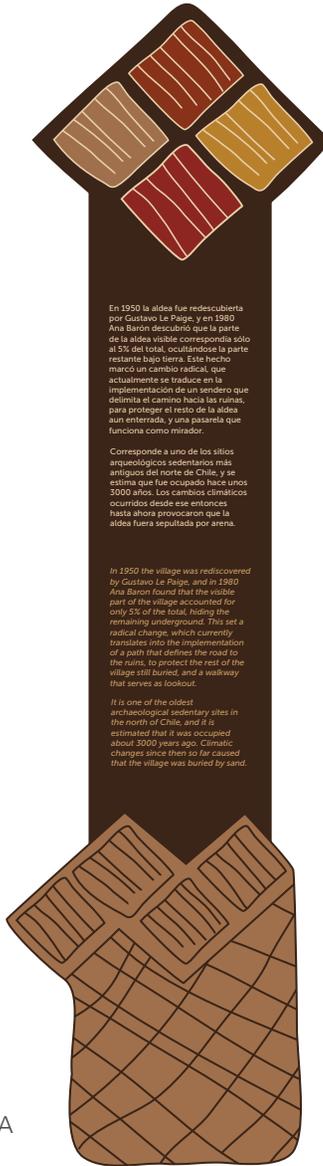
Esta es una señalética genérica que se ubica en el pueblo de SPA, cumple la función de contextualizar e unir los 3 lugares con su llegada desde el pueblo. Ésta sigue el estilo gráfico de los otros tipos de señalética; teniendo como principal jerarquía el mapa de ubicación, que muestra la ubicación actual, además se incluyó las distancias desde el pueblo hacia los 3 destinos escogidos, con el fin de hacer el mapa más útil. La idea de esta señalética es que de implementarse el proyecto en SPA, pueda ampliarse el mapa y así ubicar la totalidad de los atractivos que allí existen y mostrar cómo se llega a ellos desde el pueblo.

SEÑALÉTICA DIRECCIONAL PARA CAMINOS



SEÑALÉTICA IDENTIFICATIVA





SEÑALÉTICA INFORMATIVA GENÉRICA

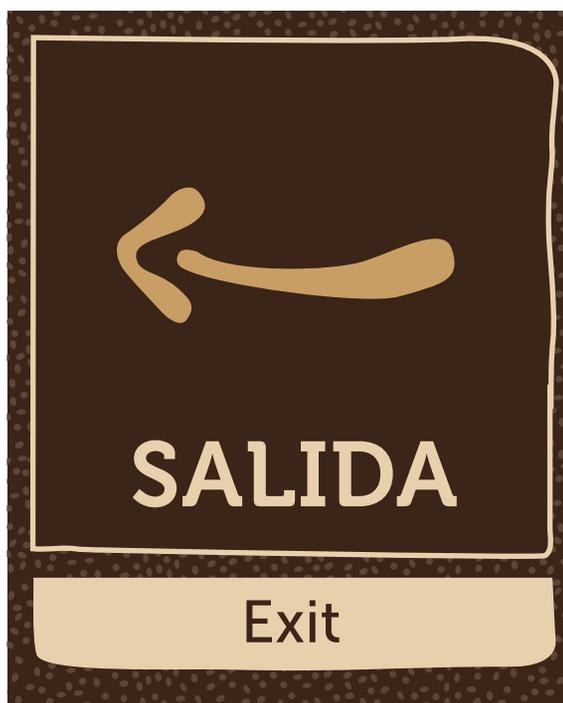


SEÑALÉTICA INFORMATIVA PARA ATRACTIVOS ESPECÍFICOS

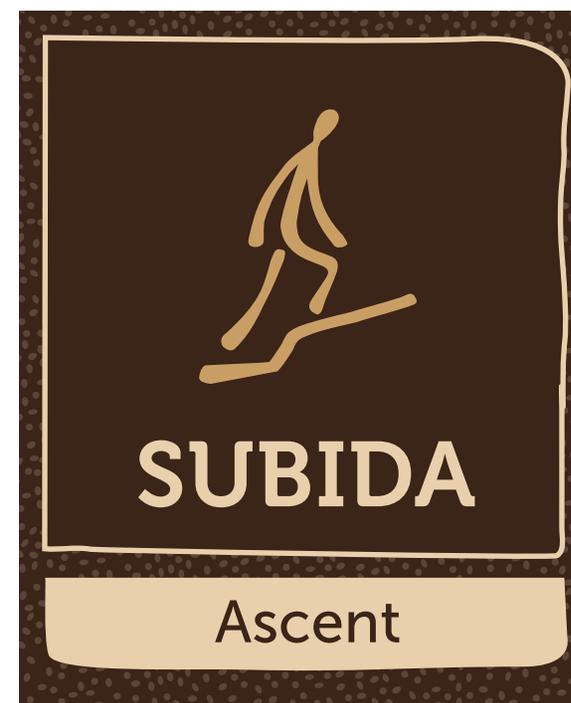




SEÑALÉTICA REGULADORA



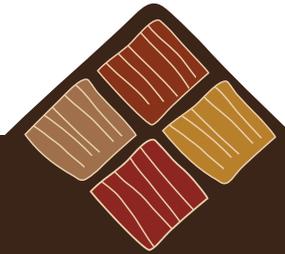
SEÑALÉTICA DIRECCIONAL



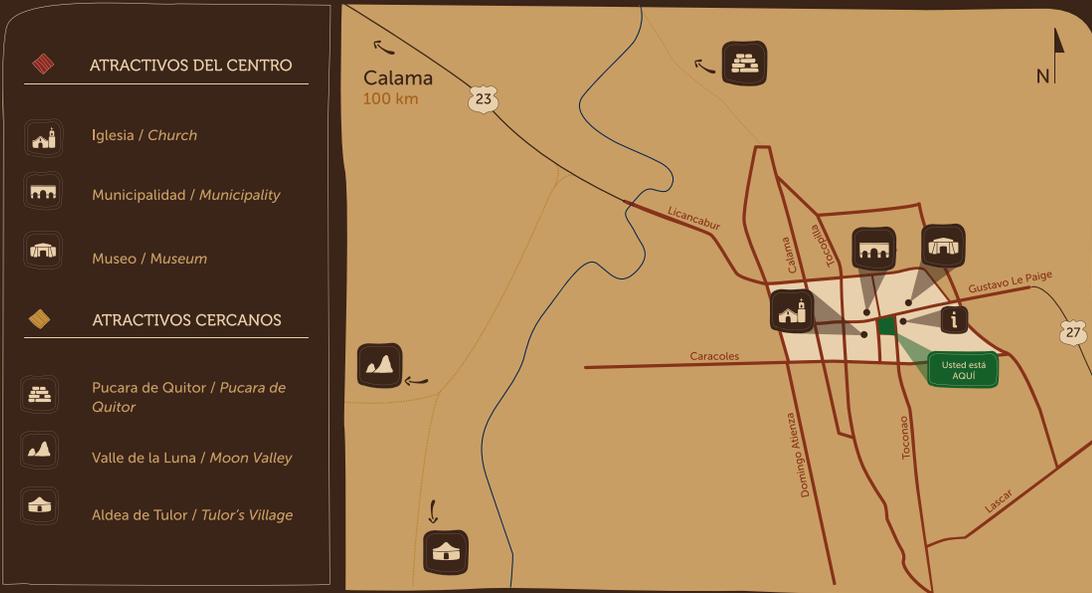
SEÑALÉTICA DIRECCIONAL



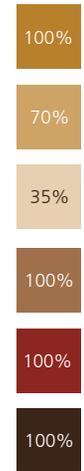
SEÑALÉTICA ORIENTADORA



San Pedro de Atacama



Distancias desde el centro	Simbología	Más información
Pucará de Quitor ----- 3 km	— Río San Pedro	SERNATUR
Aldea de Tulor ----- 5 km Camino de tierra	Tel: (55) 85 14 20
Valle de la Luna ----- 17 km	— Carretera principal	(*) En este mapa las distancias geográficas están distorsionadas.
	□ Centro del pueblo	
	■ Plaza	
	ⓘ Centro de información SERNATUR	



3.4.2 CROMATOLOGÍA

La cromatología, como se ha dicho en reiteradas oportunidades, se basó tanto en el estilo gráfico del pueblo, como en los textiles y alfarería de la cultura originaria de SPA, así los colores escogidos, se presentarán en porcentajes de CMYK, para luego buscar sus equivalentes en pintura en el momento de la construcción de la señalética propiamente tal.

100%	C: 25 M: 50 Y: 90 K: 10	100%	C: 35 M: 55 Y: 70 K: 15
70%	C: 25 M: 50 Y: 90 K: 10	100%	C: 10 M: 90 Y: 85 K: 45
35%	C: 25 M: 50 Y: 90 K: 10	100%	C: 50 M: 70 Y: 80 K: 75
		70%	C: 50 M: 70 Y: 80 K: 75

3.4.3 TIPOGRAFÍA

De todas tipografías probadas, la escogida fue la Museo, porque además de ser legible, posee un serif interesante cuyas terminaciones combinan las curvas con rectas, lo que hace que se integre de manera adecuada con los pictogramas y su morfología, lo que la hace más atractiva para títulos de las señaléticas que otras de las tipografías probadas; además es muy versátil, ya que tiene una familia tipográfica amplia con versiones regular, médium, bold y una Museo Sans, que nos permite combinar los títulos con serif, con información en párrafos en San Serif. La MUSEO 300, se utiliza en todos los títulos importantes, menos en la señalética identificativa que el nombre del lugar se destaca con la MUSEO 500; luego, la MUSEO SANS se utiliza en los párrafos más extensos, combinada con la MUSEO ITALIC para la versión en inglés.

Museo 300

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Museo 500

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Museo Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Museo Sans Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

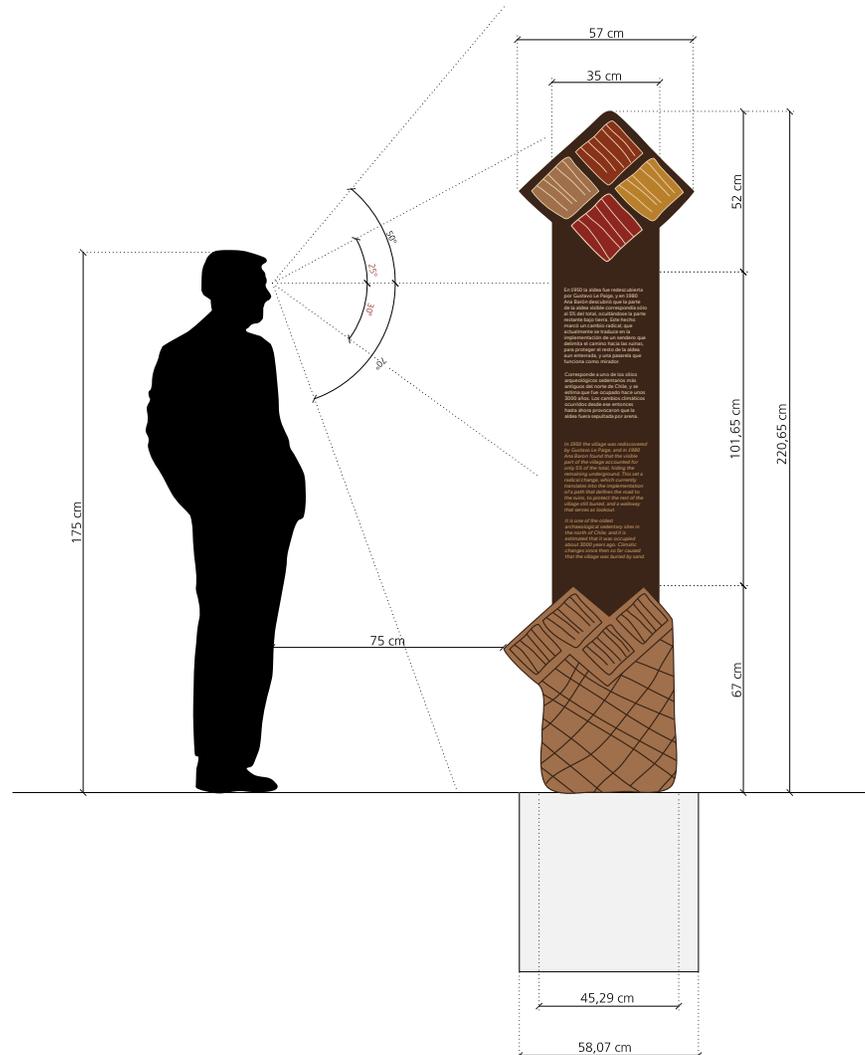
3.4.4 TAMAÑOS

Este ítem se desarrolló teniendo en cuenta el espectro cubierto por el grupo objetivo de la señalética; el cual comprende a mujeres y hombres entre los 18-65 años, los cuales son de diferentes nacionalidades. Este es un punto importante para definir acertadamente una altura de referencia para la normalización de los tamaños, para ello se debió diseñar para el percentil 95 de la población; teniendo en cuenta las alturas de hombres y mujeres de las edades comprendidas entre los 18-65. De esta manera diseñamos para una gran mayoría de la población. Según los estándares antropométricos definidos por (Panero, y otros, 1983)⁴⁶, las alturas que consideraremos son las siguientes:

ALTURA (CM) - PERCENTIL 95					
EDAD	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55- 65
Hombres	185,7	185,7	184,2	184,7	183,4
Mujeres	172,5	170,9	170,7	170,7	169,2

De esta forma, tendremos que definir una estatura que haga referencia a todas las mencionadas del percentil 95°, tanto para hombres, como para mujeres, está bordea el 1.75 m aprox., es por ello que se tomará esta estatura para definir los tamaños de los formatos, y los ángulos de visión que tendría una persona de esta altura. De esta manera, al considerar dicha estatura, los resultados en las señaléticas fueron los siguientes:

SEÑALÉTICAS INFORMATIVAS



46. Panero, Julius y Zelnik, Martin. 1983. Las dimensiones humanas en los espacios interiores, estándares antropométricos. Barcelona : Gustavo Gili, 1983.

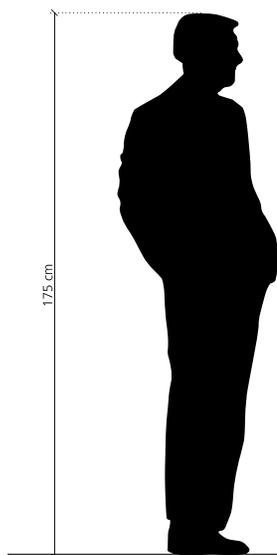
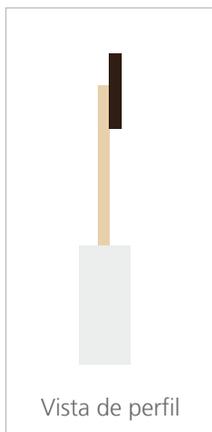
SEÑALÉTICA ORIENTADORA



SEÑALÉTICAS IDENTIFICATIVAS PARA ESPACIOS MÁS CERRADOS

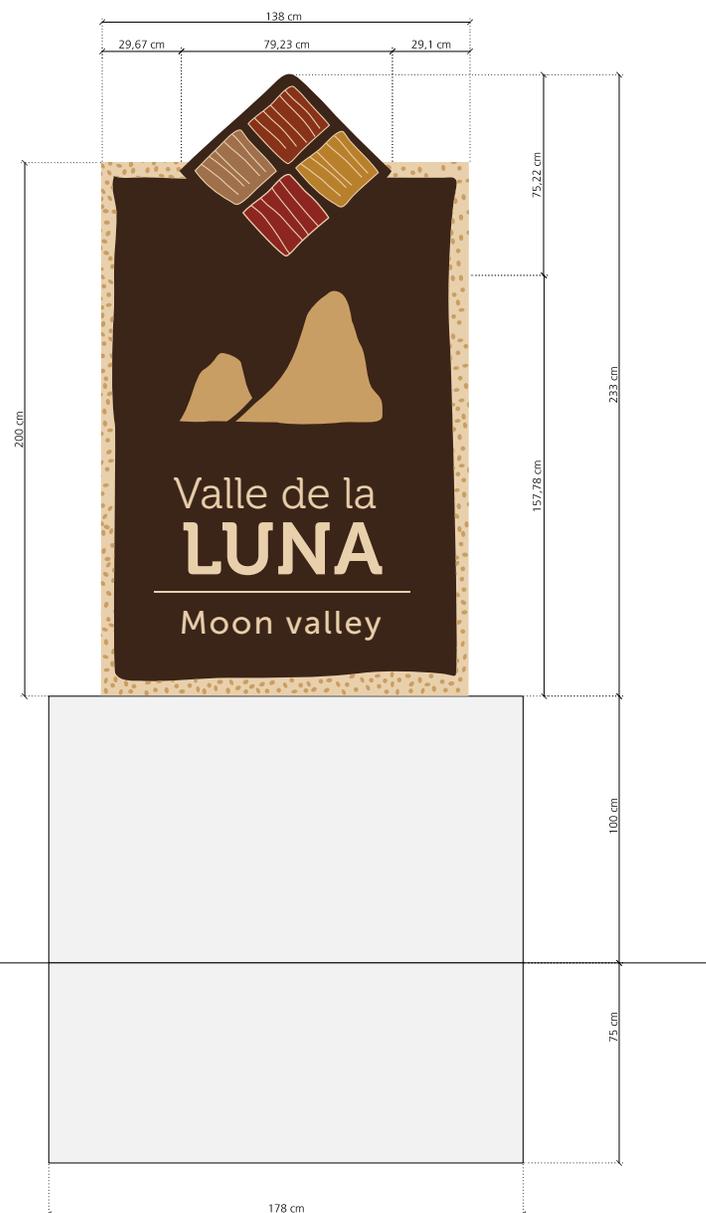
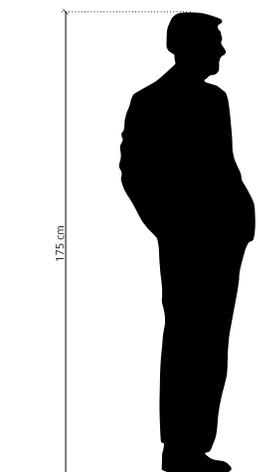
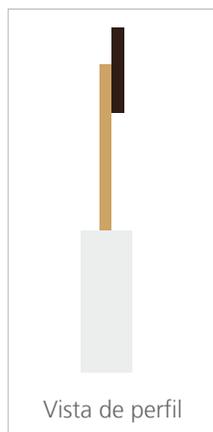
Se establecieron 2 medidas para este tipo de señaléticas, dependiendo de cómo es el espacio donde se emplazan.

Estas medidas corresponden a las señaléticas que se ubican en un espacio más cerrado, por lo cual no necesitan tener una gran dimensión; en este ítem se encuentran las señaléticas identificativas de la Aldea de Tulor y el Pucará de Quito.



SEÑALÉTICAS IDENTIFICATIVAS PARA ESPACIOS MÁS ABIERTOS

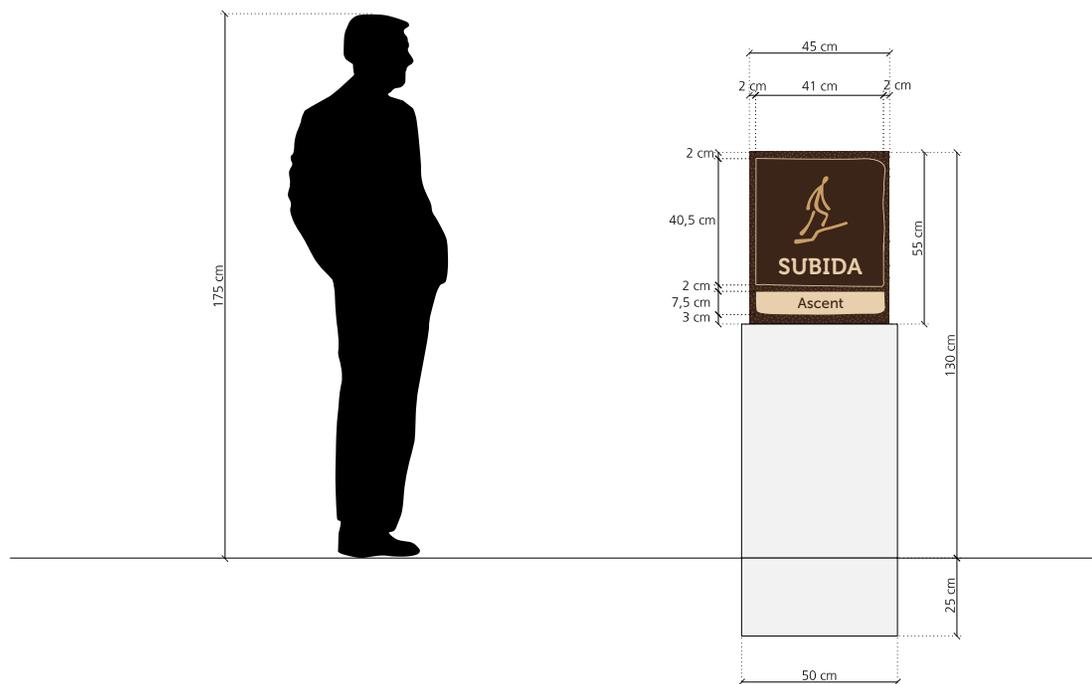
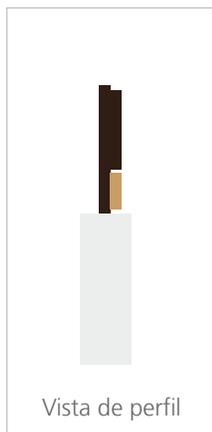
Estas medidas corresponden a las señaléticas que se ubican en un espacio más abierto, ya que al emplazarse en medio del desierto, su dimensión debe ser mayor; en este ítem se encuentra la señalética identificativa del Valle de la Luna



SEÑALÉTICAS DIRECCIONALES Y REGULADORAS EMPLAZADAS EN TERRENOS CON PENDIENTE

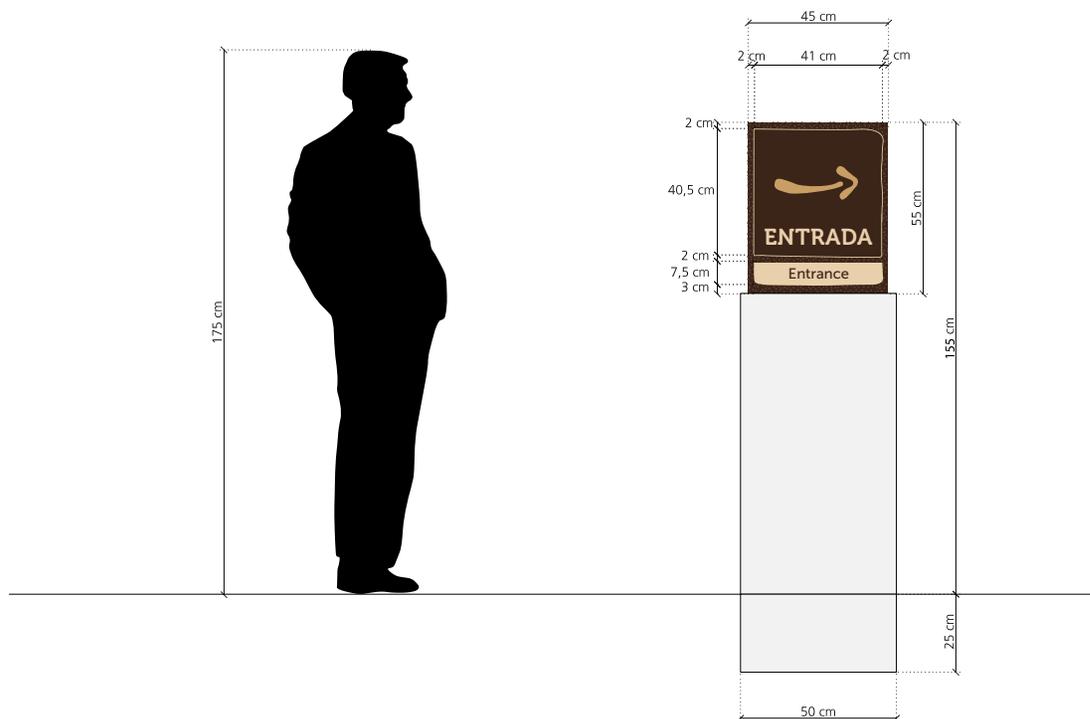
Se establecieron 2 medidas para este tipo de señaléticas, dependiendo de cómo es el suelo donde se emplazan.

Estas medidas corresponden a las señaléticas que se ubican en un terreno con pendiente; como ocurre en el caso del Pucará de Quito.



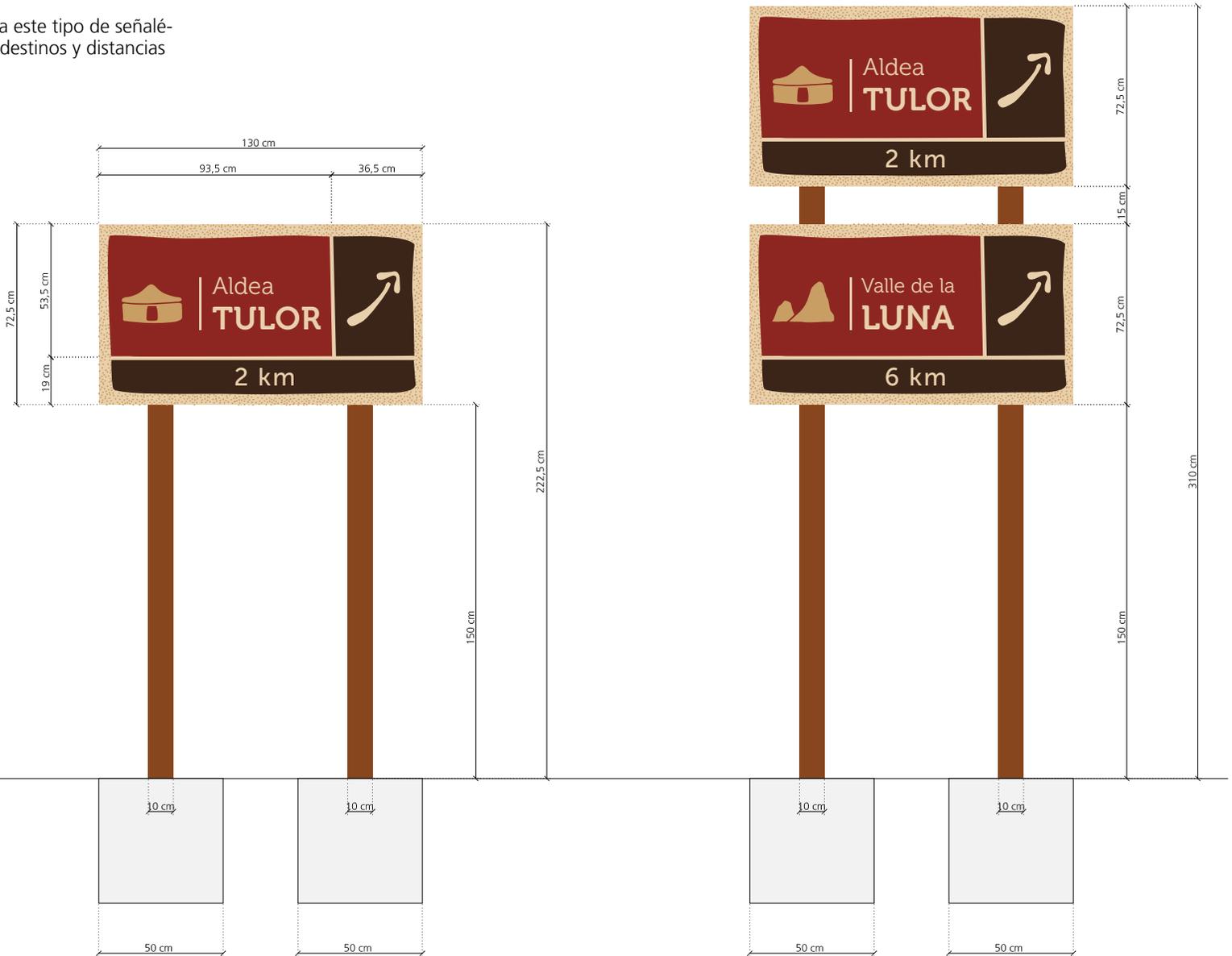
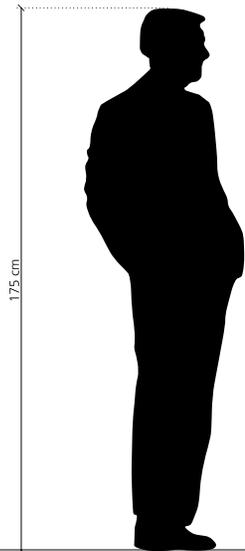
SEÑALÉTICAS DIRECCIONALES Y REGULADORAS EMPLAZADAS EN TERRENOS PLANOS

Estas medidas corresponden a las señaléticas que se ubican en un terreno plano; como ocurre en el caso de la aldea de Tulor y el Valle de la Luna y en camino de entrada hacia el Pucará de Quito.



SEÑALÉTICAS DIRECCIONALES PARA CAMINOS

Se establecieron 2 medidas para este tipo de señaléticas, dependiendo de cuántos destinos y distancias deben indicar.



3.4.5 MATERIALIDAD Y SOPORTES

La materialidad definida para las señaléticas es la madera de algarrobo, la cual es una madera nativa de la zona de SPA, que se ocupa comúnmente en las señaléticas de dicha zona; en su defecto podría ser madera de Raulí si es que, al construir la señalética en Santiago, no estuviera disponible. Ya que ambas poseen cualidades tanto estéticas como funcionales que las hacen óptimas para su uso en señalética.

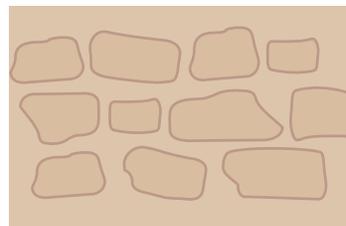
En cuanto a las características técnicas se usará una madera de 2 pulgadas de espesor, es decir, de 4.9 cm aprox.; para unir las maderas se usará el ensamble tipo finger, para así ir pegando los pedazos e ir formando el panel señalético completo (ya que las dimensiones de las maderas son más chicas que el tamaño total de los paneles); las uniones de las maderas se complementarán con perforaciones, tarugos y pegamento, para dar la firmeza necesaria al panel; luego para fijarlas al piso se utilizarán poyos de hormigón, los cuales se encargan de hacer auto soportante la señalética al unir los pilares con el poyo; y la unión de los paneles a sus pilares se hará con un empalme a media madera; en cuanto al trabajo de carpintería se cepillará, teñirá y barnizará la madera, con el fin de no perder las vetas de la madera y de protegerla, ya que al estar expuesta a los factores ambientales podría sufrir de putrefacción; finalmente está el grabado, el cual se hará con un Router CNC, con el que se lograrán los bajo relieve de los textos y texturas.

Por otra parte, la señalética orientadora de la plaza, se imprimirá con serigrafía, la cual permite el traspaso de tinta a la madera, obteniendo un resultado que no bloquea de todo las vetas de la madera y así poder lograr los detalles que necesita de por sí un mapa; el resto de las partes de esta la señalética se construirá de la misma forma que hemos explicado arriba.

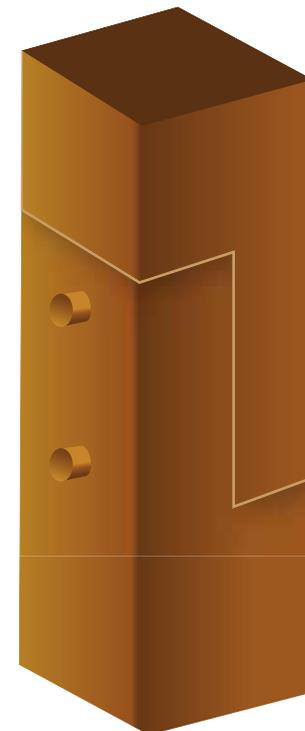
En cuanto a los soportes de las señaléticas, tanto las señaléticas identificativas, reguladoras y direccionales excluyendo las de caminos, utilizarán una base de hormigón combinada con piedras de la zona; en tanto las orientadoras de la plaza y direccionales de caminos utilizaran pilares o postes de madera; finalmente, la señalética informativa tendrá una base de madera grabada que irá unida al poyo.



Ensamble tipo finger; para unir 2 maderas

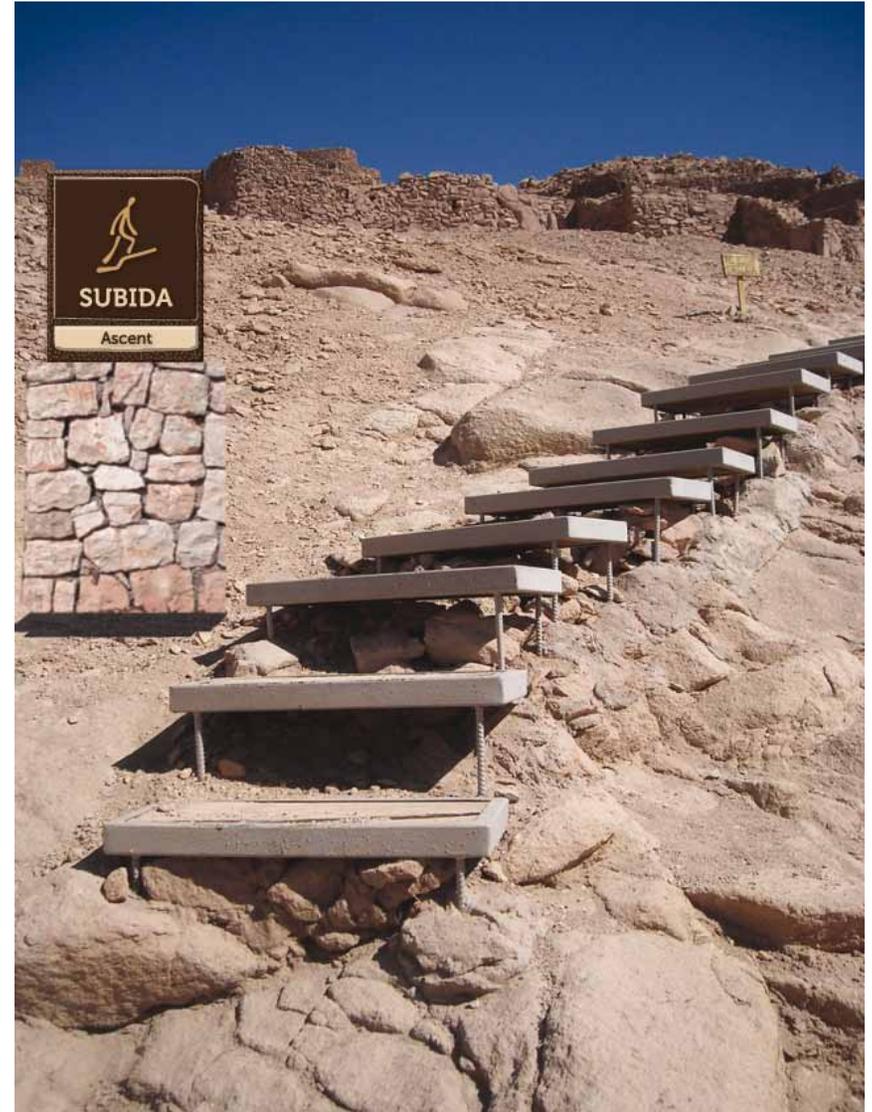
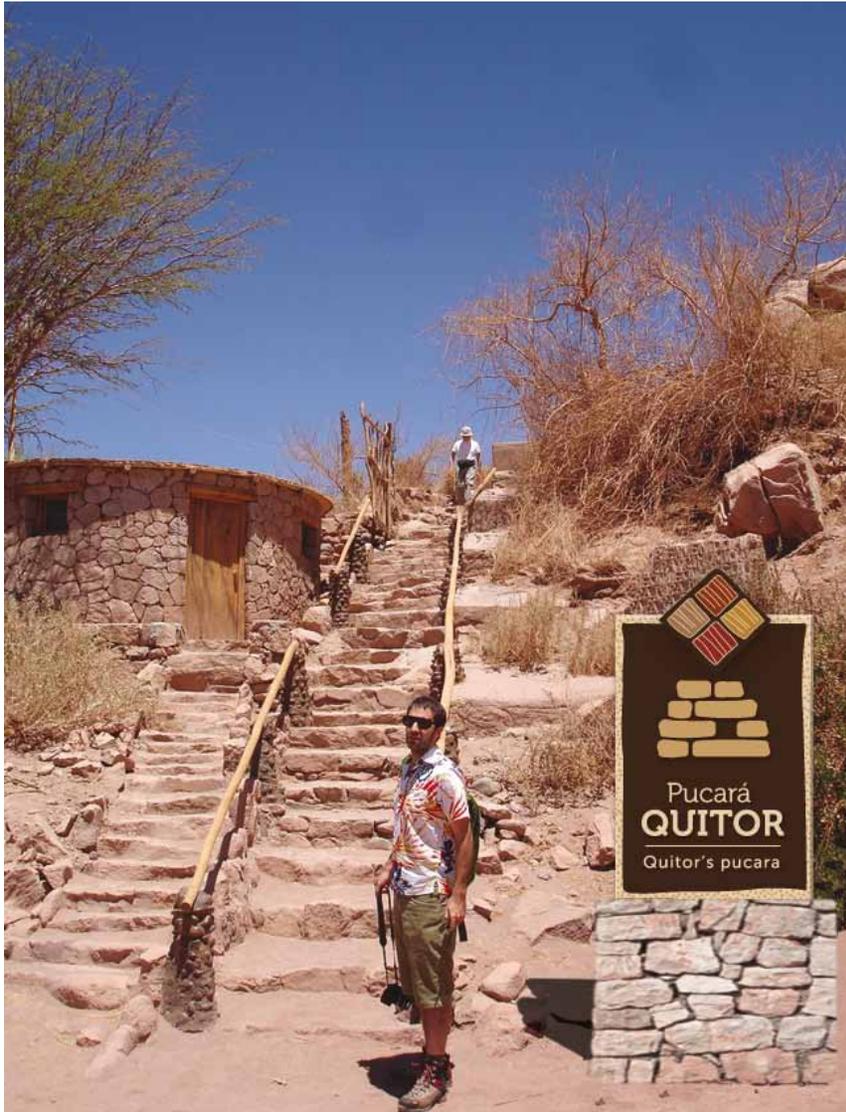


Base hormigón con piedras incrustadas



Empalme a media madera; para unir los paneles señaléticos a sus pilares

















4

PROYECCIÓN DEL SISTEMA SEÑALÉTICO EN EL ENTORNO

Hasta ahora sólo hemos revisados los tipos de señalética por separado, es decir sólo su comportamiento como sistema a nivel sintáctico y semántico, pero que pasa con el nivel pragmático y la relación de previsibilidad y secuencialidad que posee este con el usuario, qué pasa con su proyección en el entorno, y cómo se van haciendo pertinentes sus ubicaciones en el espacio y cantidades de señaléticas, eso es lo que definiremos en este ítem.

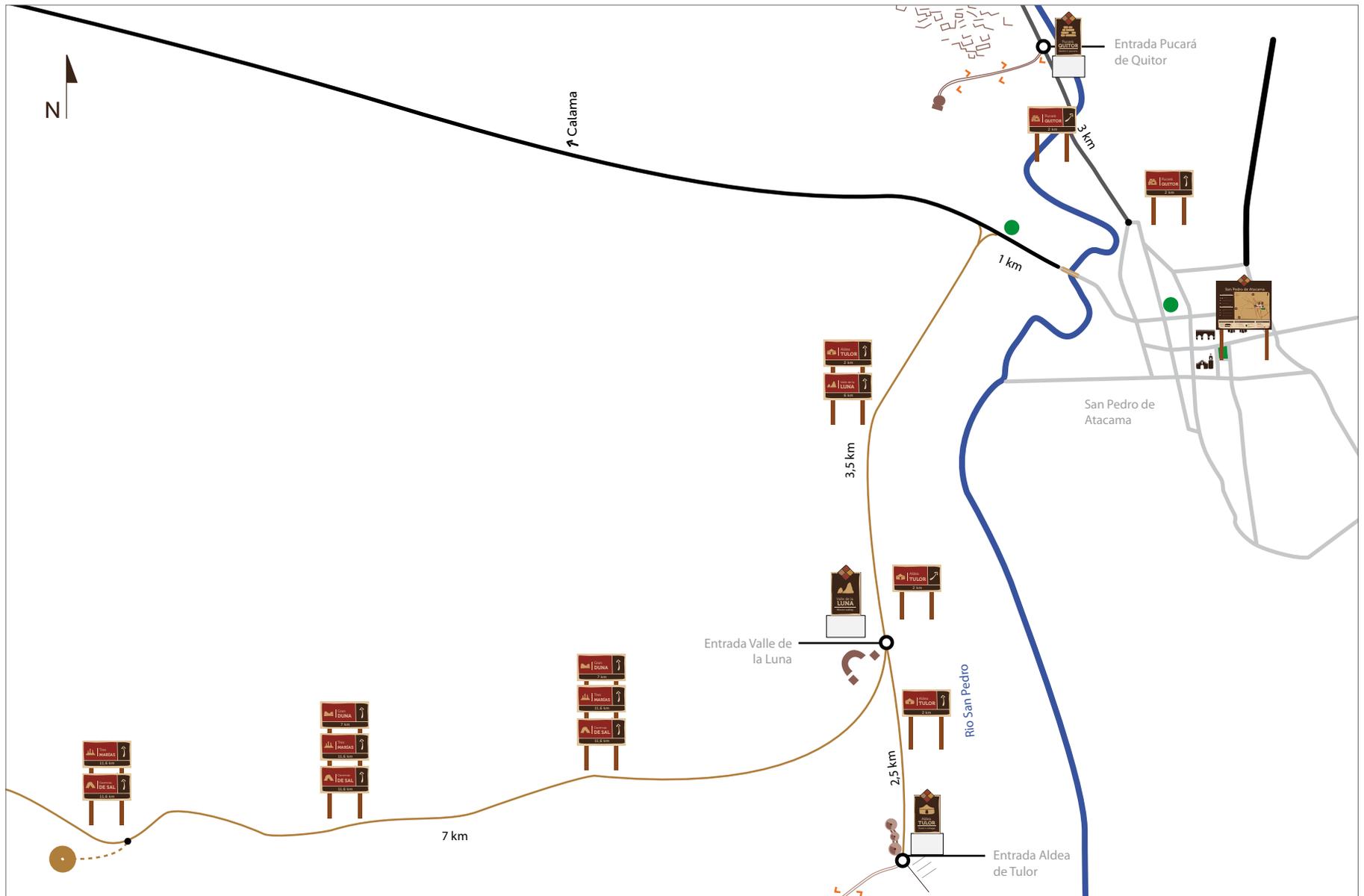
En el esquema se muestra la ubicación en general de las señaléticas y su proyección en el entorno desde la salida del pueblo, hacia los 3 atractivos. En este caso, se trabaja en conjunto con la señalización vial de tránsito de la comuna, la cual corresponde a las señales de color verde que se emplazan en carreteras principales y algunos sectores de pueblo indicando hacia donde se encuentran los atractivos turísticos; de esta manera, consideraremos como cubiertos dichos puntos en los cuales las señales verdes aportan en la toma de decisiones del usuario hacia dónde ir, y sólo comenzará el sistema de señaléticas en los puntos donde dicha señalización no exista; como ocurre en los caminos interiores hacia los destinos; y como se demarca en el esquema. En sí la señalética direccional de los caminos son pocas cantidades, ya que la mayoría son caminos rectos, sin desviaciones y no a más de 3 km de distancia entre sí, por lo cual no es necesario reiterar en tantas oportunidades hacia donde se encuentran los destinos; sería redundante.

Cantidades totales por tipo de señalética

- Informativa: 7 unidades
- Identificativa: 3 unidades
- Direccional Camino: 9 unidades
- Direccionales y Reguladoras: 18 unidades
- Orientadora: 1 unidad

EN LOS ESQUEMAS SE PRESENTA LA UBICACIÓN GENERAL DE LOS 3 ATRACTIVOS RESPECTO DEL PUEBLO; EL SIGUIENTE ES EL MAPA DE UBICACIÓN DE LAS SEÑALÉTICAS DE CAMINOS ENTRE EL PUEBLO Y LOS ATRACTIVOS.



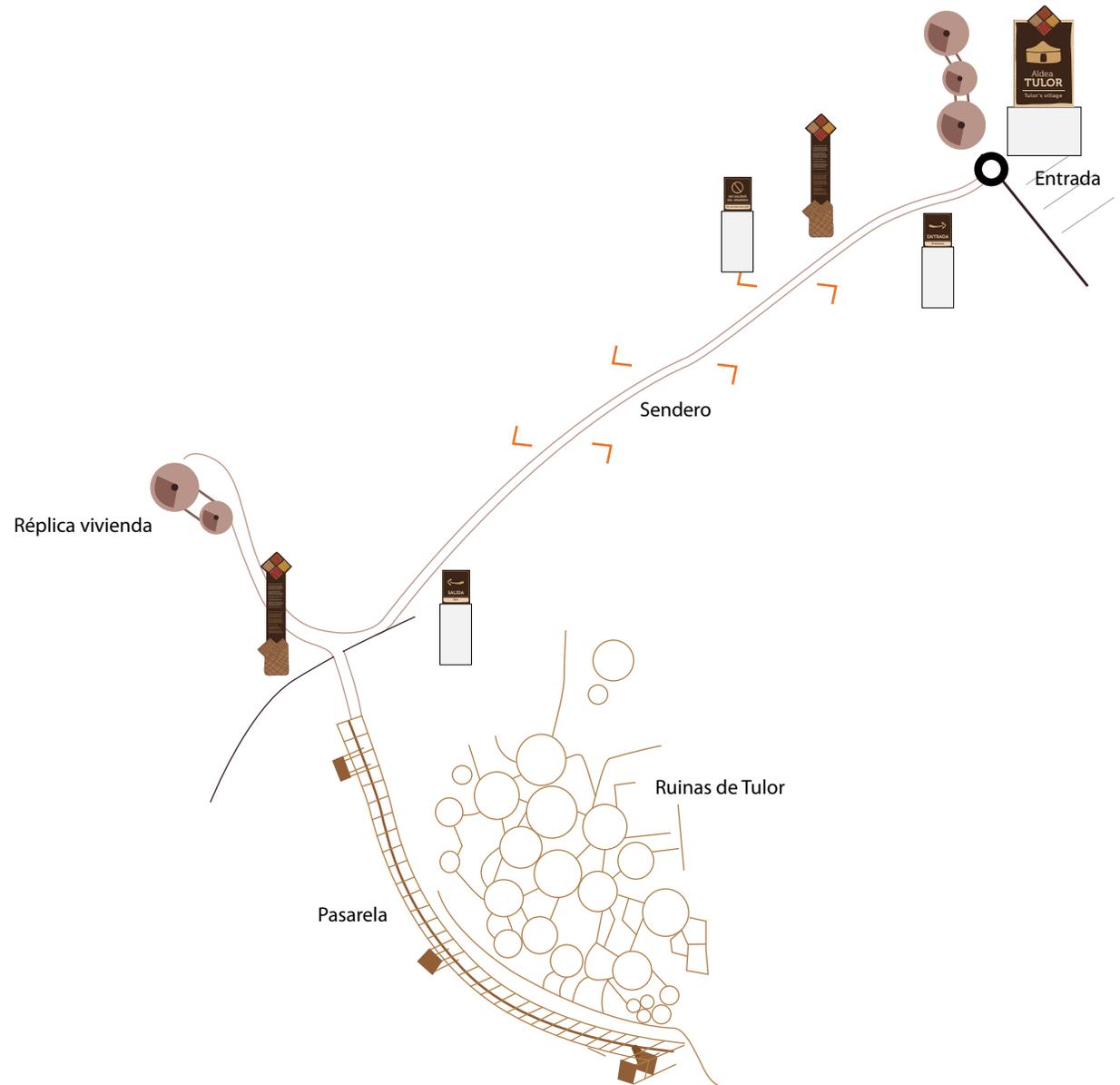


SISTEMA SEÑALÉTICO EN LA ALDEA DE TULOR

Este lugar tiene una menor cantidad de señaléticas debido por la simplicidad que presenta como espacio, ya que posee un sendero único y recto que conduce desde la entrada del recinto, hasta las ruinas y la réplica de una de sus casas. Es en este sendero donde se ubicarán las señaléticas informativas; una en su inicio y la otra antes de entrar a las ruinas y ver la réplica. (ver sus textos en anexo 2)

El sistema completo consta de:

- Señaléticas Identificativa: 1 unidad
- Señalética Direccional y Reguladora: 3 unidades
- Señalética Informativa: 2 unidades

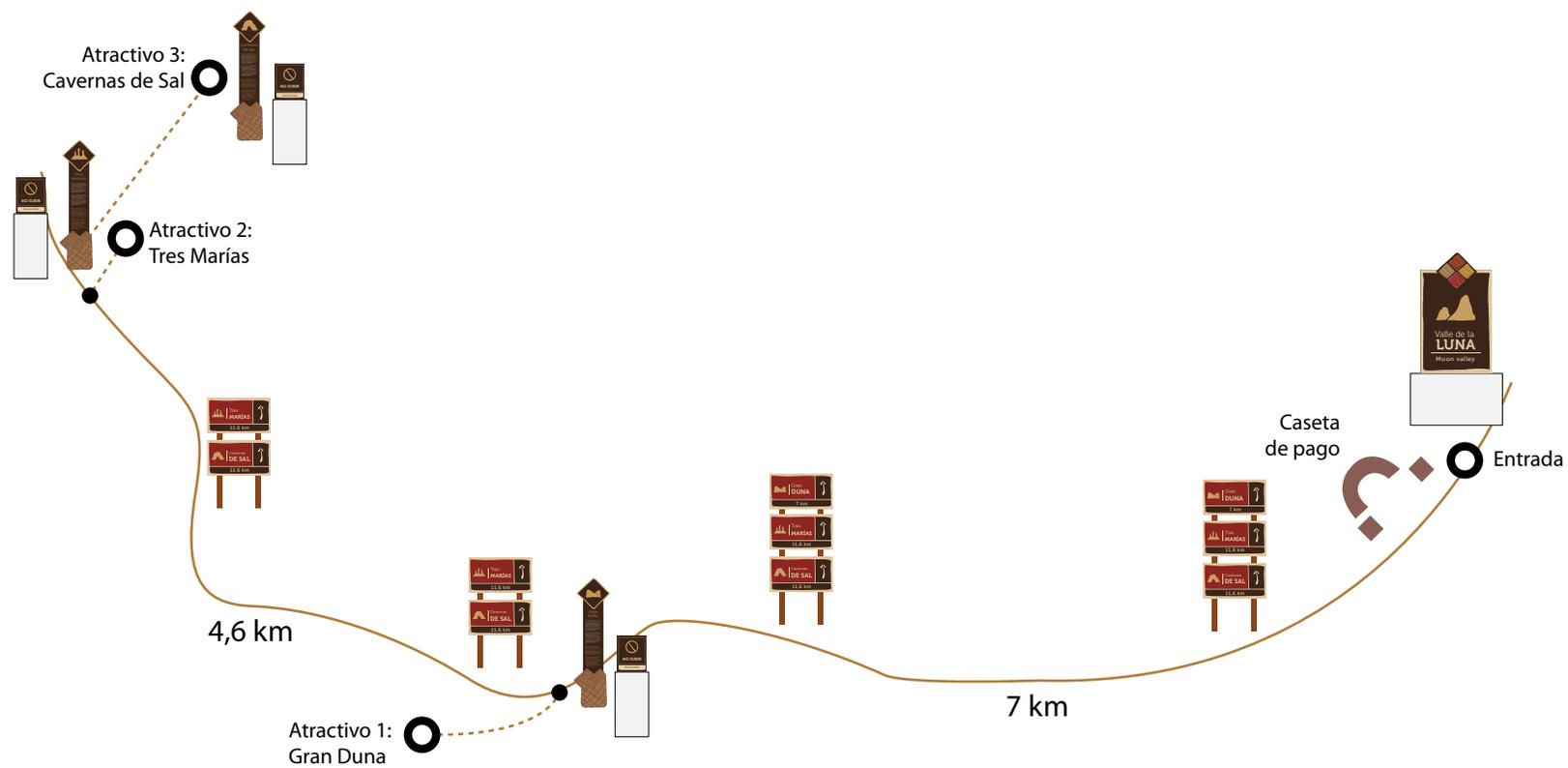


SISTEMA SEÑALÉTICO EN EL VALLE DE LA LUNA

Este lugar se caracteriza por tener 3 atractivos turísticos interiores, las Tres Marías, la Gran Duna y las Cavernas de Sal; y debido a las grandes distancias entre ellos, el recorrido entre atractivos que se hace en auto y luego en el lugar in situ, a pie. Es por ello que este sub sistema de señaléticas combina las señaléticas de camino (para auto) con las señaléticas informativas y reguladoras de recorrido a pie.

El sistema completo consta de:

- Señaléticas Identificativa: 1 unidad
- Señalética Direccional y Reguladora: 3 unidades
- Señalética Informativa: 3 unidades
- Señalética Direccional Camino: 4 unidades



SISTEMA SEÑALÉTICO EN EL PUCARÁ DE QUITOR

El recorrido se inicia con un sendero recto que conduce al lugar de pago de la entrada y a la escalera por donde se sube al pucará; subiéndolas no existen escaleras más arriba. En aquel sendero es donde se ubicarán las señaléticas informativas a modo de preparar al turista de lo que viene y que llegue al lugar informado (ver sus textos en anexo 2)

El sistema completo consta de:

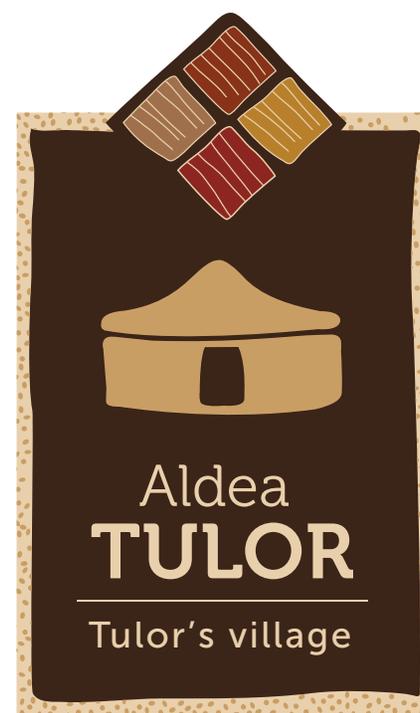
- Señaléticas Identificativa: 1 unidad
- Señalética Direccional y Reguladora: 3 unidades
- Señalética Informativa: 2 unidades



5 SISTEMA COMPLETO

A continuación se presenta el sistema completo por categorías de señaléticas, con el fin de ver la transferencia sintáctica que se produce entre los diferentes tipos de señaléticas y entre ellos mismos dependiendo de los cambios efectuados por lugar.

SISTEMA SEÑALÉTICO IDENTIFICATIVO



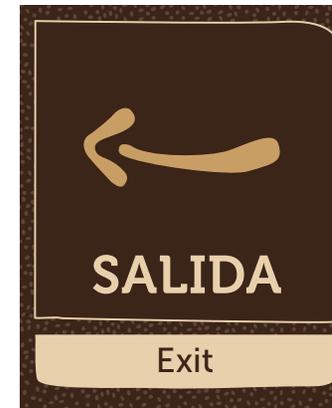
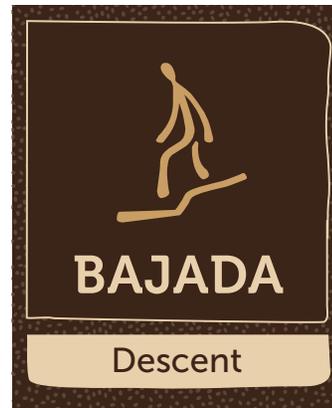
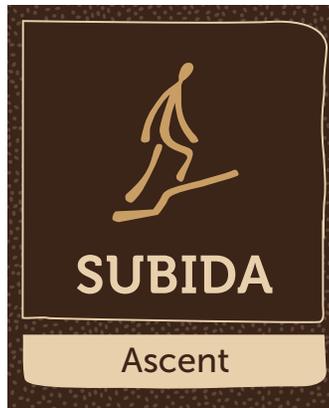
SISTEMA SEÑALÉTICO INFORMATIVO



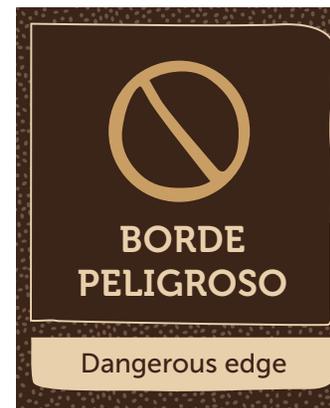
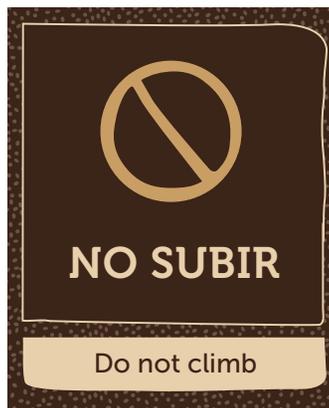
SISTEMA SEÑALÉTICO DIRECCIONAL PARA CAMINOS



SISTEMA SEÑALÉTICO DIRECCIONAL



SISTEMA SEÑALÉTICO REGULADOR



SISTEMA SEÑALÉTICO ORIENTADOR



6 VIABILIDAD DEL PROYECTO

A continuación se definen las opciones de viabilidad del proyecto, éste al ser del interés de la municipalidad, como mencionó el Sr. René Ossandón, encargado de Turismo; tiene una alta proyección de realizarse y de conseguir fondos regionales para su financiamiento.

6.1 PLANIFICACIÓN

La planificación del proyecto es aproximada y se visualiza en la carta Gantt de la siguiente página.

La duración del proyecto, desde la etapa de investigación de las 3 zonas hasta la implementación de la señalética, es de 5 meses (20 semanas, considerando una jornada laboral completa), ésta última semana coincide con el inicio de la etapa de difusión del proyecto, en la cual se distribuirá el folleto que presente el proyecto. Éste proceso durará aproximadamente 2 meses; tiempo en que se estima la gente del pueblo y turistas ya habrán internalizado la función y características diferenciadoras de ésta señalética. Luego se estima, que con los buenos resultados de la aplicación en los 3 destinos turísticos, se comenzará con la proyección del sistema señalético ampliado a todos los atractivos de SPA, teniendo como referencia un plazo de 4 meses o más.

6.2 FINANCIAMIENTO

Lo lógico sería pensar que el financiamiento del proyecto fuera por parte de la comuna donde se implemente la señalética, en este caso y más específicamente por su municipio en conjunto con el SERNATUR; pero debido a la magnitud del proyecto y a que representa un gran aporte a la cultura y al turismo en una de las comunas más visitadas de Chile; es normal que por sí solos estos

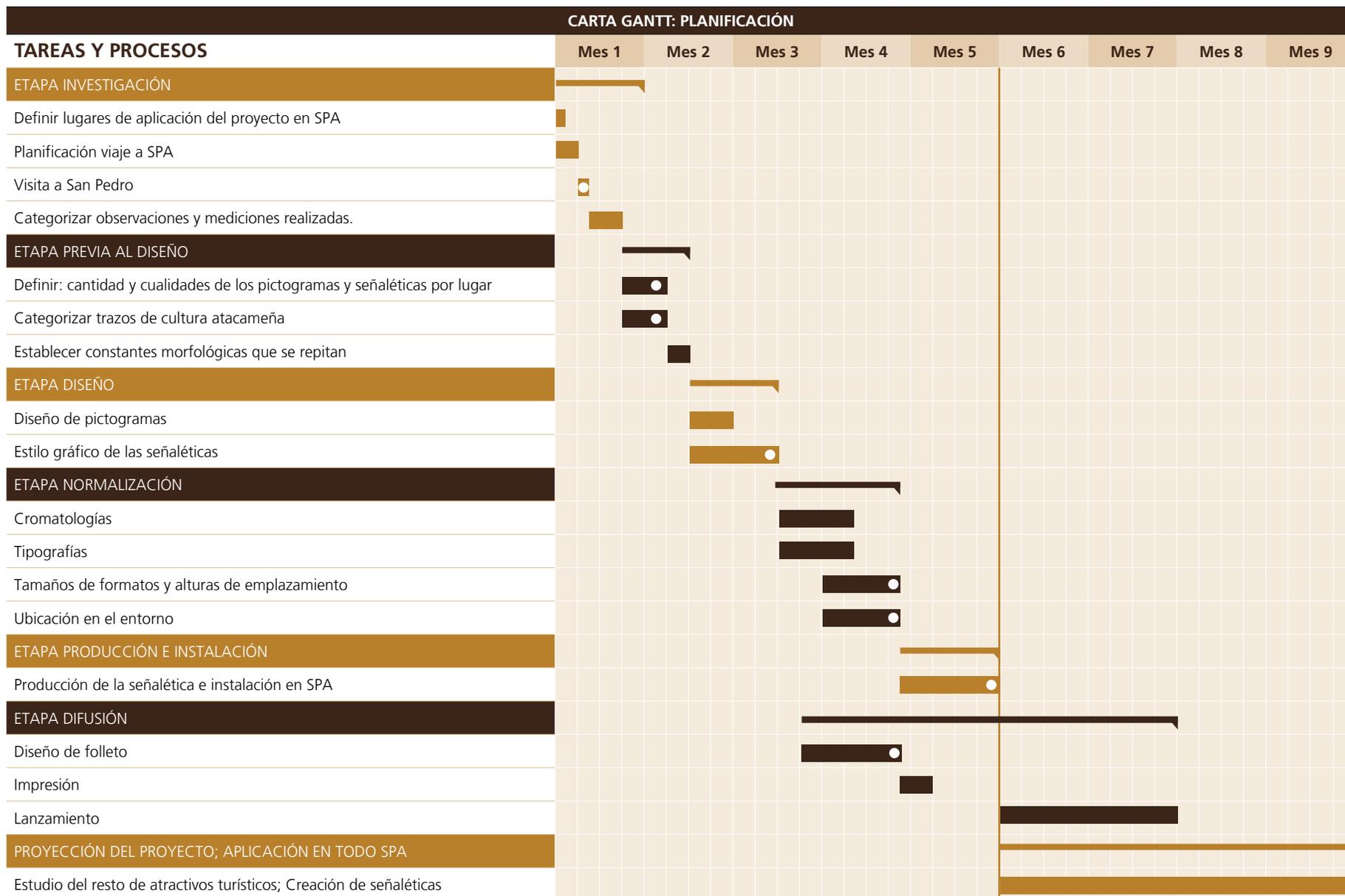
organismos no cuenten con los recursos necesarios para llegar a implementarlo. Es por ello que en este punto se hace necesario el postular a fondos concursables, como los Fondos de Cultura del Concejo Nacional de la cultura y las Artes, fondos regionales y porque no, recurrir a las grandes empresas del sector, como mineras y hoteleras, las cuales tienen altos ingresos y se verían interesadas en un proyecto que aporte al desarrollo tanto cultural como turístico.

6.3 COSTOS GENERALES DEL PROYECTO

Los costos de implementación del proyecto se definieron en primera instancia en base a los valores de construcción en madera y sus sistemas de sujeción al suelo, lo que incluye el teñido, grabado y ensamblado de los paneles; a esto se le sumó el valor de la impresión del panel orientador de la plaza; los volantes informativos para la difusión del proyecto; y finalmente los valores del proceso creativo y de investigación, es decir, el valor de la idea. Para definir estos valores se encargó a la empresa **Tecno madera**, la cotización de un presupuesto para cada una de las señaléticas (ver anexo 3) y a la imprenta **O'Print** de los volantes.

Para la elaboración del presupuesto de los costos generales del proyecto se tomó en cuenta en trabajo de un director, un diseñador gráfico y un industrial encargado de las materialidades, antropometría del usuario y de hacer los modelados y posteriores render que sean necesarios para una eventual presentación de venta del proyecto. En este ítem se contabilizó aparte como valor agregado, la tasación de la idea como tal.

fecha clave ○



Costos del proyecto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Profesionales Realización				
Director del proyecto	Semana	20	75.000	1500000
Diseñador Gráfico	Semana	16	55.000	880000
Diseñador Industrial	Semana	5	55.000	275000
			SubTotal	2655000
Valor Agregado del proyecto				
Etapa Investigación	mes	2	550.000	1100000
Etapa Creativa	mes	2	550.000	1100000
			SubTotal	2200000
Materiales y transporte				
Hardware	Mes	4	15.000	60000
Impresión de maquetas en papel	Día	4	1000	4000
Transporte	Unidad	10	5000	50000
			SubTotal	114000
Producción de la señalética				
Señalética Informativa	Unidad	7	465.348	3257436
Señalética Iden. Chica	Unidad	2	617.728	1235456
Señalética Iden. Grande	Unidad	1	841.277	841277
Señalética Camino	Unidad	9	388.576	3497184
Señalética Direccional	Unidad	18	347.530	6255540
Señalética Orientadora	Unidad	1	657.039	657039
			Total Neto	15743932
			19% IVA	2.991.347
Impresión serigráfica	Unidad	1	200.000	200000
			SubTotal	18935279
Costos Difusión				
Volantes (con mapa de presentación)	Unidad	5000	77	385000
Mapa Valle de la luna	Unidad	5000	77	385000
			SubTotal	770000
			Total	24674279

CONCLUSIONES DEL PROYECTO

En el comienzo de la investigación se planteó a Chile como un país con dificultades de comunicar su identidad cultural en los diferentes ámbitos del turismo, ahora terminado el proceso de diseño, el análisis de referentes de la cultura originaria de la zona de San Pedro de Atacama y el estudio de diversas fuentes; se puede decir que existen variados rasgos culturales que pueden ser revalorizados mediante el diseño gráfico y que se convierten en un gran aporte a la difusión de dichas culturas mediante el turismo.

Estos rasgos se rescataron a partir de un análisis tanto del estilo gráfico del pueblo, la morfología de los petroglifos, la cromatología y texturas presentes en la alfarería. De esta manera, el resultado de diseño se enmarcó en una cromatología en tonos tierra, que se integra tanto con el entorno geográfico que rodea a las señaléticas, como con la cromatología presente en los referentes analizados de la cultura atacameña. En cuanto a la morfología, las terminaciones irregulares con trazados de espesor discontinuo, hicieron tener al sistema señalético el elemento expresivo, que ayudó a la transferencia signica entre los referentes indígenas y el diseño creado. Así todos estos elementos en conjunto, hicie-

ron de la señalética un portador de parte de la cultura de la zona.

Por otra parte, el resultado final del sistema señalético agrupa y expresa las características buscadas al inicio de la presente investigación. La primera característica lograda fue dar unidad visual a los lugares de atractivo turístico, mediante un código gráfico normalizado que se uniera individualmente por tipo de señalética y a nivel general del sistema. La segunda fue informar, dirigir y orientar al usuario en las determinadas acciones o decisiones que debía tomar en cuanto a circulación, esto, de una manera acertada y en el momento preciso que el usuario lo requiriera. También se solucionaron los problemas de ubicación y alturas de las señaléticas, esto gracias a que se consideró al usuario, su estatura y sus ángulos de visión. Finalmente se logró identificar las zonas turísticas culturales a lo largo de Chile, sus cualidades y las culturas originarias ligadas a ellas, lo cual permite a futuro proyectar la expansión de este proyecto a otras zonas de Chile, ya que como ha funcionado en este plan piloto, podría hacerlo también en otros lugares.

De esta manera queda abierta la posibilidad de seguir trabajando en otras zonas, para así aportar al desarrollo del turismo, la difusión de la cultura chilena y el desarrollo del diseño gráfico, no solo como un soporte innovador, sino también como un soporte comunicacional, capaz de plasmar en él parte de la identidad nacional.

ANEXO 1:

Plantilla de observaciones utilizada para el análisis del estado de la señalética de la Aldea de Tulor, el Pucará de Quito y el Valle de la Luna

PLANTILLA DE OBSERVACIÓN POR LUGAR						
tipo señalética	INTEGRACIÓN	MATERIALIDAD	CROMATOLOGÍA	USO DE APOYOS GRÁFICOS	TIPOGRAFÍA	SEMÁNTICA
Orientadora						
Identificativa						
Direccional						
Reguladora						
Informativa						
Otra						

ANEXO 2:

A continuación se presentan los textos que se utilizarán en las señaléticas de tipo informativas, tanto en el Valle de la Luna, Pucará de Quito y Aldea de Tulo. Estos se presentan en el mismo orden que se dispondrán en el recorrido de cada uno de los 3 lugares.

ALDEA DE TULO / TULO'S VILLAGE

Texto señalética 1:

Corresponde a uno de los sitios arqueológicos sedentarios más antiguos del norte de Chile, y se estima que fue ocupado hace unos 3000 años. Los cambios climáticos ocurridos desde ese entonces hasta ahora provocaron que la aldea fuera sepultada por arena.

En 1950 la aldea fue redescubierta por Gustavo Le Paige, y en 1980 Ana Barón descubrió que la parte de la aldea visible correspondía sólo al 5% del total, ocultándose la parte restante bajo tierra. Este hecho marcó un cambio radical, que actualmente se traduce en la implementación de un sendero que delimita el camino hacia las ruinas, para proteger el resto de la aldea aun enterrada, y una pasarela que funciona como mirador.

It is one of the oldest archaeological sedentary sites in the north of Chile, and it is estimated that it was occupied about 3000 years ago. Climatic changes since then so far caused that the village was buried by sand.

In 1950 the village was rediscovered by Gustavo Le Paige, and in 1980 Ana Barón found that the visible part of the village accounted for only 5% of the total, hiding the remaining underground. This set a radical change, which currently translates into the implementation of a path that defines the road to the ruins, to protect the rest of the village still buried, and a walkway that serves as lookout.

Texto señalética 2:

Su arquitectura estaba compuesta por estructuras circulares con techos cónicos, conectadas entre sí por pasillos rectos. Cada una de estas estructuras era hogar de un grupo familiar, y se estima que la aldea completa es 20 veces más grande que los recintos actualmente visibles.

El material utilizado tanto para los muros como para el techo, era el adobe, por su capacidad de mantener una temperatura fresca al interior del recinto durante el día, y más cálida durante la noche. A un costado de la aldea original se levantó una réplica exacta de uno de los recintos, tanto en materialidad como en estructura.

Its architecture was composed of circular structures with conical roofs, connected by straight corridors. Each of these structures was home to a family group, and it's estimated that the entire village is 20 times larger than the currently visible venues.

The material used for both walls and ceiling, was the mud, for its ability to maintain a cool temperature inside during the day and warmer at night. On one side of the original village was built a replica of one of the venues, both in materials and structure.

PUCARÁ DE QUITO / QUITO'S PUCARA

Texto señalética 1:

Corresponde a una fortaleza atacameña construida en el cerro Quito unos 700 años atrás, para defenderse de ataques de otros pueblos sudamericanos, y de los conquis-

tadores españoles. Su construcción utiliza una superficie de 2,5 hectáreas.

Está ubicado en una posición estratégica, puesto que posee un único acceso por el frente, y sus bordes están delimitados por la quebrada del río San Pedro. En su punto más alto, la fortaleza alcanza una altura de 70 metros, lo que les permitía una excelente visibilidad.

It's a fortification built on the Quito's hill about 700 years ago to fend off attacks from other South American people, and the Spanish conquerors. Its construction uses an area of 2.5 hectares.

It's located in a strategic position because it has a single access from the front, and the edges are defined by the San Pedro River gorge. At its peak, the pucara reaches a height of 70 meters, which allowed excellent visibility.

Texto señalética 2:

Las estructuras habitacionales de los atacameños se ubicaban en diferentes aldeas cercanas a las quebradas de los ríos, pero en situaciones de peligro, toda la población indígena se replegaba hacia el pucará, aunque este también contaba con una población estable.

Sus muros o barreras, son construcciones de piedras apiladas y unidas con argamasa de arcilla extraída del río. Estos, tenían agujeros por donde lanzaban las flechas para defenderse. Los muros establecían diferentes áreas, que delimitaban los niveles jerárquicos y la convivencia entre habitantes. El recinto ubicado en la cima era utilizado por la máxima jerarquía del pucará.

ANEXO 2:

The residential structures of the people were located in villages close to the streams of rivers, but in situations of danger, the entire indigenous population retreated to the Pucara, although this also had a stable population.

The walls or barriers are stone buildings, stacked and joined with mortar and clay from the river. These had holes for throwing arrows to defend themselves. The walls established different areas, which marked the hierarchy and harmony among people. The top site was used by the maximum hierarchy of the Pucara.

VALLE DE LA LUNA / MOON VALLEY

Texto Tres Marías:

Debido a la salinidad de los suelos y a un largo periodo de erosión, el Valle de la Luna alberga una serie de formas y texturas diversas. Su paisaje se compone de formaciones salinas rígidas y dunas de arena delgada, cuyas texturas hacen del lugar una parada obligatoria para contemplar el atardecer.

Las "Tres Marías" es una atractiva formación rocosa de terminaciones rígidas y filosas, que está compuesta de sal, arcilla y cuarzo. En cuanto a su forma, consta de tres frágiles pilares sobre una base, que se levantan como verdaderas esculturas naturales. Su formación data de aproximadamente un millón de años atrás.

Moon Valley hosts a number of different shapes and textures, because the salinity of the soil and a long period of erosion. Its landscape is composed of rigid salt formations

and thin sand dunes, whose textures make this place an obligatory stop to admire sunset.

The "Three Marias" is an attractive rock formation with rigid and sharp ends, which is composed of salt, clay and quartz. Its shape has three fragile pillars on a base, which rise as real natural sculptures. The formation of "Three Marias" dates back to about a million years ago.

Texto Cavernas de Sal:

Además de estar compuesto por formaciones salinas rígidas y dunas de arena suave, el Valle de la Luna posee formaciones del tipo cavernas. Estas constituyen recintos semicerrados, a los cuales se puede acceder y recorrer.

Las cavernas son estrechas cavidades formadas por la salinidad de los suelos, en las cuales es posible observar cristales de sal. La textura de sus paredes y suelo es más bien rígida y filosa.

In addition to having strict saline formations and soft sand dunes, the Moon Valley has cave formations. These enclosures are half closed, to which you can access and go.

The caves are narrow cavities formed by the salinity of the soil, in which is possible to see salt crystals. The texture of the walls and floor is stiff and sharp.

Texto Gran Duna:

El Valle de la Luna fue formado por largos periodos de erosión y vientos, que dieron origen al paisaje que actualmente se puede apreciar. Se compone de una multiplicidad de colores, texturas y formas, dentro de las cuales

destaca la "Gran Duna".

Durante años este fue el lugar característico desde donde se contemplaba el atardecer, en el que se podían apreciar los cambios de colores provocados por la puesta del sol sobre el valle. Sin embargo, en los últimos años, se ha prohibido el tránsito sobre la gran duna para protegerla, debido a la erosión y al alto flujo de visitantes que la recorría.

The Moon Valley was formed by long periods of erosion and wind, giving rise to the current landscape. It consists of a multitude of colors, textures and shapes, among which stands the "Great Dune."

For years this was the typical place where you could see the sunset, which allowed seeing the color changes caused by the sunset over the valley. However, in recent years, traffic has been banned on the large dune to protect it, due to erosion and the high flow of visitors who climbed it.

ANEXO 3:

A continuación se presenta el presupuesto entregado por la empresa Tecno maderas. El primero corresponde al presupuesto del sistema completo, los que siguen son las cotizaciones unitarias.



ZENTENO 1430 - SANTIAGO - TELEFONO 5565151-3611790 FAX 3611793 - E-mail: jdolmo@tecnomaderachile.cl

PRESUPUESTO N° 11.251

CLIENTE **J. VILLALOBOS**
 OBRA **SEÑALETICA CAMINERA**
 SOLICITADO POR Sr.
 TELEFONO
 PLAZO ENTREGA **A convenir**
 FORMA PAGO

DETALLE Envío presupuesto por fabricación

Terminación :

CANT.	UND.	TIPO	MATERIAL	DETALLE	MEDIDAS	P.UNITARIO	TOTAL
7	Und			Señalética Informativa		465.348	3.257.436
2	Und			Señalética Iden. Chica		617.728	1.235.456
1	Und			Señalética Iden. Grande		841.277	841.277
9	Und			Señalética Camino		388.576	3.497.184
18	Und			Señalética Direccional		347.530	6.255.540
1	Und			Señalética Orientadora		657.039	657.039
						Total neto	15.743.932
						19 % IVA	2.991.347
						TOTAL	18.735.279

Sin otro particular, saluda atentamente,

F. José del Olmo L.
 TECNOmadera Industrial y Comercial Ltda.

Santiago, 2 de Noviembre de 2010

ANEXO 3:

TECNOMADERA CHILE LTDA.					PPTO. N°		
SEÑALETICA CAMINO					OT N°		
9 UNDS							
A.- MATERIALES	CANT.	ALTO	ANCHO	LARGO	CANTIDAD	PRECIO UN.	TOTAL
ALGARROBO	1	2	30	130	2,60	17000	44.200
ALGARROBO	0	0	0	0	0,00	17000	0
ALGARROBO	2	2	3	225	0,90	17000	15.300
CNC	2,5	1	1	1	2,50	20000	50.000
PINTURA-BARNIZ	2,5	1	1	1	2,50	10000	25.000
BASE HORMIGON	1	0,6	0,6	0,8	0,29	54000	15.552
PEGAMENTO	1	1	1	1	1,00	10000	10.000
FLETE	1	1	1	1	1,00	15000	15.000
						175.052	
VARIOS					175.052	0,05	8.753
							183.805
B.- MANO DE OBRA					HORAS	VALOR H/H	
OMFP	CARPINTERIA				30	1.200	36.000
OMFE						1.200	0
OMFM						1.200	0
OMFC						1.200	0
OMFINSTALACION					11	1.500	16.500
OM BARNIZ					3	7.500	22.500
							75.000
C.- LEYES SOCIALES					75.000	0,25	18.750
TOTAL COSTO DIRECTO							277.555
MARGEN G.F.					277.555	0,20	55.511
MARGEN UTILIDAD					277.555	0,20	55.511
D.- TOTAL MARGEN G.F. Y UT.							111.022
PRECIO NETO DE VENTA							388.576

ANEXO 3:

TECNOMADERA CHILE LTDA.					PPTO. N°		
SEÑALETICA ORIENTADORA					OT N°		
1 UNDS							
A.- MATERIALES	CANT.	ALTO	ANCHO	LARGO	CANTIDAD	PRECIO UN.	TOTAL
ALGARROBO	1	2	68	170	7,71	17000	131.013
ALGARROBO	0	0	0	0	0,00	17000	0
ALGARROBO	2	2	4	225	1,20	17000	20.400
CNC	3	1	1	1	3,00	20000	60.000
PINTURA-BARNIZ	7	1	1	1	7,00	10000	70.000
BASE HORMIGON	1	0,6	0,6	0,8	0,29	54000	15.552
PEGAMENTO	1	1	1	1	1,00	10000	10.000
FLETE	1	1	1	1	1,00	15000	15.000
							321.965
VARIOS					321.965	0,05	16.098
							338.064
B.- MANO DE OBRA					HORAS	VALOR H/H	
OMFP	CARPINTERIA				30	1.200	36.000
OMFE						1.200	0
OMFM						1.200	0
OMFC						1.200	0
OMFINSTALACION					11	1.500	16.500
OM BARNIZ					7	7.500	52.500
							105.000
C.- LEYES SOCIALES					105.000	0,25	26.250
TOTAL COSTO DIRECTO							469.314
MARGEN G.F.					469.314	0,20	93.863
MARGEN UTILIDAD					469.314	0,20	93.863
D.- TOTAL MARGEN G.F. Y UT.							187.725
PRECIO NETO DE VENTA							657.039

BIBLIOGRAFÍA

Precolombino, Museo Chileno de Arte. 1999. Arte rupestre en los Andes de Capricornio. Santiago : s.n., 1999.

atacameña, Cultura. 2010. Muestra. Museo Arqueológico Padre Le Paige, San Pedro Atacama : 2010.

Corporación del Patrimonio Cultural de Chile. 2000. Definición. Nuestro.cl, El sitio del patrimonio cultural chileno. [En línea] 2000. [Citado el: 2010 de Julio de 4.] www.nuestro.cl.

Cortés, Claudio. 2007. Apuntes Curso Teoría de la comunicación, . [aut. libro] Erick Buysens. Las langages et les discours. Universidad de Chile : Escuela Diseño, 2007.

Costa, Joan. 2007. Señalética Corporativa. Barcelona : Costa Punto, 2007.

Costa, Joan.. 1987. Señalética, enciclopedia del diseño. Barcelona : Ceac, 1987.

2001. Definición. Diccionario de la Real Academia Española. [En línea] Octubre de 2001. [Citado el: 2 de Julio de 2010.] www.rae.es.

Dirección regional de Turismo Antofagasta. 2003-2007. Compendio estadístico de la actividad turística regional. Región de Antofagasta. Antofagasta : SERNATUR, 2003-2007.

2001. Encuesta Nacional PNUD . Encuesta Nacional PNUD . [En línea] 2001.

Frascara, Jorge. 2009. El placer de entender. [aut. libro] Ronald Shakespear. Señal de diseño: Memoria de la práctica. Buenos Aires : Paidós, 2009.

Integración regional e identidad nacional: ¿Chile, país modelo? Larraín, Jorge. 2005. 161, Montevideo : Revista del Sur, 2005.

Integrar el turismo en la agenda global. Revista de la Organización Mundial del Turismo. 2010. 2, 2010. La necesidad de Identidad. Fundación Chile unido. 2003. 89, Santiago : Publicación, Corriente de opinión, 2003.

Larrain, Jorge. 2001. Identidad Chilena. Santiago : LOM, 2001.

Le Paige, Gustavo, Bittmann, Bente y Nuñez, Lautaro. 1978. Cultura Atacameña. San pedro de Atacama : Ministerio de Educación, 1978.

Lingüística y poética. Jakobson, Roman. 1981. Madrid : Cátedra, 1981.

Ministerio Obras Públicas. 2010. Manual de señalización de tránsito. Santiago : s.n., 2010.

Morris, Charles. 1985. Fundamentos de la teoría de los signos. Barcelona : Paidós, 1985.

Oroz, Rodolfo. 1966. La Lengua castellana en Chile. Santiago : Universitaria, 1966.

Panero, Julius y Zelnik, Martin. 1983. Las dimensiones humanas en los espacios interiores, estándares antropométricos. Barcelona : Gustavo Gili, 1983.

Pierce, Charles. 1987. Obra lógico semiótica. Madrid : Taurus, 1987.

Precolombino, Museo Chileno de Arte. 1999. Arte rupestre en los Andes de Capricornio. Santiago : s.n., 1999.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). 2002. Desarrollo humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural. [En línea] 2002. [Citado el: 15 de Junio de 2010.] <http://www.desarrollohumano.cl/eleccion2002.htm>.

RAE. 2001. **Definición.** Diccionario de la Real Academia Española. [En línea] Octubre de 2001. [Citado el: 2 de Julio de 2010.] www.rae.es.

Ricard, André Prólogo. 2007. Interés de la señalética. [aut. libro] Joan Costa. Señalética Corporativa. Barcelona : Costa Punto, 2007.

Saussure, Ferdinand de. 1980. Curso de lingüística general. Madrid : Akal, 1980.

Sexe, Néstor. 2001. Diseño.com. Buenos Aires : Paidós, 2001.

FUENTES DE ILUSTRACIONES E IMÁGENES

Ilustración 1: <http://www.encuentos.com/leyendas/leyendas-chilenas-literatura-de-america/>

Ilustración 2: imágenes y trazados personales.

Ilustración 3: adaptación de imagen.
<http://www.sanpedrochile.com/V2/emplacement-du-san-pedro-de-atacama-2005061353.html>

Imagen 1: <http://sovietrussia.org/big/src/1189836850836854.jpg>

Imagen 2: <http://www.lugaresenchile.com/wp-content/uploads/iglesias-de-chiloe-iconos-de-europeos-en-chile-patrimonio-de-la-humanidad.jpg>

Imagen 3: imagen personal.

Imagen 4: Precolombino, Museo Chileno de Arte. 1999. Arte rupestre en los Andes de Capricornio. Santiago : s.n., 1999.

Imagen 5: <http://www.flickr.com/photos/8282951@N06/4688885065/>
<http://www.flickr.com/photos/rsfreitas/4544317419/>

Imagen 6: http://www.flickr.com/photos/sebass_cl/2553410255/

Imagen 7: <http://www.flickr.com/photos/mbrus/487905367/in/photostream/>

Imagen 8: http://www.flickr.com/photos/rod_

[monkey/2239052289/](http://www.flickr.com/photos/monkey/2239052289/)

Imagen 9: imagen personal.

Imagen 10: <http://www.flickr.com/photos/anthropologynews/3313724215/>

Imagen 11: <http://www.flickr.com/photos/andersonsales/4585438798/>

Imagen 12: imagen personal.

Imagen 13: imagen personal.

Imagen 14: <http://www.webshakespeare.com.ar/>

Imagen 15: <http://www.aiga.org/content.cfm/symbol-signs>

Imagen 16: <http://www.webshakespeare.com.ar/>

Imagen 17: <http://www.webshakespeare.com.ar/>

Imagen 18:

Imágenes 19: <http://www.webshakespeare.com.ar/>
<http://www.todomercado.com/Otros/-Letreros-Tallados-en-madera-nativa-senaletica-turistica-Talca-Chile-ruma.view?id=1255050517003#imagenes>

Imágenes 23-35: imágenes personales.

Imagen 36: <http://www.flickr.com/photos/>

[josefranciscosalgado/4943482381/](http://www.flickr.com/photos/josefranciscosalgado/4943482381/)

Imágenes 36-38: imágenes personales.

Imagen 39: imágenes personales / http://www.feriakui.kui.cl/?page_id=18&album=FeriaKuiKui

Imagen 40: imágenes internet

Imagen 41: Ministerio Obras Públicas. 2010. Manual de señalización de tránsito. Santiago : s.n., 2010.

Imágenes petroglifos: (Libro)
Precolombino, Museo Chileno de Arte. 1999. Arte rupestre en los Andes de Capricornio. Santiago : s.n., 1999.

Imágenes alfarería: colección propia, tomada en el Museo Arqueológico Gustavo Le Paige.

FUENTES DE CUADROS

Cuadro 1: adaptación de Encuesta Nacional PNUD, 2001 (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo)

Cuadro 2: Compendio estadístico de la actividad turística regional. Región de Antofagasta. 2003-2007

Cuadro 3: Compendio estadístico de la actividad turística regional. Región de Antofagasta. 2003-2007

Cuadro 4: Esquema de semiosis

Cuadro 5: Elaboración propia.

Cuadro 6: Costa, Joan. 2007. Señalética Corporativa. Barcelona : Costa Punto, 2007.

Cuadro 7-9: Ministerio Obras Públicas. 2010. Manual de señalización de tránsito. Santiago : s.n., 2010.

Cuadro 10-21: Elaboración personal en base a datos recopilados de la investigación de campo.

