



Universidad de Chile ■ Facultad de Arquitectura y Urbanismo ■ Escuela de Diseño

PROPUESTA DE APOYO GRÁFICO A LA REVALORIZACIÓN PATRIMONIAL DEL CEMENTERIO GENERAL



Proyecto de Título para optar al grado de Diseñador Gráfico

Magdalena Montt Fabres

Profesor Guía: Eduardo Hamuy

Santiago de Chile, 13 de Diciembre 2004



Universidad de Chile ■ Facultad de Arquitectura y Urbanismo ■ Escuela de Diseño

PROPUESTA DE APOYO GRÁFICO A LA REVALORIZACIÓN PATRIMONIAL DEL CEMENTERIO GENERAL



Proyecto de Título para optar al grado de Diseñador Gráfico

Magdalena Montt Fabres

Profesor Guía: Eduardo Hamuy

Santiago de Chile, 13 de Diciembre 2004

Agradezco a todos quienes me ayudaron con este proyecto, especialmente a Eduardo Hamuy, Horacio Bustos, Andrés Borlone y toda mi familia.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
I PROBLEMA DE DISEÑO	
1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD	7
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
3. OBJETIVOS	8
4. FUNDAMENTOS	8
II ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE DISEÑO	
1. EL CEMENTERIO GENERAL	10
1.1 Datos Generales.....	10
1.2 Breve reseña histórica del Cementerio General.....	15
1.3 La visita al Cementerio, un rito de siempre	16
2 SOBRE PATRIMONIO E IDENTIDAD	22
2.1 Nuestro Patrimonio	22
2.2 Identidad.....	25
3 DISEÑO DE INFORMACIÓN	27
3.1 Infografía.....	27
3.2 Gráfica Didáctica.....	32
3.3 La marca, imagen diferenciadora.....	35
4 DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL.....	38
4.1 Proceso de producción	38
4.2 Elementos de diagramación.....	43

5 USUARIO O GRUPO OBJETIVO	45
5.1 Turistas	45
5.2 Definición de perfiles.....	48
5.3 Necesidades.....	49
6. ENCUESTA.....	50
6.1 Resultados y análisis de la encuesta.....	50
6.2 Gráficos más representativos.....	53
7 ANÁLISIS DE TIPOLOGÍA EXISTENTE	54
7.1 TURISTEL	54
7.2 GUÍAS VISUALES PEUGEOT	58

III PROCESO DE DISEÑO

1. PLANIFICACIÓN PROYECTUAL.....	63
1.1 Descripción.....	63
1.2 Fundamentos	63
1.3 Requerimientos.....	64
1.4 Restricciones	66
1.5 Aporte y Proyecciones.....	66
2. LA PUBLICACIÓN	67
2.1 Estructura de la guía	67
2.2 Organización de contenidos.....	69
2.3 Desarrollo iconografía.....	72
2.4 Uso de diagramas	73
2.5 Elementos de diagramación	78

3. MEDIOS DE DIFUSIÓN	86
3.1 Pendón	86
3.1 Marca páginas	88
4. COSTOS	90

IV PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

1 PORTADA.....	92
2 ÍNDICE.....	94
3 PÁGINAS INTERIORES.....	95

V CONCLUSIONES.....	102
---------------------	-----

VI BIBLIOGRAFÍA.....	104
----------------------	-----

VII ANEXOS.....	105
-----------------	-----

INTRODUCCIÓN

Actualmente en diversos lugares del mundo los Cementerios se ha transformando en lugares de gran potencial turísticos y valor patrimonial. Este el caso del Cementerio General de Santiago el cual últimamente se ha visto “redescubierto” por las autoridades nacionales y por los diferentes actores de la cultura del país.

Para todos los habitantes de una ciudad es muy importante reconocernos e identificarnos como nación, y un buen espacio para hacerlo es a través de un Cementerio, éste reúne todos los actores sociales que configuran una nación, aquí se pueden apreciar los principales acontecimientos de nuestra historia, se ve plasmada la diversidad de su gente y se puede apreciar el desarrollo cultural de una nación

El presente proyecto da cuenta de como el diseño gráfico a través de sus herramientas de visualización de la información y de codificación gráfica es capaz de potenciar esta iniciativa resaltando los elementos de valor histórico patrimonial presente en el Cementerio.

Mediante la ideación de material gráfico que logre acercar a la gente al Cementerio y a todas sus cualidades, se pretende crear una instancia de aprendizaje en los visitantes del Cementerio, que éstos al visitar a este recinto logren de alguna forma apreciar los que se encuentra a su alrededor.

I PROBLEMA DE DISEÑO

I PROBLEMA DE DISEÑO

1. Identificación de la necesidad

Se requiere que el Cementerio General sea considerado como un lugar en el cual se puede reconocer parte importante de nuestro patrimonio e historia.

De esto se desprende la necesidad de material gráfico que sea capaz de dar a conocer todos aquellos aspectos que no son reconocibles por el visitante corriente, el cual que acude al cementerio movidos por la vista de un ser querido, o ya sea a un entierro o funeral y por aquellos que visitan el Cementerio con una intención más turística. Se requiere que los visitantes que acuden al Cementerio logren apreciar el valor de los elementos que este espacio urbano posee, que se logre una instancia de aprendizaje de nuestro patrimonio e historia.

2. Planteamiento del problema

No existe material gráfico que apoye al visitante a reconocer el valor histórico y patrimonial presente en el Cementerio General. Actualmente quienes visitan el Cementerio General se remiten únicamente al objetivo de la visita, no se da una instancia de reconocimiento del recinto. No existe ningún elemento que invite o despierte el interés del visitante a observar desde otra perspectiva el recinto, de algún modo al no comunicar de manera adecuada su valor patrimonial histórico, el Cementerio se desvaloriza.

Nos encontramos frente a una situación de descuido y desvalorización de un espacio público fundamental dentro de una ciudad.

Hoy en día el Cementerio General es un lugar que cumple con los requisitos básicos de funcionamiento y orden, sin embargo se desaprovecha todo su potencial histórico patrimonial ya que no existe ningún tipo de material que muestre estos aspectos de manera atractiva y didáctica.

Es importante determinar de qué modo el Cementerio General será fuente de aprendizaje y reconocimiento de nuestra propia identidad para sus visitantes.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Rescatar el valor histórico y patrimonial que tiene el Cementerio General de Santiago mediante la creación de material gráfico, que apoye la revalorización de este lugar como una fuente aprendizaje de nuestra realidad histórico-cultural.

3.2 Objetivos específicos

- Facilitar y potenciar el acceso a información pertinente al Cementerio, mediante el uso de infografías
- Resaltar el valor patrimonial de los elementos presentes en el Cementerio General.
- Generar un cambio en la apreciación del recinto de los actuales usuarios del Cementerio General.
- Ampliar el público que visita el cementerio General posicionándolo como un lugar de interés turístico.

4. Fundamentos

Parece fundamental y urgente el desarrollo de un proyecto de comunicación visual que apoye al reconocimiento del Cementerio General y su valor patrimonial. Aunque este apoyo puede darse desde variadas perspectivas e intenciones, creo que una buena manera es mostrando y resaltando las cualidades de los elementos ya existente por tantos años en el recinto.

Por otra parte es muy importante destacar que el cementerio es un reflejo vivo de nuestra identidad colectiva y de lo que va ocurriendo en nuestro país, todos los grandes acontecimientos de nuestra historia se ven plasmados de alguna manera en este lugar. Es un espacio que nos pertenece a todos los chilenos y que de algún modo nos refleja fielmente.

Este problema será abordado bajo una perspectiva histórica y patrimonial, ya que la intención es dar a conocer todo su valor en este aspecto ya sea por los personajes que allí se encuentran, las grandes obras arquitectónicas, escultóricas y su gran valor relacionado con el paisajismo.

Actualmente los usuarios del Cementerio poco conocen acerca de este lugar, se remiten al objetivo de la visita, dejarle flores a un difunto o a un entierro o funeral, sin embargo, en ocasiones, ésta se convierte en un agradable paseo por el recinto, con sus agradables árboles y avenidas el recorrerlo se transforma interesante. Dado que se genera inevitablemente una instancia de paseo, es fundamental aprovechar de generar la interacción del visitante y el entorno. Existen muchas formas de lograr que mostrar lo que ahí se encuentra, y el medio estará determinado por el comportamiento del actual usuario y de las personas a las cuales queremos llegar.

En la medida que tomamos conciencia de lo que somos como nación, que nos reconocemos como parte de una historia más global, estamos ampliando nuestros horizontes y logrando que nuestra existencia no sea tan auto referente y sesgada.

II ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE DISEÑO

1. EL CEMENTERIO GENERAL

I. I Datos Generales

El Cementerio General de Chile, se encuentra ubicado en la ciudad de Santiago, comuna de Recoleta. Nace con la Independencia de la nación y el establecimiento de la República, siendo inaugurado solemnemente el 9 de Diciembre de 1821 por el padre de la patria y Director Supremo Don Bernardo O'Higgins Riquelme. En sus 86 hectáreas se encuentran dos millones de personas inhumadas, resaltando su condición de patrimonio histórico y cultural con especies arbóreas más que centenarias, haciendo de él uno de los parques más extensos de la región metropolitana.

El Sector de Recoleta forma parte del antiguo barrio "La Chimba" en el norte de Santiago, que por su ubicación, mantuvo características especiales; en general puede afirmarse que este sector se encontró enmarcado por establecimientos religiosos y por una vida rural, que se mantuvo hasta la mitad del siglo XIX, en 1884 la calle Recoleta y la Cañadilla eran un arrabal de quintas antiguas y precarias

En este Cementerio, yacen todos los presidentes de nuestra vida Republicana (salvo 2), están también los soldados de nuestra nación, los grandes industriales, mineros y comerciantes, artistas, políticos, científicos y en sencillas tumbas nuestro pueblo trabajador.

El Cementerio General es dependiente de la Ilustre Municipalidad de Recoleta desde el año 1992, siendo su actual alcalde don Gonzalo Cornejo Chávez. Su actual director es Don Tulio Guevara Valle.

Hoy es uno de los cementerios más grandes de América, tiene 86 hectáreas donde alberga las tumbas de más de dos millones de difuntos. Es un testimonio de la historia de Chile, de nuestro pasado, de nuestros hombres, de la herencia arquitectónica, escultórica y de nuestro paisaje. Es el reflejo de nuestro pasado y de nuestro presente. Este último se ve expresado en la diversidad que podemos encontrar en el, al igual que las ciudades tienen barrios de ricos y barrios de pobres, villas, o blocks, el cementerio reproduce la ciudad de los vivos en sus murallas.

a) Servicios

El Cementerio General es el único establecimiento del rubro que presta todos los servicios que la ley autoriza, contando para esto con modernos sistemas de información y una infraestructura adecuada.

Los servicios que este ofrece son:

- Servicio de Sepultación
- Servicio de Cremación
- Servicio de Reducción
- Servicio de Traslado
- Servicio de Exhumación de cadáveres y/o restos humanos
- Servicio de Depósitos de cadáveres

Otros servicios que presta el Cementerio General son:

- Velatorios
- Capilla
- Cámaras Frigoríficas
- Derechos de compras de uso de terrenos.
- Sepulturas familiares perpetuas.
- Horno Crematorio para restos humanos.
- Convenios con Empresas y/o Instituciones Fiscales o Privadas
- Derechos de Cremaciones en vida.

Unidades de Sepultación que dispone el Cementerio General:

- Nichos para adultos
- Nichos para restos

- Nichos para párvulos
- Sepultura en tierra para adultos
- Cinerarios
- Nichos Columbarios (cenizas)
- Nichos Bóvedas familiares (perpetuos)
- Capillas y Mausoleos familiares (perpetuas)
- Bóvedas familiares (perpetuas)

Servicio de Cremación:

El Cementerio General desde 1965 ofrece el servicio de incineración de cadáveres y restos humanos. Sus sistemas operativos permiten entregar un servicio moderno y personalizado, con el mayor respeto y transparencia para los actos rituales que conlleva la cremación. Las cenizas pueden ser inhumadas en nichos columbarios perpetuos o cinerarios en jardines destinados para ello.

Capilla:

Destinado para realizar Misas y Responsos a los difuntos.

Nichos:

Pabellones (nichos), son modernas construcciones en las cuales existen variados tipos de nichos (bóvedas, adultos, párvulos, restos), los cuales se ubican en distintos niveles del suelo, esta es una de las más modernas construcciones en lo que a nichos se refiere.

Sepulturas en Tierra:

Patios de Tierra, ésta variedad está destinada para las personas que quieren ser sepultadas en contacto con la tierra.

Capillas y Mausoleos Familiares:

Mausoleo Familiar, son construcciones que disponen de nichos a ambos lados, con o sin bóveda en el subsuelo, donde cada familia diseña su estilo arquitectónico. Esta unidad permite la sepultación de tres generaciones.

Capilla Familiar, son construcciones que disponen de nichos a un costado, con o sin bóveda en el subsuelo, al igual que los Mausoleos Familiares permite la sepultación de tres generaciones.

Bóvedas, son construcciones subterráneas, que al igual que los mausoleos, permiten la sepultación de tres generaciones.

b) Datos Corporativos

La actual estrategia corporativa que tiene el Cementerio se debe a un impulso comenzado en 1997. Es en esta fecha cuando los directivos del Cementerio General se dan cuenta del gran auge y crecimiento que los Cementerios Parques están teniendo en el mercado.

Los objetivos de esta estrategia estaban en estabilizar los recursos, junto con aumentar sus ingresos, de esta manera no perder posición en el Mercado.

El Cementerio General al ser una empresa sin fines de lucro, que no puede contar con auspiciadores, ni tampoco con el apoyo de la publicidad. Este último

tiempo ha sabido organizarse de una manera bastante interna, las iniciativas suelen comenzar por parte del mismo personal, cuenta el relacionador público¹, “La imagen actual a igual que el slogan, son frutos de un concurso realizado entre los funcionarios”, sin embargo de todas maneras que para ciertos fines más concretos se ha necesitado la colaboración de algunos profesionales.

Para la realización de dicha estrategia se contó con el apoyo de una consultora, que detectó las principales falencias y determinó que se debía comenzar con un plan de posicionar al Cementerio junto al ámbito cultural. Actualmente existen una serie de convenios con Instituciones que hacen del Cementerio un lugar más visitado, dichos convenios están realizados bajo un acuerdo de palabra, Sernatur se comprometió a incluir dentro de los lugares que recomiendan como atractivo turístico al Cementerio, por otra parte en el ámbito audiovisual comienzan a realizarse una serie de programas televisivos acerca del Cementerio, su historia y relevancia patrimonial. También comenzaron a realizarse actividades culturales en el lugar mismo, obras de Teatro en la cúpula, Conciertos de música Sacra y Romerías nocturnas “Romería de los Poetas”, un encuentro de poesía que se realiza en el mes de octubre. Todo esto con el objetivo claro de acercar a las personas al Cementerio. Así mismo se realiza un convenio con el Ministerio de Educación que consiste en fomentar las visitas de los escolares, ofreciéndoles un recorrido guiado por don Danilo Sáez (Q.E.P.D.) quien conocía en profundidad los lugares de mayor relevancia e interés histórico y anecdótico.

Piezas gráficas

De la estrategia realizada anteriormente se desprenden las siguientes piezas gráficas:

- Imagen Corporativa
- Políptico

Este contiene un mapa del cementerio y algunas imágenes más relevantes, con nombres de personajes destacados que se encuentran sepultados en el Cementerio General.

- Folletos Informativos de los servicios

Estos folletos contienen información a cerca de las nuevas unidades de sepultación, horario de atención de las oficinas y datos de esa índole.

También hay un folleto que entrega información acerca del parque "Las Encinas".

Signos de identidad actual imagen

En Cementerio General posee una imagen representativa que iconiza la entrada del Cementerio y alude también a su paisaje mostrando una araucaria. Esta imagen es reiterada en varios tamaños y soportes acompañada de diferentes textos.

Otro signo de identidad son los colores corporativos, hay que aclarar que estos colores solo aparecen en las piezas gráficas del Cementerio como dípticos, polípticos y Web. En el recinto mismo no hay muchas señas de una imagen corporativa. La señalética responde a otro código. No hay rastros ni

DESDE SIEMPRE..



*Cementerio
General
Recoleta*



Cementerio General

Actual imagen del Cementerio General

Las Encinas



*PARQUE
Las Encinas
CEMENTERIO GENERAL*

Actual imagen Parque las Encinas, parque perteneciente al Cementerio General

de colores corporativos ni de la imagen central que plantean como ícono en las piezas gráficas, lo mismo ocurre con el slogan "desde siempre..."

Uso tipográfico actual imagen

La tipografía empleada es una Times New Roman cursiva, la cual responde favorablemente a todos los criterios de legibilidad, es una tipografía bastante clásica que a pesar de estar en cursiva, logra ser bastante funcional. En cuanto a sus connotaciones la Times New Roman es una de las tipografías más clásicas y universales de las con Serif, por lo cual va muy de acuerdo con lo que el Cementerio de plantea "Desde siempre..."

Esta tipografía se usa de manera bastante generalizada en diferentes tamaños y colores en sus piezas gráficas, es la única variedad que encontramos, desde el logotipo hasta los textos informativos se presentan con este tipo.

c) Análisis Estratégico

F.O.D.A.

Fortalezas

- Es el Cementerio más antiguo y tradicional de Chile.
- Su valor en cuanto a Arquitectura, escultura, paisaje...
- Su ubicación central dentro del gran Santiago.
- Posee todos los servicios dentro del recinto (capilla, crematorio, servicio de sepultura en bóveda, nicho, lápidas)

Oportunidades

- La creciente revalorización de todo lo relacionado con el patrimonio.
- Los acuerdos y convenios que se están gestando con el Ministerio de Educación para propiciar las visitas guiadas.
- El interés que se genera por parte de los turistas.

Debilidades

- Su ubicación dentro de un barrio con alto riesgo social.
- La existencia de zonas abandonadas y descuidadas dentro del mismo recinto.
- La falta de material gráfico de apoyo a los visitantes.
- La delimitación del espacio.

Amenazas

- La creciente demanda por los Cementerios Parques.
- La negación a la muerte en la sociedad contemporánea.
- Las nuevas tendencias arquitectónicas se alejan de la predominante en el Cementerio.
- La preferencia de los usuarios por Cementerios ubicados en las vías estructurantes (Tipo Mall).

I. 2 Breve reseña histórica del Cementerio General

La idea de contar con un Cementerio para Santiago, comenzó a germinar con la petición del Diputado y Canónigo Pablo Fretes al Congreso de la época, en Octubre de 1811. Sin embargo, no fue posible debido a la lucha independentista. Recién en 1819, O'Higgins, como Director Supremo de la Nación, otorgó la ratificación al acuerdo respectivo del Senado de la naciente República. Se inician así gestiones para encontrar un terreno apto para levantar esta obra, finalmente, las negociaciones quedaron en manos de Don Manuel Joaquín Valdivieso, quien logra un acuerdo con la Orden de los Dominicos para la cesión de unos terrenos, ubicados en el antiguo camino de la Recoleta y la Cañadilla. Apenas un día después de inaugurado el Cementerio General, registró los nombres de las primeras cuatro personas que fueron inhumadas y al día siguiente, ingresó la primera carroza fúnebre con que fue habilitada la nueva Institución, portando una fallecida religiosa del Convento Las Clarisas. En el Cementerio General, la historia de Chile también está reseñada por los nombres de 31 Presidentes de la República, cuyos restos mortales recibieron aquí Cristiana Sepultura. La nómina la encabeza Don Francisco De La Lastra y el Libertador Don Bernardo O'Higgins, cuyo cuerpo fue trasladado, tras permanecer en el Cementerio.

El 9 de diciembre de 1821, Bernardo O'Higgins inauguró el Cementerio. Bajo la inspiración de sus predecesores, se pensó en una crear una ciudad para los muertos, con calles, avenidas y árboles, para el recuerdo eterno de los difuntos.

El Cementerio General fue pensado por el Director Supremo como un "Panteón", un lugar sagrado para que los ciudadanos rindieran honores a los héroes de la patria y a los personajes grandes de la historia.

En palabras del historiador Marco Antonio León, "... un espacio de inhumación dedicado a los hombres ilustres, a los grandes defensores del suelo materno y, por tanto, a aquellos cuyas cenizas no podían permanecer dispersas en cualquier sitio, sino reunidas en un lugar especial para su conmemoración y recuerdo".²

Algunos historiadores señalan este intento como el deseo de consolidar la nación.

Construir una memoria común que permitiera la unión entre los ciudadanos, levantar a los próceres para afianzar la nacionalidad, es decir el sentimiento nacional.

Aquí están todos los gobernantes que ha tenido Chile desde la Independencia, salvo dos excepciones; el mismo O'higgins, que está en la Alameda bajo el llamado "Altar de la Patria", y Gabriel González Videla, quien deseó ser enterrado en La Serena.

En este Cementerio reposan los principales forjadores de esta nación, no solo sus autoridades, están también nuestros artistas, escritores, folkloristas y la elite de los profesionales destacados de cada área. Juntos descansan los restos de figuras como Manuel Rodríguez, Andrés Bello, Violeta Parra y Víctor Jara, entre otros.

² León, Marco Antonio. *Sepultura Sagrada, Tumba Profana. Los espacios de la muerte en Santiago de Chile, 1883-1932*. LOM Ediciones, Stgo 1997. Pag. 70.

1.3 La visita al Cementerio, un rito desde siempre

Desde el inicio de la vida en sociedad, el ser humano ha mantenido una actitud reverencial ante la muerte, expresada en una gran diversidad de ritos y monumentos representativos en los que se pone de manifiesto la incertidumbre humana ante este habitual hecho natural. Aún en nuestros días, a pesar de los grandes avances científicos y tecnológicos, la muerte continúa presentándose signada por un arcano temor.

Desde una perspectiva antropológica, Mario Fernández³ explica que para el Homo Sapiens la muerte ha dejado de ser un hecho puramente natural, o una mera pérdida dolorosa, para ser concebida como un destino trágico y el paso de un estado a otro. Se comienza a concebir la muerte como un acontecimiento no inmediato, pero que sobrevendrá en el futuro, lo cual revela una conciencia del tiempo y en general indica la aparición de un mayor grado de complejidad y un salto cualitativo en el conocimiento conciente del Sapiens.

Esto ha dado origen al acto de reverenciar los restos mortales de nuestros semejantes y la consiguiente aparición de emplazamientos destinados a albergar las tumbas y monumentos funerarios así como dar acogida a los ritos y manifestaciones del culto a los muertos.

Por otra parte la mitología explica esotéricamente el fenómeno, y la gente concibe los rituales que reiteran la explicación mitológica, y “generan una catarsis colectiva, que hace que dicho fenómeno se acerque al ámbito de los humanos, así la muerte como hecho inentendible no queda ajeno a esta

simplificación; es uno de los fenómenos que no se ha desligado de su condición esotérica-mitológica, que aún hoy en día tiñe a los rituales que la rodean.”⁴

Como ejemplo de lo anterior, está el peregrinaje en función del mito del viaje, el cual tiene sentido en relación de la separación entre la tierra de los muertos y la tierra de los vivos y de la separación del alma y del cuerpo.

Las creencias de las culturas generan su sistema de significación, mitos y rituales que reflejan la materialización del fenómeno de la muerte.

El historiador Marco Antonio León⁵ nos relata...

“La muerte de un hombre modificaba solemnemente el espacio y el tiempo de un grupo social que podía extenderse a la comunidad entera, por ejemplo la aldea. Se cerraban los postigos de la habitación del agonizante, se encendían los cirios...

La casa se llenaba de vecinos, de parientes... La campana sonaba en la iglesia, de la que salía la pequeña procesión que llevaba el Corpus Christi. Después de la muerte, en la puerta se clavaba una esquela de duelo (sustituyendo a la antigua exposición en la puerta del cuerpo o del ataúd, costumbre ya abandonada)... El servicio de la iglesia reunía a toda la comunidad, incluidos los tardos que esperaban el final del oficio para presentarse, y tras el largo desfile de las condolencias, un lento cortejo saludado por los visitantes acompañaba al ataúd hasta el cementerio... El periodo de duelo estaba lleno de visitas de la familia al Cementerio, visitas de los parientes y amigos de la familia... Luego poco a poco, la vida recuperaba su curso normal, y no quedaba más que las visitas espaciadas al Cementerio”⁶

3 Fernández del Riesgo, M.; *La Muerte y la Teodicea. Una Reflexión socio-antropológica*. Est. Augustiano; Stgo. 1988.

4 Verónica Volante, Daniel Yañez “Cambios en la significación de la simbología funeraria” Seminario (Arquitectura) U. de Chile

5 León, Marco Antonio. Op. Cit. Pag. 72

6 Ibidem.

En el transcurso del tiempo, la posición frente a la muerte ha cambiado al mismo tiempo que el ritmo de la sociedad. Antiguamente, la muerte tenía una importancia mucho más relevante para los vivos. La imagen de ésta estaba presente en muchos de los quehaceres de los vivos y se educaba a los más jóvenes señalándoles que la muerte tarde o temprano llegaría a buscar a alguien de la familia.

Según el autor Marco Antonio León⁷ esto se veía reflejado en varios aspectos, por ejemplo, el luto se realizaba durante semanas, desde las vestimentas hasta las decoraciones de las casas, las cortinas se tornaban de negro al morir una persona cercana, las viudas debían estar vestidas de negro incluso hasta seis meses después de la muerte del esposo, los niños llevaban cintas negras en sus atuendos, entre otras abnegadas prácticas. Sin duda todo ello estaba asociado a las creencias religiosas muchos más presentes y poderosos en las generaciones anteriores.

A todo lo largo de la historia de la humanidad, el culto a la muerte ha buscado presentar explicaciones aceptables de esa circunstancia, expresadas en complejos rituales signados por las concepciones filosóficas y religiosas predominantes, las cuales adquieren forma material en los entierros y en las manifestaciones de conmemoración del acto.

Así tenemos que el cuerpo puede ser enterrado, incinerado o momificado, denotando la presencia del mismo u ocultándola; en tanto que los ritos celebrados por los deudos expresan sentimientos dolorosos, lamentando la fatalidad, o bien el júbilo, al concebir la muerte como el inicio de una nueva etapa o el tránsito hacia nuevos estadios de existencia. La expresión

material del culto a la muerte pone de manifiesto las más altas capacidades creativas del ser humano para expresar mediante símbolos sus sentimientos y el anhelo de permanencia material, bien de un individuo o de los ideales de un grupo social; los mismos materializan concepciones filosóficas, alegorías religiosas o atributos mundanos, utilizando para ello las más ricas y variadas técnicas disponibles. La cerámica, la pintura mural, la escultura y la arquitectura, se encuentran entre las artes más ampliamente utilizadas a lo largo de los tiempos en este intento de la sociedad por materializar los sentimientos y conservar vivos los valores de la memoria colectiva. Por el lado espiritual, los estudiosos del tema de la muerte la han considerado como “la gran ruptura”, como rompimiento doloroso; nunca más volveremos a estar con la persona que “se ha ido”. La sensación de pérdida definitiva y el gran dolor que causa la muerte de los seres cercanos ha generado en el hombre de todas las épocas y culturas la elaboración de ritos fúnebres con los cuales el ser humano busca poder controlar el gran dolor que causa la pérdida.

La riqueza etnográfica de los ritos fúnebres así lo demuestra.

Las antiguas prácticas frente a la muerte se ven reflejadas en los Cementerios. Es fácil apreciar la diferencia entre las sepulturas antiguas y las nuevas, en las antiguas, los íconos religiosos y la ornamentación es bastante representativa al significado de la muerte, en donde podemos apreciar figuras complejas y ostentosas que pretendían dejar al difunto muy cerca de dios y darle un significado mucho más profundo a lo que existe después de la vida. En cambio las sepulturas de hoy son mucho más simples, aunque existen algunas bastante ostentosas, pero que ya no optan por una ornamentación tan rebuscada o tan llena de elementos, para muchos basta solamente con la cruz.

La sociedad actual es mucho más laica que las generaciones anteriores y por lo mismo su visión de la vida ultraterrena es mucho más restringida. No es necesario crear un panteón para Dios venga a buscar el alma de un difunto. La evidencia más palpable de esto es la proliferación en la actualidad de los llamados “cementeros parques” que se inauguraron en estados Unidos y entran con fuerza en Chile y el mundo. En estos lugares no existen mayores símbolos de la muerte, dan cuenta de una sociedad que funciona negándola, no asimilando la idea de que tarde o temprano todos estamos destinados a perecer.

El rito de la muerte también está ligado a las clases sociales, las que se expresan de diferentes maneras; en la actualidad encontramos diferentes formas de expresar este rito, “las clases más populares hacen mayor alusión a través de íconos que los representan, por ejemplo, los choferes de microbuses escriben en las ventanas de éstos despedidas o frases que aluden a la muerte de un ser querido, así como los hinchas de las barras de fútbol que adoman las sepulturas con grandes banderas de equipos. Este tipo de representaciones no se observa en las sepulturas de los estratos económicos más altos, por lo general no manifiestan estos sentimientos, sino más bien los viven en privado.”⁸

a) Elementos Básicos de este rito

Para poder comprender a cabalidad como se ha desarrollado en Chile los distintos ritos relacionados con la muerte y su contexto histórico cito a Marco Antonio León quien en su libro ya citado hace una pequeña descripción de estos puntos.

El velorio

Las características básicas del velorio durante el siglo XIX, experimentaron una progresiva intimidación de todos los aspectos que definían el rito lográndose un contacto más estrecho entre familiares y vecinos ampliándose el sentido de pérdida familiar a la pérdida del amante esta fue una singularidad propia del romanticismo que exalto el culto de la melancolía y el recuerdo.

El anuncio de la muerte de un vecino era transmitido ya fuese por gritos o por toque de campana codificados que las iglesias capitalinas se encargaban de generar, de este modo la comunidad se enteraba de forma inmediata de un hecho que quebrantaba la cotidianeidad. Otro hecho que alertaba del acontecimiento era el rumor público que corría de boca en boca en una ciudad de escasa población. Hasta la década de 1870 se mantuvieron estas particularidades ya que la ciudad era configurada en torno a su iglesia las que cumplían este importante papel comunicador.

Anunciada la muerte se iniciaban los preparativos para el velorio del difunto, hecho que implicaba la transformación del tiempo y del espacio, el tiempo corriente de convivencia de familiares y amigos se veía interrumpiendo las actividades normales de la casa debían girar en torno al cadáver el que era expuesto en un lado de las salas de la vivienda convertida a su vez en una capilla pasajera para rogar por la salvación del alma del individuo, se trataba de hacer compañía a los parientes del extinto en este duro momento, aspecto que involucraba la generación de un tiempo improductivo en el cual no podía generar sus acciones banales como la de cocinar, por lo tanto los monasterios y amigos enviaban regalos de viandas para cubrir la mesa. Normalmente el

espacio de la casa sufría también una mutación física que era el símbolo claro de la situación especial por la cual pasaba la familia afectada. Ello se presentaba no sólo por el luto de los asistentes, sino además por el mismo decorado de la habitación, que se cubría con telas negras al igual que la ventana y otros salones interiores. En otras ocasiones el cadáver no permanecía un período muy largo dentro de la vivienda, razón por la cual la transformación física que implicaba el velorio se concentraba en la capilla de la parroquia respectiva, en el convento o monasterio, dentro de cuya iglesia se hacía luego el entierro.

El velorio fue el ritual que por excelencia se encargó de ir a un determinado grupo social junto al cadáver de uno de sus miembros.

Llegar a la capilla donde se encontraba el cuerpo y presentar las condolencias, conlleva además la idea de acompañar a los deudos en su dolor; creando así un lazo de solidaridad que se hacía importante en estas situaciones límites, merecedoras de la comprensión de la comunidad. El espíritu de veneración de reconocimiento a la obra del difunto y la necesidad de compartir en forma grupal la partida del prójimo, obligaba la asistencia a estas ceremonias de parientes, amigos y conocidos, lográndose así materializar un ancestral respeto hacia los restos humanos.

El Funeral

Uno de los aspectos principales del ritual mortuario fue el traslado de los restos del individuo ante la comunidad, con lo cual la exposición del cadáver cobraba todo su carácter público. Esta nueva etapa del culto fúnebre, la constituyó el funeral, punto cúlmine de la exequias sociales que se realizaban hacia el difunto y que comprendían a su vez, las mismas en la iglesia, la

procesión al cementerio y la oratoria o discursos a que daba origen el entierro de una persona.

Las preferencias que existen para estudiar la majestuosidad de los funerales, permiten reconocer elementos ya presentes en el velorio. Por ejemplo, el funeral mantuvo aún aquellas características de diferenciación social que observamos, en lo siglos barrocos, con lo cual el reflejo de la jerarquía del individuo como en el posado, no se alteró mayormente. Lo anterior es cierto si pensamos en el boato y ostentación de los funerales de la elite santiaguina, así como en las ceremonias y rito de otras clases sociales. No obstante ciertos grupos de la población no gozaron siempre de este despliegue social, ya que los mendigos y enfermos epidémicos fueron destinados a fosa común, normal receptora de los desterrados del ceremonial colectivo.

El funeral, en especial aquel que hacía gala de la ostentación en todo su desarrollo, involucró la idea de generar un impacto y recuerdo visual a través de la magnificencia del cortejo, del número de oradores o del tipo de tumba; aspectos que en su totalidad, tradujeron la mayoría de las veces la vanidad de los vivos más que la preocupación por los muertos.

La lógica de este ceremonial que rendía honores a los difuntos, debe llevarnos a apreciar las particularidades de un trayecto definido y protocolizado social y jurídicamente. Luego del correspondiente velorio en el hogar, por citar un ejemplo de los tantos, se producía el traslado de los restos mortales hacia la iglesia, donde se daría comienzo a las correspondientes exequias que comunicarían como antaño, a los vivos y muertos en torno al cuerpo y alma del individuo.

De todas las iglesias de Santiago, guardan especial mención las misas de exequias que se desarrollaron en la iglesia catedral, símbolo grandilocuente del poder eclesiástico y espacio de conmemoración obligado para la mayoría de los miembros de la clase dirigente santiaguina.

b) Los signos del recuerdo

La añoranza y los rituales inherentes a la conmemoración la persona no terminan al momento de ser enterrado y apartado el difunto de la “ciudad de los vivos”. Los deudos o amigos más cercanos del extinto, requerían de objetos u otros medios que lograsen re-actualizar la presencia de aquel que había partido hacia el más allá. Por esto, la veneración del ser ausente tomó lugar a pesar de no contar directamente con su imagen física.

Para que dicho recuerdo pudiera activarse, se necesitaban formas definidas que pudieran establecer un contacto con aquella persona que ya no era accesible a través de los sentidos. El símbolo cumple el papel de intermediario entre la imagen añorada y los sentimientos de los vivos, al entregar una representación tangible de lo que el difunto había sido en la vida.

Por tales motivos la mejor forma de establecer una comunicación con los muertos se produjo por medio de distintos símbolos que las distintas culturas y religiones a lo largo de la historia fueron asumiendo. En lo que respecta a la población Santiaguina, se encargaron de crear y recibir a la vez aquellos signos que le permitían mantener la imagen, la percepción o la nostalgia de sus seres queridos.

Si revisamos el proceso de “sentimentalización de la muerte”, el progreso de la afectividad en sus relaciones familiares y la postura laica que readecuó los rituales mortuorios; podremos darnos cuenta que no es fácil discernir las características que presentó el culto a los muertos en ese periodo.

No obstante es posible encontrar un fondo común de sentimientos que trataron, de una u otra forma, de mantener la idea que la despedida a la que se había llegado podía ser superada buscando paliativos que permitieran preservar la memoria del extinto.

Las misas post-mortem, fundamentalmente en el período barroco, van seguir manteniendo su importancia para ciertos sectores en una época que se aleja de modo progresivo de los rituales católicos. En dichas misas, se busca traer a la memoria de la colectividad los dones del difunto, el recuerdo de su biografía y sus principales obras, señalando además el gran vacío que dejaba su partida en el corazón de quienes lo acompañaban. La salvación del alma encontró en este siglo un camino similar, pero en la medida que la vida, idealmente, había dejado de ser una permanente preparación para la muerte, tal sentido perdió la fuerza que gozaba antaño.

unto con los intentos de venerar la memoria del difunto a través de la misa de aniversario o de aquellas dispuestas por el extinto en la vida para “salvar el alma”, se presentaron otras formas de socialización de la muerte que permitieron mantener la garantía visual de que los dolientes, como rito social obligado, no habían olvidado la grandeza del fallecido una vez sepultado bajo tierra.

El énfasis puesto durante el siglo XIX en las formas externas del duelo, ayudo a crear un código significativo que permitió identificar a los duelos, los que respondían a si a una costumbre que demandaba la individualización de las costumbres de los afectados por la tragedia, situación que debía ser reconocida por todos y que comenzaba al momento mismo de producirse el deceso de un ser querido.

Quizá la característica más relevante del duelo fue precisamente la de manifestar en forma pública la resonancia social del fúnebre acontecimiento, afirmando, por una parte, de manera ostentosa el dolor de la familia, y por otra rindiendo al fallecido un homenaje propio de su papel familiar y rango social. En algunas situaciones puede que el duelo se halla manifestado de forma exaltada, con gritos, llanto, y lamentaciones que no concluían en el momento del funeral y que registraban un quiebre profundo en la desaparición que un individuo provocaba.

El color negro

Para cumplir con la protocolizada etiqueta que fijaba el duelo en los dolientes, se recurría a gestos y actitudes externas que traducían el ambiente de pesar que embargaba a hombres y mujeres. La asociación de las prendas de vestir al color negro responde a los significados que el imaginario colectivo daba a tal color desde épocas ancestrales. El negro representa la pena, la pérdida, el lado tenebroso y oscuro de la existencia, es decir, la muerte misma.

La obligación social de la elegancia, en especial en los sectores dirigentes, no debía ser incompatible con el uso del negro por ello existían establecimientos especiales para vestir en estas ocasiones.

Las flores

Otro signo que representa la idea de la perennidad del recuerdo, fue el que tomo lugar a través de las coronas de flores y las fotografías que encontramos en algunas tumbas de los camposantos.

La corona de flores fue un símbolo evidente de cariño y la añoranza hacia la persona que ya no compartía el afecto de sus congéneres por encontrarse fuera de este mundo. Por esto se necesitaba manifestar de alguna manera ese ambiguo sentimiento que producía la muerte: felicidad por la partida a un mundo mejor; pero también tristeza por la muerte de un ser querido.

Se convirtieron así las flores, en un siglo de romanticismo y de mayor sensibilidad familiar; en la forma ritual adecuada para continuar conmemorando la partida de un familiar. De esta forma, se intentó estrechar el vínculo de afecto imaginario por medio de las flores como eternos signos del ciclo vital, que aludían a la muerte, pero además a la resurrección. Las escenas comunes de adornos de flores en las iglesias y cementerios –para el día de Todos los santos- y las coronas hechas especialmente para engalanar el funeral; fueron igualmente indicadoras de que el poder visual de estos funerales-espectáculos, basaba gran parte de su ostentación y significado en la belleza y decoro que le proporcionaban las flores.

Las lápidas

A diferencia de la riqueza textual que éstas tienen en cementerios extranjeros, no guardan mayor información sobre los cambios que han afectado la sensibilidad colectiva, ya que las fórmulas se encuentran estereotipadas. Lo común es que aparezcan formas como "Aquí yacen los restos de, Aquí descansa..." Eso en cuanto se encuentra lápidas que mantienen sus leyendas, pues la mayoría de ellas no tienen mensajes, como ocurre en el cementerio general. Las excepciones más notorias se encuentran en los mausoleos de algunas corporaciones donde nuevamente aparecen estereotipos, pero además de una que otra poesía de significación.

2 SOBRE PATRIMONIO E IDENTIDAD

2.1 Nuestro Patrimonio

Como patrimonio entenderemos, “Conjunto de bienes tangibles e intangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano y que refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y que son percibidos por otros como característicos.”⁸

Actualmente el concepto de patrimonio se encuentra diferenciado según sus cualidades específicas;

- Patrimonio Cultural
- Patrimonio Natural

Y a su vez estos conceptos se dividen en tangible e intangible, lo cual no excluye la pertenencia a la clasificación anterior

Entendemos por 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.”⁹

Según la corporación del Patrimonio Cultural, el patrimonio natural, está constituido por elementos de la naturaleza, intervenidos de algún modo por el ser humano, como parques, plazas, jardines botánicos.

El patrimonio intangible, es un conjunto de elementos sin sustancia física (modos de hablar, canciones, costumbres) o por formas de conducta (danzas, ritos).

Patrimonio tangible, está constituido por objetos que tienen sustancia física y pueden ser conservados o restaurados por medio de algún tipo de intervención. Se pueden reconocer muebles e inmuebles. Los bienes muebles son aquellos que pueden ser trasladados de un lugar a otro, como cuadros, esculturas libros, muebles; y los inmuebles se caracterizan por su inamovilidad, como edificios, iglesias, parques.

⁸ www.dibam.cl

⁹ Ibidem.

A este patrimonio tangible pertenece la conservación, disciplina que busca evitar en lo posible el deterioro de los objetos, desde un libro o bien mueble hasta un parque o catedral. Aunque la conservación incluya también las intervenciones activas o restauraciones, actualmente se trata de evitar tener que llegar a ellas y la mayoría de los esfuerzos de conservación se orientan a lo que se llama conservación preventiva. Es decir, que los objetos no están expuestos a daños innecesarios. Por ejemplo, que las salas de museos están climatizadas, con control de temperatura, humedad y calidad del aire, que los cuadros se expongan con una luz tenue, sin focos directos ni luz del sol, que los lugares donde hay objetos patrimoniales se desinfecten periódicamente para evitar plagas, como las termitas en la madera o las polillas en las telas.

En Chile existe la Corporación del Patrimonio Cultural de Chile que tiene como función la de tender puentes entre el mundo público, guardián de nuestros tesoros patrimoniales, y el mundo privado, a través de proyectos de gran envergadura ejecutados con profesionalismo y seriedad.

Esta es una entidad de carácter privado, autónoma, filantrópica y sin fines de lucro, cuyos miembros están unidos por la sola motivación de conservar, cuidar y difundir nuestro patrimonio cultural en forma responsable e independiente.

Esta empezó a funcionar en 1995 como respuesta de articulación a los múltiples intentos respecto a políticas culturales y patrimoniales.

Esta corporación considera fundamental para desarrollar su accionar los siguientes aspectos:

- Actuar con criterios de excelencia en proyectos apoyados por profesionales idóneos.
- Privilegiar proyectos que aseguran su continuidad en el tiempo.
- Buscar mecanismos que estimulen la profesionalización y capacitación de las personas que tienen a su cargo bienes patrimoniales.
- Promover la creación de grupos de amigos que colaboren con entidades patrimoniales públicas, especialmente en regiones.
- Coordinar el intercambio de información entre distintas instancias dedicadas a trabajar con el patrimonio tanto en Chile como en el extranjero.
- Priorizar proyectos, dando énfasis a las urgencias, a la continuidad y a la excelencia, de modo que nuestro quehacer haga una diferencia en la manera de abordar la problemática de la identidad chilena.
- Promover investigaciones y estudios, que abran la posibilidad de futuros proyectos.
- Desarrollar redes de trabajo y cooperación conjunta con las entidades cauteladoras de patrimonio.
- Explicitar políticas y teorías de sustentación en el área del patrimonio

Acervo cultural:

Conjunto de conocimientos, creencias, prácticas y objetos que definen lo propio de un grupo humano y lo diferencian de otro.

2.2 Identidad

El concepto de identidad tiene diferentes significados y se utiliza en una variedad de contextos que necesitan ser distinguidos para evitar confusiones y clarificar el sentido en el que se utilizará en esta investigación.

Desde lo más básico por identidad entenderemos como la “sensación o convencimiento íntimo de ser una persona o grupo único y distinto de cualquier otro, con personalidad, dignidad y libertad propias. Imagen que se construye ínter subjetivamente, es decir, que se realiza a través del intercambio y luego de un proceso de comparación en el que se lleva acabo la toma de conciencia de las diferencias y similitudes con los otros actores sociales. En la elaboración de dicha idea colectiva interviene la dimensión interna del ser humano a través de sueños y ambiciones, así como también interviene la dimensión externa, por medio de la comunicación, aspecto gracias al cual evoluciona en el tiempo.”¹⁰

Ahora, tocaremos este concepto desde una perspectiva más íntegra y desde un punto de vista relacionado con la filosofía, así tenemos que la identidad se encuentra en las tradiciones metafísicas escolásticas y aristotélicas que la concebían como uno de los principios fundamentales del ser y como una ley lógica del pensamiento.

La identidad supone la existencia de un grupo humano, las identidades se vienen desde fuera en la medida que son la manera de como los otros nos reconocen, pero vienen de adentro en la medida que son la manera como los otros nos reconocen, pero vienen de fuera en la medida que nuestro autoreconocimiento es de una función del reconocimiento de los otros que hemos internalizado.

Las identidades personales y colectivas están interrelacionadas y se necesitan recíprocamente. Los individuos se definen por sus relaciones sociales y la sociedad se reproduce y cambia a través de acciones individuales. Las identidades personales son formadas por identidades colectivas culturalmente definidas, pero estas no puede existir separadamente en los individuos.

(...) Al construir identidades personales los individuos comparten ciertas afiliaciones, características o lealtades grupales culturalmente determinadas, que contribuyen a especificar al individuo y su sentido de identidad. Implícita en esta definición está la idea de identidades colectivas tales como género, clase, etnia, sexualidad, nacionalidad que Stuart Hall ha llamado “identidades culturales” Son formas colectivas de identidad que se refieren a algunas características culturalmente definidas que son comparadas por muchos individuos. Por eso que el ser chileno o peruano nos hace pertenecer a un colectivo, nos hace parte de un grupo que puede ser identificado por algunos rasgos específicos. Las identidades colectivas no deben ser hipostaciadas como si tuvieran una existencia independiente y pertenecieran a un individuo completamente integrado.

Como dice Giddens¹¹, podríamos decir que las identidades colectivas son continuamente recreadas por individuos a través de los mismos medios por los cuales ellos se expresan a sí mismos como actores de una identidad nacional, pero al mismo tiempo las identidades colectivas hacen esas acciones posibles. De allí que una identidad colectiva sea el medio y el resultado de las identidades individuales a las que recursivamente organiza. En particular debemos evitar transponer elementos psicológicos de las identidades personales a las identidades culturales. Mientras es posible hablar de una identidad personal

¹⁰ E. Tugendhat, *Identidad: personal nacional y universal*.

¹¹ Giddens, Anthony *Constitution of society*, 1984.

en términos del carácter o de la estructura “síquica” de un individuo no es adecuado hablar de una identidad colectiva en términos de un “carácter étnico” o de una estructura “síquica colectiva” que sería compartida por todos los miembros de un grupo. Una identidad colectiva no tiene estructura “síquica” o de carácter en el sentido de un número definido de rasgos psicológicos. No se puede decir que un carácter colectivo se manifiesta en un conjunto de caracteres individuales; por ejemplo que los chilenos comparten una estructura de carácter chilena, que es diferente a la estructura de carácter británica.

En Chile Francisco Antonio Encina propone en 1910 la idea que “los pueblos, como los individuos, tienen temperamento y carácter propio, que imprimen un sello personal y exclusivo para todas las manifestaciones de su actividad. No existen dos razas que piensen sientan y obren de la misma manera”

Más tarde Jorge Larraín concluye su descripción del carácter chileno destacando sobriedad, seriedad, prudencia, sentido del humor, gran temor al ridículo, pero también servilismo, crueldad, imprevisión, entre muchos otros rasgos.

Según Jorge Larraín¹² este conjunto de rasgos psicológicos, muestran por sí mismo su inadecuación, en la medida que, claramente, no son compartidos por todos los miembros de la sociedad. Sería aventurado decir que son compartidos por la mayoría de la nación. Constituyen sobre generalidades abstractas que no pueden predicarse de toda una nación.

Aparte de la atribución de rasgos psicológicos también se corre el peligro de caer en la entrega de elementos que facilitan la construcción de “otro” por medio de estereotipos. Cuando se dice que “los indios son flojos”, que “los italianos son malos militares”, que “los argentinos son arrogantes”, que

“los escoceses son tacaños”, se está haciendo la misma sobre generalización indebida al atribuir un rasgo psicológico individual a un todo colectivo, pero además con la intención de mostrar la inadecuación de una falencia de todo un pueblo o nación en oposición a lo que se considera la identidad propia. Desde el punto de vista de Larraín es un error reducir la identidad nacional al “carácter nacional”.

Para él la identidad colectiva es puramente un artefacto, un tipo de “comunidad imaginada”. Los miembros de esta comunidad imaginada son limitados en número, pero “nunca conocerán a la mayoría de sus compañeros miembros, ni estarán con ellos, ni siquiera los oirán, sin embargo en cada una de la mente de ellos vive la imagen de comunión”. Sin perjuicio de esto, es claro que no podemos igualar todas estas identidades culturales y cada una de ellas tiene su propia historia y resonancia individual. Esto significa que cada identidad cultural demanda una cantidad diferente de compromiso de cada miembro individual o supone un grado diferente de fraternidad imaginada, y esto puede cambiar históricamente. Las identidades culturales no son estáticas. Las identidades culturales pueden coexistir y no son mutuamente excluyentes. En la construcción de las identidades personales siempre concurre un buen número de ellas en varios grados de intensidad. Pero no todas ellas son estrictamente necesarias del mismo modo (...) Las identidades culturales funcionan produciendo significados e historias con los cuales pueden identificarse. Mientras más importante sea el rol de la identidad colectiva para la construcción e identidades personales, mayor será la atracción de los significados y narrativas que se crean para interpelar a los individuos a identificarse con ellos.

¹² Larraín, Jorge. *La identidad Chilena*, Ed. LOM. 2002

La nación es un caso muy particular entre ellos por que ha logrado un grado de compromiso de parte de sus miembros que no tiene paralelos con otras identidades culturales. Anderson¹³ plantea que la fuerza de esta identificación se encuentra en los orígenes culturales que sugiere una afinidad y continuidad con la religión: ambos se relacionan con la muerte y la continuidad, pero con la declinación relativa de la creencia religiosa, la nación es un nuevo camino de continuidad e inmortalidad.

Para Anderson es la cultura popular la que llama la atención, la cultura de la elite atrae más bien críticas, porque es imitativa y desprovista de todo carácter específico y creativo. Esta dicotomía entre dos culturas, una creativa y otra imitativa es crucial para el problema de la identidad porque esta,

naturalmente, sólo puede encontrarse en lo que es genuinamente de un pueblo, no en la copia. Sólo una cultura creativa puede aspirar a constituir la verdadera nacionalidad de una nación. Para Anderson la creatividad está absolutamente ausente de las clases altas y se concentra necesariamente en el bajo pueblo, lo que lo hace portador de una identidad nacional. “Toda fuerza cultural creativa tenía que ser el monopolio exclusivo del pueblo bajo. La mera transmisión cultural o emulación no podía tener un poder similar o crear identidad”.

¹³ B. Anderson, Imagen de Común.

3 DISEÑO DE INFORMACIÓN

3.1 Infografía

“Parece que vivimos en un mundo dominado por la información. Ninguna afirmación política, política de compañía o estrategia de marketing puede considerarse válida sin un paquete adecuado de análisis estadístico que lo justifique. Realmente, la sociedad parece tener un apetito insaciable de información. No obstante, la información en su estructura original difícil de digerir a menos que la trate un especialista. Según Seurat la naturaleza necesita ser cocinada un poco”; y lo mismo ocurre con los datos. Y la misma tecnología digital que ha facilitado la disponibilidad de los datos puede también ser aderezada” para su distribución en una forma atractiva e (informativamente) nutritiva. No obstante, si bien muchos de los paquetes de software actuales parecen poder producir datos en algún tipo de formato gráfico, la experiencia que se necesita para convertir una serie de hechos en una información interesante y digerible ya no es tan fácil de encontrar. Durante años, ha habido maestros del arte del diseño de la información. William Playfair y Willard Brinton fueron grandes innovadores en su tiempo. Más recientemente, disponemos del Jsoypte Institute de Otto Neurath y el Diagram Group de Bruce Robertson.

Este libro va dirigido al cocinero general no especialista que necesita preparar algunos platos especializados. De alguna forma podría decirse que es un libro de recetas, un libro de menús prácticos. Es un manual, un libro de consulta para utilización práctica (dirigido a usuarios pragmáticos). No es un análisis académico del tema ni un manual para seguir paso a paso, dirigido al que se inicia. Aparte de los ejemplos históricos de la Sección 1 y uno o dos aspectos de la sección de diagramas ilustrativos, todas las imágenes se han creado digitalmente. He supuesto que los lectores tienen un nivel razonable de competencia en la utilización del ordenador, El libro está estructurado con tantas recomendaciones tantas palabras y tantos ejemplos visuales como resulta aceptable para un libro de este tamaño y creo que servirá para informar e inspirar a la mayoría de los usuarios. ¡Ron clppctit”

Trevor Bounford¹⁴

¹⁴ Bounford, Trevor. *Diagramas digitales, Como diseñar y presentar información Gráfica*, Ed. G.Gilli, Barcelona 2002

“La excelencia consiste en ideas complejas comunicadas con claridad. Precisión y eficiencia, y esto es verdad tanto en los nuevos medios como en los antiguos”.¹⁵

Con el concepto de infografía, me refiero al diseño de información, es decir, la selección, organización y presentación de la información para un público determinado. (“info” de información y “grafía” de gráfica)

Esta información a comunicar puede ser muy diversa, desde datos estadísticos, horarios de vuelo, o un mapa del tiempo, y tiene como función primordial la comunicación eficiente de la información, para esto, el contenido debe ser correcto y objetivo, esto generalmente pensando que el usuario debe tomar algún tipo de decisión. “Toda diferencia que importa” (Gregory Batenson)

Para el diseño de infografía es importante considerar que la información a comunicar debe contener necesariamente información que no conocíamos, se dice que el cerebro no recibe información que ya conocíamos.

La infografía la podemos clasificar en tres categorías generales según su objetivo:

Cuando el objetivo es explicar, las Infografías permiten que materias complicadas (que de usar elementos verbales se perderían en un cúmulo de palabras) puedan ser comprendidas de manera rápida y entretenida. De esta forma, la información numérica, del tiempo, estadística y muchas otras serán más efectivas siendo ilustradas que mediante el puro uso de texto.

Además, sirven de elementos diferentes que permiten otorgar mayor variedad y agilidad a la diagramación y pueden ser adecuadamente combinadas con textos y fotografías para maximizar la comprensión de lo que se está informando.

Un buen cuadro gráfico debe ser sencillo, completo, ético, bien diseñado y adecuado con la información que presenta. Para ello, hay que realizar previos bocetos que presenten diferentes posibilidades. Posteriormente, hay “que escoger la más apropiada de las ideas, aquella que más ayude al lector y que combine mejor con la información”¹⁶

a) Objetivos

- Organizar los datos

La presentación de la información como un sistema organizado de hechos o datos de los cuales el usuario podrá extraer la información precisa para un hecho en concreto y particular

- Presentación de la información

Como medio de entender una situación o proceso, por ejemplo una guía, un gráfico de barras o una descripción detallada sobre el funcionamiento de un objeto.

- Diseño de sistemas de control

Como el de los controladores de entrada y salida de información de un producto o vehículo.

- Infografías científicas o técnicas

Son aquellas que se encuentran en los textos científicos o manuales técnicos. Se basan en la simple asociación e integración de dibujo y texto.

- Infografías de divulgación

Son aquellas empleadas por las revistas de divulgación científica, manuales escolares y enciclopedia. Son empleadas cuando se hace necesario el uso de

¹⁵ Bounford, Trevor ,
Op. cit. pág. 12

¹⁶ Ibidem

imágenes para facilitar la comprensión dado la complejidad de lo que se está expresando. Este tipo de diagrama se ha masificado desde la mitad del siglo XX, dado los avances de las técnicas de impresión y el desarrollo gráfico.

- Infografías periodísticas

Su uso en la prensa se ha masificado este último tiempo, tiene la ventaja de incluir información secuencial, representando en un medio fijo acontecimientos que se han desarrollado en el tiempo, tal como lo hacen las viñetas de las historietas.

B) Contenidos

- Acontecimientos

La información periodística sobre un determinado acontecimiento ha de incluir diversos componentes para cada uno de los cuales se indican los códigos utilizables: en lo visual, el lugar puede ser representado por un mapa o por un dibujo, los protagonistas se representan generalmente en los dos códigos, se recurre habitualmente a un pictograma en lo visual. Es importante recordar que las palabras insertadas deben ser las menos, una oración o un párrafo gramaticalmente bien escrito, pueden ser palabras insertadas en el icono de esta manera aseguramos una correcta interpelación.

- Procesos

Para graficar un proceso hay que determinar los momentos claves y ordenarlos temporalmente, una secuencia de acciones o acontecimientos supone o admite la presencia repetida del icono representando las personas u objetos, mientras

no es necesario repetirlos verbalmente. Es importante hacer evidentes los detalles que diferencian una etapa de otra e ilustrar los momentos realmente significativos, lo esencial es detectar “esos” puntos más determinantes, ilustrar su secuencia y diferenciarlos entre ellos.

- Sistemas

Para comenzar, se debe identificar claramente a los componentes y las relaciones entre ellos. Un sistema es un conjunto de elementos relacionados entre sí. La representación gráfica es justamente una de las formas más fundamentales en la descripción de sistemas.

- Objetos

Es un lenguaje usado generalmente por las disciplinas científicas, para esto se debe determinar en un principio que rasgos son más pertinentes a ser graficados icónicamente. Se debe llegar a un equilibrio perfecto entre los niveles de abstracción y la información que se pretende entregar, sobre todo tratándose de divulgación científica. Muchas disciplinas recurren al lenguaje icónico para registrar y exponer sus conocimientos, representar las etapas de un experimento. Es tarea del conocimiento científico determinar que aspectos serán los dignos de ser representados.

c) Aspectos formales

La proporción, debe ser la correcta y no se debe agrandar un elemento tanto a lo largo como a lo ancho. Un elemento aumentado en las dos dimensiones no se habrá duplicado, y en ese ejemplo se estaría distorsionando la información.

- La perspectiva

Puede otorgar atractivo al cuadro, especialmente a los mapas. Se debe utilizar con mucho cuidado, respetando las medidas que en éste se coloquen.

A pesar de vivir en un mundo tridimensional, la bidimensionalidad se entiende mejor en la página impresa.

- Las texturas

En los cuadros, si no son bien utilizadas pueden causar confusiones e inclusive ilusiones ópticas. Por ejemplo, cuando se usan líneas diagonales para tramar las barras de un cuadro, éstas pueden parecer inestables o “borrachas” al ser representadas. De igual modo, cuando se comparan datos, todos los elementos deben presentar las mismas texturas y los mismos valores.

- Las formas

Deben ser universales. Así, las barras serán rectangulares completamente y no con terminaciones redondeadas o triangulares; el gráfico de tarta (queso o pastel) será circular y no ovalado; las líneas serán rectas y no curvas.

d) Tipos de diagramas

- Diagramas ilustrativos

Los diagramas ilustrativos pueden estar constituidos por símbolos, íconos o ilustraciones.

Los símbolos pueden tratarse de figuras geométricas primitivas o pictogramas refinados o cualquier imagen entre ambos extremos. Estos acostumbran a

crear un lenguaje visual, sustituyendo de plano la palabra, a través de su forma no verbal trascienden la barrera del lenguaje, la claridad del diseño así como la falta de ambigüedad se transmite al igual que la precisión. Es importante usar los mismos ángulos, los mismos espesores de línea la misma gama de colores. Los símbolos son especialmente adecuados cuando el lenguaje es internacional. Existen algunos elementos claves que hacen que los símbolos tengan una aplicación más universal.

Formas geométricas, la combinación de éstas logra un diseño simple y efectivo. Utilizar las formas como si fueran bloques de construcción para mantener un tratamiento que tenga consistencia, hay que tener cuidado con la rigidez, si mantenemos el equilibrio, el espesor en el trazo y si se limitan los ángulos en un grupo de símbolos se pueden obtener formas atractivas y bastante ilustrativas.

Ángulos, al utilizar ángulos se sugiere movimiento dinámico.

Accesorios, la adición de accesorios crea símbolos que representan actividades específicas, sobre todo al tratarse de una base de forma regular que destaque el símbolo que se quiere representar, al igual que en el caso de las manos, ya que la mayoría de las actividades humanas suponen su utilización, los gestos de las manos o las manos con herramientas son muy sugerentes de actividades precisas.

- Diagramas 3-D

Al crearse en forma tridimensional, se obtiene un mayor aspecto de solidez, aun así si esta compuesto por líneas simples, se puede usar una retícula basada

en ángulos de 30°, 45° o 60° para mantener un estilo coherente. También esto se puede obtener añadiendo un borde a uno o más lados, con esto se obtiene una especie de elevación.

Los diagramas con ilustraciones la mayoría de las veces son realizados por ilustradores profesionales, en ellos se utiliza la imagen para describir la situación o los eventos que muestran de manera más precisa. Son usados la mayoría de las veces para representar elementos físicos más que abstractos, y casi invariablemente tiene contextos localizados.

En este tipo de diagrama se debe pensar en un comentario claro y crear un buen proceso mental del lector en cada fase.

El usuario no tiene acceso directo al material de referencia, por lo que la función del diseñador debe consistir en extraer los elementos fundamentales y agruparlos en una forma clara y entendible, sin ninguna ambigüedad.

Algunos de los recursos más usados para este tipo de ilustraciones son los siguientes:

La abstracción seccionada, deja al descubierto todas las piezas de las partes internas o la transparencia son dos maneras de cumplir con el mismo objetivo.

La línea, se debe escoger según el tipo de tema y audiencia. Así como la línea uniforme y limpia es adecuada para temas técnicos, una línea de espesor variable resulta mucho menos formal, lo mismo sucede con el uso cromático.

Uso de flechas, letras, números, hacen que sea más fácil seguir una secuencia al detallar actividades complejas. Para este tipo de diagrama se debe asegurar que las partes queden lo suficientemente separadas para que no exista confusión entre ellas. Las flechas pueden cambiar de color según el tipo de movimiento que se debe realizar.

Imágenes 3-D, realizada con un software, da al diseñador la flexibilidad para escoger la posición de observación del objeto así mismo se pueden elegir los efectos de iluminación y también se puede usar como una secuencia de imágenes.

•Diagramas estadísticos

Para este tipo de diagramas se suelen usar gráficos, tablas que presente a los datos de manera comparativa. Por lo general las estadísticas están compuestas por datos numéricos o cifras de cualquier tipo. El uso de colores planos y formas claras de identificación es lo más conveniente.

3.2 Gráfica Didáctica

La gráfica didáctica consiste en el empleo de los procedimientos de la imagen, del dibujo, del croquis o del esquema para ayudar a las personas a pensar a partir de informaciones pertinentes. Se trata de la búsqueda de cortocircuitos en los razonamientos a través de imágenes que se imponen y que cada cual podrá variar a su modo.

Al referirnos a la gráfica didáctica, debemos tener en cuenta que ésta siempre persigue un objetivo materializado en la representación ya sea de mensajes de conocimiento o informaciones que por lo general no son de naturaleza claramente óptica, es por esto que resulta fundamental tener claro que el factor estético en este tipo de gráfica juega un papel menos preponderante que en otro tipo de diseños que no tienen un fin educativo, Con esto no se plantea que este factor no se valla a considerar, sino por el contrario se debe manejar en parámetros atendidos más acuciosamente.

La gráfica didáctica resulta de la combinación de varios elementos de carácter icónicos, simbólicos, lingüísticos y cromáticos. Estos elementos son aplicados generalmente con fines diversos en el ámbito del diseño, desde imagen corporativa, señalética, diagramación etc. Se puede decir que es difícil encontrar una aplicación de diseño que se vea exenta del empleo de éstos elementos recién mencionados. Cada vez que se desea expresar una idea, mostrar un acontecimiento o lograr un determinado cambio en el comportamiento del receptor debemos apelar a un sentido netamente simbólico que logre una función comunicativa y/o cognitiva.

La imagen esquemática se construye siempre para servir a una finalidad de clarificación, de hacer transparente un fenómeno complejo u oculto, es decir por objeto la transmisión de conocimientos. Estos son plasmados por el diseñador gráfico en el soporte gráfico y, por medio del método didáctico, y del auto didactismo como actitud participativa del receptor, son incorporados a su archivo mental. La gráfica didáctica es, por consiguiente, una acción generalizada y abierta, y posee un sentido pragmático, porque se aplica a hacer inteligibles las cosas corrientes de la vida, pero que se ocultan tras alguna opacidad, y también a hacer comprensibles los fenómenos, datos, estructuras y otros aspectos de la vida cotidiana que no son ni tan evidentes ni directamente accesibles al conocimiento, la gráfica didáctica implica, entonces, una participación efectiva y activa por parte del individuo receptor; y es por esta característica de didactismo que esta especialidad del diseño debe de hacer transparentes, comprensibles y memorizables las informaciones que el individuo recibe, incorporadas a su cultura y que utilizará en momentos determinados de su vida.

La función de comunicación por medio de esquemas gráficos es, en general, el rendimiento didáctico, es decir, la transmisión de conocimientos por medio de la demostración visual de fenómenos, procesos, ideas, estructuras, etc., que son inmediatamente comprensibles por el receptor. Y que sólo son perceptibles a través de la imagen y no directamente en la realidad.

Según sea la intención tanto del diseñador como del encargo o misión encomendada a comunicar (función informativa, documental, demostrativa, persuasiva, etc.) se va a determinar su configuración visual, su estructura, su procedimiento técnico, su tratamiento formal y finalmente, sus efectos

sobre el receptor. Dada esta intención las imágenes quedan definidas en el valor comunicacional, y con ello la eficacia, de un mensaje icónico. El proceso técnico viene a ser un cierto modo de lenguaje visual que es el vehículo de la expresividad.

El lenguaje de los dibujos y los esquemas tiene una cualidad didáctica específica: la de hacer visibles cosas que por naturaleza no lo son, y, por lo tanto, hacerlas imaginables y comprensibles. He aquí uno de los lenguajes visuales más fuertes para la transmisión de conocimientos. Este se diferencia, tanto de la representación por imágenes figurativas como del discurso oral y escrito. En el centro de estos dos modos de comunicación, del más icónico al más abstracto, está el lenguaje de los esquemas. Si las imágenes muestran, por medio de formas analógicas de representación, y las palabras describen por medio de formas escrito-fónicas de designación, entonces el lenguaje de los esquemas presenta aspectos de la realidad por medio de formas lógicas de traducción icónica.

Para que esta imagen cumpla con su función y objetivo para el cual fue creado se debe tener una descripción de su receptor; y se planteará cuál es el conjunto de conocimientos y cuál es la capacidad de esfuerzo que pueden poseer los individuos que forman parte de este público-objetivo. Traducirá el mensaje que recibe del receptor de manera que el mensaje global y cada una de sus partes queden dentro del nivel de inteligibilidad del público-objetivo seleccionado, pero también dentro del marco de la capacidad de esfuerzo de éste. Este último punto, es muy importante pues es necesario que el número global de elementos originales transmitidos sea compatible con la capacidad de atención de los receptores. Se debe lograr de algún modo construir el

recuerdo del receptor; la comprensión de un mensaje determinado y el dominio de este mensaje por el receptor de forma tal que le sea utilizable en su acción sobre la vida cotidiana.

Sobre el receptor y su relación con el mensaje se plantean tres puntos fundamentales a considerar

- Capacidad de atención disponible.
- Duración de la transferencia del mensaje.
- Nivel cultural de base.

Estos tres criterios rigen en lo esencial, la tipología del receptor; es decir los tipos de individuos susceptibles de ser afectados por la didáctica, ayudado por el diseñador gráfico, para transmitirles su mensaje, con toda claridad y de forma atractiva. Cada grupo de receptores posee sus rasgos característicos, los cuales determinan el tipo de mensaje y la forma en que será adecuado transmitirle.

Las situaciones de comunicación, los tiempos medios que debe durar un mensaje o el número de signos que debe comportar; el grado de abstracción del mensaje gráfico, también llamado "tasa de iconicidad", el nivel de partida del individuo y el nivel de llegada hacia el que se le quiere canalizar; son las nociones esenciales de clasificación a las que debe recurrir el diseñador gráfico al plantearse un objetivo en particular.

a) Imagen Didáctica

Las imágenes de la gráfica didáctica según Joan Costa¹⁷ concentran en sus formas esquematizadas los contenidos de información que su potencial de convicción. Para ello el diseñador o el comunicador realiza un esfuerzo para lograr la abstracción y la síntesis, en una forma final.

Siendo la síntesis el primer paso a lograr para obtener una imagen didáctica, tenemos que esta implica lo siguiente:

Abstracción: puede ser única o una serie de ellas, se debe separar y poner en primer plano aquello que resulta ser lo esencial, tanto los componentes que participan como en la estructura de un fenómeno.

Concentración: se refiere a la agrupación de la información, la más relevante teniendo un especial cuidado en no mutilar su identidad y dejarla fuera de su contexto u olvidar sus interrelaciones.

Lógica Gestáltica: se refiere a que la estructura de la imagen esquemática, sea ésta una presentación sincrónica o diacrónica, se organiza “didácticamente” a partir de la jerarquización y organización de los elementos.

Normatividad: es necesaria la combinación de los principios universales como los esquemas fundamentales de percepción de conjuntos junto con los códigos específicos de la funcionalidad, con sus signos, sus reglas de combinatoria y su gramática.

La imagen didáctica tiene como base el “objeto de referencia”, es decir el material comunicable o codificable, este objeto es el que debe ser capaz de ser transferible gráficamente mediante símbolos. De esto se desprende que el

contenido nunca es directo, se presenta a través de símbolos, códigos o signos, a través de intermediarios convencionales. De lo anterior se desprende que la clave de la imagen didáctica es su capacidad para hacer comprensible, aprehensible y memorizable el “objeto de referencia” que da origen al mensaje.

Este objeto de referencia generalmente “son acciones, cosas o fenómenos, a menudo abstractos, complejos, “diacrónicos” o simultáneos y que por eso mismo no pueden ser visualizados por las técnicas realistas de la representación –como la fotografía o el video- sino por medio de elaboraciones abstractivas de la mente que son plasmadas a través de los lenguajes de la didáctica gráfica”¹⁸

A modo de resumen es importante tener en cuenta los siguientes puntos esenciales:

El Receptor, referido a su interés y motivación hacia el mensaje, así mismo a su cultura base sobre el tema y sus conocimientos previos respecto a lo mismo.

Ausencia de Ambigüedad, es muy importante la evidencia informativa y su monosemia, debe ser capaz de convertir en transparente, concreta y accesible aquella información que es opaca, compleja y abstracta. Todo esto con el mínimo esfuerzo intelectual por parte del receptor.

La imagen didáctica es ciencia, ya que tiene que ver con aspectos preceptuales y culturales, con un manejo científico de cómo expresar una idea de manera clara, pero también con otros aspectos no tan objetivos, por ejemplo por que este color y no el otro. En este caso, el reducir todo a algo científico es inútil. Tal vez se puede someter a estudio y comprobación, pero no se va a encontrar razones en todos los elementos.¹⁹

17 Costa, Joan , Moles, Abraham , *Imagen didáctica, Enciclopedia del diseño*, Ediciones Ceac, Barcelona, España 1992.

18 Ibidem

19 Ibid

3.3 La marca, imagen diferenciadora

La marca es un sistema de signos que gira alrededor de él y lo impregna, pero que se independiza y lo trasciende. La marca es un signo estímulo porque causa estímulo en el receptor; ingresa en un sistema psicológico de asociaciones de ideas llegando a una clasificación de asociatividad en el receptor:

Diferenciarse es hoy cada vez más difícil, por ello, la clave de los negocios está en el Branding, es decir, en el poder de la Marca como elemento diferenciador.

Lo que constituye la diferenciación parte precisamente de los intangibles de una empresa u organización: el valor, credibilidad y singularidad de una marca. Por lo tanto la marca es lo que nos define. Esta tiene que ver con la pasión, con la historia que queramos contar, con la causa que motiva a la empresa u organización. Las historias y experiencias serán más importantes en el futuro que los productos o servicios, ya que la capacidad de transmitir emoción es lo más importante en un mundo controlado por la tecnología.

a) Aspectos básicos

La marca desempeña un rol significativo en la identificación del producto y de acuerdo a sus características ella puede ayudar a los consumidores a identificarla plenamente favoreciendo mucho a la gestión de mercados.

Marcal Moliné señala 8 factores esenciales en la construcción de una marca

- Rasgos de identidad, se refiere a que permite no solo saber como es sino como se comporta la marca en cada circunstancia de su vida.

- Es un organismo vivo, es decir la marca debe evolucionar a lo largo del tiempo atendiendo a los cambios del entorno.

- La marca de éxito es eficiente a dos niveles: es una percepción que proporciona una sólida conexión emocional y al mismo tiempo es un elemento de convicción racional (la gente la reconoce y confía en la calidad de lo que representa)

- La marca funciona no porque defina la manera de ser de un producto, sino porque a la persona a la que este va destinado se siente definido por la marca: al respecto, se establece una relación diferenciada y única entre consumidor y producto o servicio.

- Indestructible, la marca no es material y por esto es el sitio más sólido donde la empresa u organismo debe apoyarse. Al respecto el éxito de la misma dependerá de cómo se perciba.

- No son los clientes los que abandonan a la marca sino las marcas las que abandonan a sus clientes. Una marca debe mantenerse en todas sus comunicaciones.

- La marca se reinvierte y multiplica, una marca, puede formar alianzas, puede extenderse en otros productos de otras empresas facilitándoles así el éxito con la menor inversión y más rápidamente. La marca puede también tener extensiones.

- Distinción, es decir, la diferenciación en cuanto a la marca se refiere es un elemento esencial como en los demás aspectos de la estrategia empresarial, sobre todo porque incluyen varias facetas que integran su identidad.

Definitivamente, no se puede hablar de branding sin hablar del mercado, ya que hay que tener presente que la marca es una promesa. De ahí la importancia de que se comercie el producto con calidad.

Otras características a considerar son las siguientes:

- *Simpleza*, limpio, fácil de escribir. Algo complicado o profundo es más apropiado para una ejecución de la comunicación más que la identidad de la marca.
- *Práctico*, va de la mano con la simplicidad. La marca debe ser apropiada para ser utilizado en todo tipo de medios, TV, impresos, uniformes, etc.
- *Consistente*, un buen proceso de creación de marcas debe ser reflejado en cada una de las piezas de comunicación hechas por la compañía, así como cada uno de los elementos de esta.
- *Único*, no tiene caso tener una imagen excelente o un nombre sobresaliente, que vaya de acuerdo a los valores que se desean expresar, si se ve muy similar al de alguien más.
- *Pregante*, es decir que la marca sea memorable. El código cromático es más fácil de recordar que otros tipos de símbolos o códigos, sin embargo estos a su vez pueden ayudar a activar la recordación de marcas.
- *Reflejo*, es decir en ella se deben reflejar las metas, valores y objetivos de la empresa u organismo. Por lo tanto los códigos utilizados deben ser coherentes a los principios que estos se plantean.
- *Encaja*, la marca debe encajar con el mercado meta. No muy moderno para consumidores conservadores, no muy conservador para mercados modernos.

- *Flexible*, no sólo encaja con los lineamientos centrales de la marca, sino también con nuevos productos o extensiones de línea.

- *Sustentable*, idealmente contemporáneo, pero algo clásico. Una gran cantidad de marcas actualiza sus logotipos cada 20 años, por tanto es importante tener un concepto que no se vuelva obsoleto pronto.

La marca es un reflejo, de la calidad y el prestigio del producto o servicio y de la empresa u organización.

c) Identidad e imagen de Marca

Una marca está configurada por los siguientes elementos:

- **Nombre o Fonotipo:** Constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca.
- **Logotipo:** Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe. Tiene naturaleza lingüística, debido al empleo de un determinado lenguaje para la comprensión de los receptores.
- **Isotipo:** Es la representación gráfica de un objeto, que es un signo- icono

La marca tiene cualidad denotativa, es decir es comprendido por los componentes representativos intrínsecos, y connotativa, el receptor asiente una específica ideología del objeto.

La imagen de marca (su personalidad o carácter) resulta de combinación de factores físicos y emocionales que rodean de un aura que la diferencia de y la hace deseable que otros productos de naturaleza básicamente igual. Aunque

el producto debe tener calidad suficientemente alta como para soportar la comparación con los de la competencia, son las características emotivas, no funcionales, creadas por el hombre, el envase, la publicidad y el precio las que determinan el valor de una marca. Es ese “valor agregado” el que permite a una empresa u organismo justificar el precio de su producto o servicio. La Publicidad influye decisivamente en la Imagen de Marca.

d) Tipologías de Marcas

De Marca comercial a nombre genérico, en este caso la marca es un nombre propio que se hace común, alcanza valor literal. La marca antonomásica del producto, favorecida no sólo por la repetición del uso o de la demanda, sino por factores naturalmente propicios, como el de ser nombres inaugurales de mercados o consumos nuevos. Ej: Confort, Vermouth, Chiclets, Blue jeans, bikini, Video, Gillete, etc.

Marcas con nombres raros, así como hay nombres personales raros existen nombres de marcas que se caracterizan por su fealdad, negativismo o mal gusto. La diferencia es que los nombres comerciales de marca son ostensibles o desafiantes.

Las Marcas Adjetivas, el apartado de las marcas adjetivas nos lleva a nuevas ejemplificaciones, en su conexión con otro mundo, el de los adjetivos, sin el cual no se concibe, tampoco, el lenguaje publicitario. Es de observar como hay en él adjetivos sustantivados para los nombres de las marcas: Superior, Supremo, Magno, Primero, Famoso, Total, Rápido, Real, Gigante, Ideal, Bueno, Grande, Maravilla... Adjetivos no solo de afirmación positiva, sino de tendencia contraria, que desafían la norma y aspiran a reforzar, por la vía dramática o de la contradicción, la fuerza apelativa del nombre, como hemos visto en ejemplos anteriores. Cuando se busca el misterio, que es uno de los sentimientos más detestables del ser humano, el riesgo lleva a confundir al público, convirtiendo la sorpresa en factor negativo.

Marcas que son también nombres geográficos, los nombres de marcas abarcan los más diversos sustantivos y orígenes. Sin más la geografía debe nombres famosos a la inventiva comercial y publicitaria que los ha convertido en sinónimos famosos de marcas genéricas de productos como es el caso de Colonia, Champagne, etc.

4 DISEÑO Y PRODUCCIÓN EDITORIAL

El Diseño Editorial es una de las diferentes disciplinas del diseño gráfico, dentro de sus productos nos encontramos con los libros, revistas, periódicos, cómics y otras publicaciones diversas.

Se puede decir que la estrategia del diseño Editorial es la de “mostración”, como dice Joan Costa²⁰, “el objetivo de esta disciplina es la presentación demostrativa en un documento que sintetiza informaciones complejas e implica la participación de su receptor-decodificador”.

4.1 Proceso de producción

Para llevar a cabo una publicación es necesario pasar por una serie de pasos que de algún modo aseguran el óptimo resultado de lo que se quiere publicar; todas estas etapas por lo general involucran tanto al editor, diseñador, diagramador y a la imprenta donde se llevará a cabo el trabajo de impresión.

Este proceso es posible dividirlo en tres grandes áreas:

- Contenido de la publicación
- Diseño y diagramación
- Impresión

a) Contenido de la publicación

Es en esta parte fundamental ahondar en la temática a publicarse, si bien cada persona es libre de publicar lo que quiere, es aconsejable asesorarse por un editor; éste es quien tiene experiencia en esto, la selección adecuada de los textos, su relevancia y coherencia entre ellos, la selección de imágenes etc. También es posible no contar con el servicio de ningún editor ni sumarse a alguna editorial, por lo que estaríamos hablando de autoedición, es decir cuando cualquier individuo toma todas las decisiones respecto a la publicación.

b) Diseño y diagramación

Como en la mayoría de los trabajos realizados por diseñadores, existen diferentes grados de libertad según el mandante del trabajo. En esta etapa el editor o quien encarga la publicación puede tener mayor o menor relevancia según sea el caso, pero los pasos a seguir son los siguientes (teniendo en cuenta que el material, texto e imágenes, ya están definidos y seleccionados).

Definir formato, según la intención de la publicación se debe optar por consideraciones sobre el formato que tendrá, esto incluye; dimensiones, número de páginas, tipo de papel, tanto del interior como de las tapas, uso de colores (cuatricromía, tintas especiales, o monotono) y aplicación de barnices

especiales, folia, troqueles, cuño seco...etc. Todo esto es muy importante que sea definido antes de comenzar el diseño y diagramación ya que de no estar del todo definido se pierden horas de trabajo. Al definir el estilo es también fundamental tener claro el presupuesto del que se dispone ya que las características recién mencionadas hacen que éste varíe diametralmente.

Para definir el formato se debe tener en cuenta tanto el interior del libro como el exterior; respecto al exterior se deben tener en cuenta los siguientes elementos a elegirse:

- Sobrecubierta, es un soporte adicional a la tapa, generalmente se emplea cuando queremos añadir cierto toque de calidad y distinción. Su diseño regularmente repite la forma continuidad en la tapa, esta sobre cubierta se usa la mayoría de las veces cuando el libro tiene una tapa de cuero o de género. Es una medida de protección adicional a la tapa.
- Solapas, son las partes laterales de la sobrecubierta o de la tapa que se doblan hacia el interior. Generalmente este espacio cumple un rol introductorio de la obra ya que es aquí donde se habla del autor o se hace una reseña del contenido de la publicación.
- Tapa, corresponde a cada una de las dos cubiertas de un libro encuadernado. Hay una gran variedad en el material que se usa para este efecto, desde cartón, papel, cuero, género etc. Generalmente son de un papel de un gramaje superior al interior y en lo que más variación encontramos en el termolaminado que se aplica posteriormente. En una tapa hay elementos que deben por lo general es conveniente que aparezcan para poder dar a conocer lo que se encuentra

en el interior; estos son , título de la obra, autor, editorial, y por lo general algún motivo gráfico que permita diferenciar al libro de los demás.

- Lomo, es el canto del libro, el grosor de éste variará según la cantidad de páginas, y el gramaje del papel empleado, teniendo ambas variables se realiza un cálculo matemático que nos permitirá realizar el diseño de la portada con más exactitud. El lomo se aprovecha para poner el nombre del libro y del autor; esto es importante pensando que por lo general los libros se apilan siendo esta parte la único que queda a la vista.

- Contratapa, esta parte del libro no tiene un uso determinado, a veces se hace una reseña del libro (de no haber solapas), o simplemente constituye una parte decorativa en la cual se reafirma la imagen que quiere proponer el libro.

Pensando en el interior de la publicación se debe tener en cuenta los siguientes elementos

- Página de guarda, es una parte del libro que va pegada a la cubierta y que une la primera y la última hoja.
- Portadilla, es la primera página impar posterior a la portada. Se suele escribir sólo el título de la obra y el autor; en algunos casos también está la editorial.
- Créditos o página de derecho, contienen los datos específicos de la edición: la fecha de edición, nombres de quienes participaron en la edición, diseñador, fotógrafo, ilustrador, traductor, el registro de propiedad intelectual R.P.I. y el ISBN.

- Índice, presenta la estructura del contenido, los títulos principales y se refiere a la página en que se encuentra dicho contenido, se encuentra por lo general antecediendo o sucediendo al contenido principal.
- Colofón, son los datos del lugar, editorial y año de impresión, se entrega la misma información que en la página de los créditos, pero de manera más extensa, en algunos casos se nombran en extensión a todas las personas que participaron en la edición del libro.

Definir estilos, una vez que tenemos claro todo lo anterior; y todas las decisiones respecto al formato ya están tomadas, se deben definir el estilo, esto involucra evaluar otros elementos más relacionados con la diagramación misma, con los títulos, tipografía, notas al pie, folio, etc.

Considerando estos elementos (que son mencionados posteriormente) se hace una o mas maquetas con propuestas de diagramación, seleccionando el tipo y su cuerpo, número de columnas, lugar de las notas, y los estilos a aplicarse. Por lo general la mayoría de los programas computacionales que se utilizan tienen una paleta para crear los estilos y las páginas maestras, con esto se asegura que cada página quede idéntica a la anterior ya que se crea una especie de plantilla.

Para lograr la elaboración de una rejilla, una plantilla, o una cuadrícula de diagramación es necesario trazar divisiones horizontales en la caja de diagramación. Estas divisiones pueden ser de dos, tres, cuatro, cinco, seis, etc. Estos trazados forman la modulación horizontal los mismos que se combinan con las columnas (modulación vertical) para definir los espacios que servirán

para ubicar los elementos de la diagramación. Es la síntesis del uso de columnas y filas creado para el ordenamiento básico de datos literales y numéricos.

La definición de una rejilla, cuadrícula o plantilla de diagramación es indispensable porque permite estandarizar los criterios de diseño; hace más fácil crear un sistema para que la diagramación sea fluida.

La retícula es una forma estructural que permite organizar los elementos, conforme nos vamos interiorizando la necesidad de trabajar sobre un espacio virtualmente ordenado nos iremos desprendiendo de la rigidez real, no se puede concebir la libertad en el diseño si no se conocen los límites. La pugna no es reciente, nos lo recuerda Ellen Lupton; efectivamente, Ruder en su Manual de diseño tipográfico ensaya una serie de condiciones geométricas para el diseño, sin embargo, considera a la intuición como la base de las decisiones finales. Sabemos que esa intuición no es sino la confirmación de un cabal conocimiento de teorías fundamentales: proporciones, formas, contrastes, tonalidades, ritmo, cinética, etc. Para definir esta plantilla se deben considerar los siguientes puntos más importantes. Los márgenes definen la caja de diagramación que es el lugar donde van a ir principalmente los textos; las imágenes podrán distribuirse en toda la página aprovechando el trazado de la rejilla de diagramación.

Normalmente la altura de la caja de diagramación debe coincidir con el interlineado asignado al cuerpo de texto. Las columnas podrán establecerse en número único (una, dos, tres, cuatro, etc.) o combinar (de una y dos, de una y tres, de dos y cuatro; de dos, tres y cuatro, etc.).

Las columnas no necesariamente serán del mismo ancho, por ejemplo para algunas publicaciones en dos idiomas esto es ideal. Los programas de diseño de los ordenadores incorporarán la capacidad para diagramar con columnas onduladas y otras alternativas que ya se ven en los programas de dibujo.

Los espacios entre columnas se pueden dimensionar de acuerdo a un tipo de diseño; en ocasiones cuando se considera la colocación del hairline (línea de pelo) se le da un poco más de 5 mm. que es la separación estándar.

La tipografía, esta elección está predeterminada según parámetros como el formato del libro, distribución del bloque de texto (Número de columnas) e intención de la publicación. Es muy importante no mezclar muchas familias tipográficas, se deben elegir los estilos necesarios para cada parte que conforma el texto en general. También es muy importante la coherencia entre el estilo del libro o publicación y la estructura de la tipografía, es aconsejable para la mayoría de los casos el empleo de tipografía que tenga un respaldo, tratando de evitar para el texto general las tipografías de fantasía o decorativas ya que su legibilidad total puede verse perjudicada.

Aplicación de los estilos, si se ha seguido de manera acuciosa todos los pasos anteriores es posible que el proceso mismo sea bastante expedito. Con relación al texto se deben exportar al programa editor con formato RTF y una vez que ya se tiene el texto, a través del editor de texto se debe limpiar de todos los estilos o información que traía desde el programa que fue tipado o editado, se deben eliminar los espaciados, letras en negrita, en cursiva para que al darle el nuevo estilo seleccionado no ocurra ningún

tipo de percance. Lo más aconsejable es tener un impreso del texto que se va diagramar para de este modo poder definir que corresponde a título, subtítulo, y hacer la correspondiente jerarquización. De este modo también lograremos situar las notas al pie de manera más fácil. Así mismo es importante trabajar con las herramientas que el programa entrega, de este modo se evita que halla algún tipo de corrimiento o desplazamiento del texto. Al igual que el texto las imágenes deben ser revisadas en su composición, deben tener una resolución de 300 dpi a tamaño, si va a ser impresa en offset, estar compuesta en cuatricromía y estar en formato TIFF o EPS.

Una vez diagramado se saca una prueba la cual va a corrector de prueba, este puede corregir errores tanto de ortografía como de estilos.

Una vez ingresadas las correcciones y verificado que no se halla producido ningún tipo de corrimiento, se debe sacar otra prueba final verificando que todo está ok. Ya que esta es la que el editor firmará con su visto bueno.

Detalles Formales, es en esta etapa cuando se debe mandar una copia del libro a la de registro de autor para obtener el número de registro de autor R.PI. y el ISSBN para revistas o el ISBN para libros, lo que protege al libro en su propiedad intelectual. Para esto se debe cancelar una suma de aprox. \$ 6.000 pesos.

Para esto se debe llenar un formulario respectivo, se obtienen un número de inscripción. Con este número se solicita luego el ISBN en la cámara chilena del libro.

El ISBN quiere decir “International Standart Book Number” es un sistema internacional de numeración e identificación de títulos de una determinada editorial. Una vez atribuida la identificación de títulos en una determinada casa editorial. Una vez aplicada la identificación éste número sólo será aplicable a esa obra en exclusivo y no podrá ser reutilizado. El ISBN, es aplicable independiente del destino que el editor le asigne al libro ya sea para venta, circulación interna u obsequio.

Esta identificación tiene ciertas ventajas:

- Identificación un libro de una determinada editorial;
- Facilita el control de stock;
- Facilita el control de ventas;
- Estandarización los pedidos de libros en editoriales
- Facilita la interconexión de archivos, la recuperación y la transmisión de datos en sistemas automatizados
- Elimina las barreras lingüísticas de la comercialización.
- Facilita el intercambio bibliográfico tanto nacional como internacional

Diseño de portadas, para el diseño de las portadas se deben tener las consideraciones generales que se aplican a cualquier archivo con la diferencia que se debe calcular el ancho de el lomo, esto se hace mediante una fórmula;

cuando el papel a usarse en el interior es Bond 24 de 80 grs. se debe dividir el número de páginas del interior del libro por 200, cuando el sustrato a usarse no es éste es conveniente medir con el pie de metro una maqueta que esté previamente foliada. También se debe tener en cuenta que cuando la encuadernación va ser cocida, se debe agregar al ancho final del lomo 2 milímetros aproximadamente.

c) Impresión

La impresión de una publicación por lo general se lleva a cabo mediante offset o impresión digital, o la mezcla de ambos para aquellos libros cuyo interior llevan muy pocas páginas en cuatricromía.

La impresión digital se emplea generalmente cuando va a un color, negro. Este método es considerablemente más económico ya que se evita todo el proceso que involucra la impresión offset. La impresión digital es un método mediante el cual se pierde en calidad ya que la definición de la trama es inferior; pero sin embargo, se gana considerablemente en costos y tiempos de producción.

Al Imprimir una publicación en offset se debe tener en cuenta el modo de encuadernación ya que si va en cuadernillos se debe preparar el archivo montado de cuadernillo por lo general de a cuatro páginas, ocho o dieciséis o si va como hotmel, no es necesario hacer los cuadernillos ya que se sigue el orden correlativo correspondiente. Luego se sigue el tradicional proceso de la impresión offset, recepción del trabajo, fotomecánica, impresión, encuadernación y despacho.

4.2 Elementos de diagramación

Cualquiera sea el tipo de publicación por lo general cuentan con textos, imágenes y otros recursos gráficos, de cada uno de estos elementos se desprende lo siguiente:

a) *Los textos*, son el mensaje verbal que se quiere transmitir en la publicación, los principales elementos que encontramos son:

- **Títulos**, cumple con la función de llamar la atención e introducir al resto del contenido. Es el elemento lingüístico más importante. Es recomendable usar frases y palabras cortas, el uso de mayúsculas y minúsculas, que no halla un exceso en el tratamiento tipográfico para la mayor legibilidad. En el título por lo general no se deben usar puntos.
- **Epígrafe**, o baja de título, cumple con la función de complementar al titular en la introducción al tema del contenido. Este elemento puede ser mucho más extenso que el titular, tendiendo siempre a ampliar la visión preliminar incluyendo un mayor nivel de especificad.
- **Subtítulo**, cumplen con la función de adelantar o resumir en pocas palabras, el contenido del bloque de texto que lo sucede.
- **Capitular**, cuando se comienza un capítulo se usa este elemento como forma de llamar la atención hacer notar que es el comienzo de un tema, esto le da cierto toque de solemnidad.
- **Pie de Página**, es la ubicación habitual de las notas o citas correspondiente al texto principal.

- **Extractos**, es una parte que contiene en un párrafo el resumen del contenido del grueso del texto, la idea es entregar en un par de líneas lo más importante a modo de enganchar al lector.

- **Cuerpo de texto**, es normalmente el elemento que generalmente menos se le presta atención, ya que es la parte más densa y pesada, sin embargo es la parte más importante ya que entrega de lleno la información. Sin embargo al minuto d diseñar es de suma importancia que estos bloques sean legibles y claros, para poder traspasar la barrera del desinterés.

- **Folio**, es la indicación de la numeración en cada una de las páginas. Para la numeración se considera a partir de la portada en adelante. No es recomendable foliar las páginas fuera del texto principal ni las blancas.

- **Encabezado de sección**, es el nombre de la obra, autor, capítulo o fragmento ubicado en la parte superior de cada página (no siempre se utiliza)

b) *Las imágenes*, están constituidas por el mensaje icónico, se pueden presentar a modo de

- Ilustraciones
- Manuales Ilustraciones digitales
- Fotografías
- Fotomontajes
- Infografías Diagramas/cuadros estadísticos

- Viñetas
- Logotipos

c) *Los recursos gráficos*, son aquellas herramientas de las cuales nos podemos valer tanto para crear diferencias como para connotar algún aspecto de la publicación

- Líneas
- Tramas
- Signos señaléticos
- Marcadores de leyendas
- Fondos texturados
- Recuadros para texto.

d) *El Color*, es muy aconsejable establecer una paleta de colores, desde la cual escoger los indicados, la utilización indiscriminada de los colores puede crear un efecto perjudicial sobre el resultado final, además el color es uno de los atributos que generan una mayor identificación, por lo que es adecuado elegir una o diversas gamas con las que se trabaja básicamente.

Esta selección debe cuidar no caer en la saturación, para esto podemos escoger que tipo de paleta de colores vamos a aplicar, con que gama vamos a combinar y crear los efectos correspondientes. Los colores, pueden ser organizados en dos grandes grupos:

- *contrastes*, se trata de observar en el círculo cromático cuáles son los colores que se oponen el uno al otro y así establecer una tabla de colores para uso automático en un diseño cualquiera.

- *Armonías*, en ésta encontramos, armonías monocromáticas, armonías de complementarios, armonías de análogos.

Armonías monocromáticas, está referida a la forma cómo un matiz puede ser suficiente para aplicar color a un diseño. Según la cantidad de luz que tienen los colores, éstos pueden definirse en un conjunto de tonos que van desde el más oscuro (negro) hasta el más claro (blanco). El rango definido entre la zona más oscura y el color normal es el denominado colores grises; el rango entre el color normal y la zona más clara es el denominado colores pastel, todo esto corresponde al brillo de los colores. La simple combinación de estos colores puede generar diseños cromáticamente armónicos.

Armonía de complementarios, aquí se trata de combinar uno de los colores del círculo cromático con otros que se encuentran al lado opuesto en un rango aproximado de 45°.

Armonía de análogos, en esta clasificación se trata de combinar uno de los colores del círculo cromático con otros que se encuentran a sus lados en un rango aproximado de 45°.

5 USUARIO O GRUPO OBJETIVO

La determinación del usuario permite clarificar los criterios determinantes de las decisiones proyectuales. Es necesario tener claro que el tipo de público al cual va dirigido esta publicación comprende dos grupos bastante diferentes tanto en su forma de relacionarse con el recinto como su forma de comportarse en grandes rasgos.

Esta publicación tiene como usuario tanto a aquellos regulares visitantes que tiene actualmente el Cementerio como también a los usuarios que se dirigen al él con una intención de tipo turística.

5.1 Turistas

Respecto a los visitantes conformados por usuarios turistas tenemos los siguientes datos entregados por la oficina de relaciones públicas del Cementerio General.

El número de visitantes que se estima compone a todos aquellos que pasan por la oficina de Relaciones Públicas, ya sea a través de una coordinación con antelación, enviando un fax, o simplemente al solicitar información a los guardias estos los envían a RRPP.

La mayoría de los turistas, al no ver en las puertas principales algo que los acoja en su interés, hacen una vista por su cuenta. Para este caso se estimó, con la colaboración de los guardias de las distintas puertas del Cementerio, un número diario de turistas nacionales y extranjeros, fácilmente reconocibles por la información que a los mismos guardias solicitan.

a) Estudiantes de educación básica

Es el principal grupo que visita el Cementerio. Para poder conocerlo a través de una visita guiada deben mandar un fax a nombre del Director del Cementerio y pedir una hora. Según la demanda, desde el primer contacto hasta la visita pueden pasar de dos a tres semanas.

- N° de visitantes: Grupos que van entre los 30 y 60 alumnos.
- N° de visitas: Entre uno a dos grupos diarios.
- Duración: 2 horas.
- Interés especial: Son acompañados con sus respectivos profesores de historia y privilegian la visita hacia la arquitectura exótica (pirámides) y los mitos del cementerio.

b) Estudiantes de educación media

Es el segundo que más visita el Cementerio. El procedimiento para pedir una vista guiada es vía (fax).

- N° de visitantes: Grupos de 35 a 40 alumnos.
- N° de visitas: En promedio 1 diaria.
- Duración: 3 horas.
- Interés especial: Esta dado por las materias que están pasando en Historia de Chile y la preparación para la Prueba de Selección Universitaria. Generalmente privilegia la visita a los Presidentes de la República.

c) Estudiantes universitarios

Tercer grupo mayoritario. Se dividen en los que piden visitas guiadas vía fax y los que llegan directamente a solicitar información a la oficina de Relaciones Públicas. Se les pide una carta que certifique que son alumnos universitarios, generalmente otorgada por las secretarías académicas. A diferencia de los segmentos anteriores, no acostumbran a hacer la vista en grandes grupos. Otra característica es que vienen con objetivos más precisos.

- N° de visitantes: 15 diario aprox.
- Carreras mayoritarias de procedencia: Mayoritariamente de Arquitectura, Diseño, Fotografía, Audio visual e Historia.
- Interés especial: Buscan información precisa en sus campos de estudio.

d) Tercera edad

Principalmente vienen de asociaciones del adulto mayor que se enteraron, mayoritariamente a través de la prensa, de las visitas guiadas en el Cementerio.

- N° de visitas: Promedio 2 veces por semana.
- N° de visitantes: Grupos de 7 a 10 personas.
- Duración: 1 a dos horas.
- Interés especial: Buscan conocer el patrimonio escultórico y la historia general del Cementerio.

e) Estudiantes fuera de Santiago

Mayoritariamente se trata de alumnos universitarios que realizan tesis en el ámbito de las Ciencias Sociales. Al igual que los universitarios de la capital, vienen focalizados en lo que quieren investigar, ya sea en terreno o en el archivo.

- N° de visitantes: 10 alumnos promedio al mes.

f) Turistas nacionales

Generalmente no piden hora con antelación y los propios guardias los derivan a la oficina de la Relaciones Públicas. En la temporada primavera verano aumenta este tipo de visitas.

- N° de visitantes: Alrededor de 3 a 5 personas semanales.

Los turistas que vistan por su cuenta en la temporada primavera verano, por estimación de los guardias de las tres puertas del Cementerio, llegan alrededor de 50 a 80 diariamente.

g) Turistas extranjeros

En la mayoría de los casos no piden la vista guiada con antelación, salvo un grupo coordinado de estudiantes de intercambio que son traídos por la institución que los acoge en Chile (I.E.S). Mayoritariamente los extranjeros llegan porque escucharon hablar de la belleza del Cementerio y rara vez llegan por recomendación de alguna agencia de turismo o el SERNATUR. Hay también quienes lo vieron a través de la página Web, ya sea la del Cementerio o la de otros sitios nacionales de interés patrimonial.

- N° de visitantes: De 5 a 10 visitas diarias, dependiendo de la temporada de vacaciones para el hemisferio norte.

Como estimación de los guardias, los que no se acercan a la oficina de RRPP y recorren por su cuenta el Cementerio, se calculan entre 30 a 40 visitas diarias.

- Tipo de visitantes: En algunos casos se trata de estudiantes que están de intercambio en Chile. El resto son turistas comunes.
- Interés especial: Buscan conocer la historia general del Cementerio y apreciar

la arquitectura, paisaje y escultura. En cuanto a personajes, su interés está en los chilenos universales; Víctor Jara, Violeta Parra, Salvador Allende y las tumbas donde alguna vez estuvo Pablo Neruda y Gabriela Mistral. También les interesa lo propio de la cultura popular representada en los "mitos" del Campo Santo y nuestra historia política reciente simbolizada en el Memorial de los detenidos desaparecidos.

- Naciones de procedencia: Principalmente norteamericanos, siendo por consecuencia el inglés el idioma más demandado, después siguen españoles, franceses y alemanes.

De los países de América Latina los visitantes más comunes son mexicanos y brasileños. De los países asiáticos, los registros indican que el mes pasado visitaron el Cementerio 25 turistas.

f) Visitantes Varios

Son generalmente fotógrafos profesionales, o gente de medios de comunicaciones; diarios, revistas, o programas de la televisión, que llegan ya sea para exponer a sus lectores u auditores el valor patrimonial del cementerio o lo utilizan como escenario para recrear diversas historias (Ej. El programa Mea culpa de TVN).

Para la descripción de estos grupos no es aplicable sólo una clasificación socioeconómica típica, es necesario orientarse predominantemente hacia una clasificación psicográfica.

5.2 Definición de perfiles

a) Perfil Histórico-patrimonial

Este usuario tiene una particular orientación hacia los contenidos relacionados con nuestro patrimonio, es un gran observador de todos los elementos que pueden entregar información y conocimientos relacionados con nuestra historia. Es un usuario que valora la información histórica en las publicaciones del mismo modo como valora todos los datos anecdóticos y curiosidades que poseen aquellos lugares representativos de nuestra realidad y pasado nacional. Este usuario está ávido de información cultural y suele estar al tanto de las publicaciones que se editan de este tipo, por lo mismo que es un consumidor exigente y crítico en cuanto a propuestas visuales en publicaciones. Este usuario se interesa en aquellas publicaciones que contribuyan a ampliar sus conocimientos respecto a los temas relacionados con la escultura, arquitectura, letras etc. Al igual que en la publicación anterior este usuario es muy exigente en cuanto a propuestas visuales, está al tanto de lo que sucede en este plano tanto en el plan nacional como internacional. Por lo general este usuario es consumidor cualquier tipo de publicaciones que logre cumplir con los parámetros de libro-objeto.

b) Perfil turístico cultural

Este usuario puede ser chileno o extranjero, lo importante es la costumbre de recorrer lugares de la ciudad que le puedan entregar datos respecto a lo existente en los temas relacionado con nuestra cultura, nuestra forma de

ser y nuestra identidad como chilenos. Este usuario tiene la costumbre de visitar los cementerios en cualquier parte que se encuentra, de este modo se puede extraer una gran cantidad de datos que dan a entender como es el comportamiento de los habitantes de un pueblo o ciudad. Es un usuario que es aventurero y bastante curioso, le gusta saber donde se encuentra ubicado específicamente y las publicaciones que traen mapas y datos relacionados con el espacio le atraen de gran manera. Es un gran consumidor de guías por lo tanto es muy exigente en cuanto la facilidad de usarla, el contenido de ésta y el diseño de la estructura que le permitirá recorrer el lugar con más fluidez.

c) Perfil corriente devoto

Este usuario es quien visita el cementerio con mucha regularidad sin embargo no suele comprar mucho este tipo de publicaciones, sin embargo, todos estos datos prácticos que entrega la guía y la edición de un libro sobre el cementerio, lugar que este usuario valora por el tema del rito que constituye la visita a sus seres querido, puede motivarlo. Este usuario es uno de los más difíciles de llegar con esta publicación sin embargo el más atractivo de capturar, ya que se encuentra un poco alejado de estos temas y además no tienen una costumbre tan enraizada de consumo de publicaciones. Este usuario que visita el Cementerio generalmente va con una carga bastante especial, puede ser mucho dolor, recogimiento, rabia, profunda tristeza o paz. El cementerio es generalmente denominado la “ciudad de los muertos”, por lo que el tema de la muerte se encuentra siempre presente. Excepcionales son los casos en que este usuarios se dirigen a éste con intención o actitud de paseo o diversión.

5.3 Necesidades

El tema de las necesidades lo trataremos para los tres perfiles por igual, aunque estos usuarios tienen necesidades diferentes, existen algunos parámetros básicos que responden a conceptos básicos que esta guía debe responder:

Cuando una persona se dirige al cementerio probablemente necesite una contextualización de su posición espacial dentro de éste. Probablemente su recorrido generalmente es el mismo y ya que las visitas suelen responder al mismo objetivo. El cementerio general tiene una gran cantidad de calles y un trazado muy semejante al de una ciudad. Para aquellos usuarios que no tienen

una costumbre de visita muy desarrollada, les resultará bastante compleja y casi imposible la movilización libre en éste sin el temor de perderse. A mi parecer la falta de señalización o de un mapa más accesible a los visitantes contribuye a que el cementerio no se conozca como es debido, sino que sea un paso para llegar al objetivo que cada uno tiene en éste. Los usuarios necesitan más seguridad relacionada con la orientación dentro del recinto.

Los usuarios necesitan poder desligarse del tema del dolor para lograr poder apreciar lo que se le quiere enseñar y mostrar.

6. ENCUESTA

Se ha diseñado una encuesta para ser aplicada a los usuales visitantes del Cementerio General. La encuesta será aplicada a una muestra de 50 personas, del universo total que acude al Cementerio General un día sábado de 12:00 a 6:00. La primera parte de la encuesta está enfocada en el modo de uso que tiene el público en el Cementerio, es decir, motivo de la visita, frecuencia, tiempo permanencia en éste y preguntas acerca de la percepción que tienen acerca del Cementerio. Son preguntas abiertas que nos permitirán detectar además del modo de uso, apreciaciones más particulares. Esta parte es muy importante en cuanto nos dirá la disposición que tienen los visitantes.

La segunda parte nos responderá más específicamente que medios de comunicación gráficos son los más ideales para este caso específico y por otra parte nos ayudará a la selección de los temas a comunicar, es decir, nos dará una pauta acerca de **que** comunicar y de **como** hacerlo.

Otro indicador de la aplicación de la encuesta será la cantidad de personas que se dispusieron a responder nuestras preguntas, esto de algún modo reflejará cual es la actitud y disposición natural que tienen las personas al encontrarse en el cementerio a atender temas que no tienen relación con su visita.

6.1 Resultados y análisis de la encuesta

De la encuesta se desprenden dos temas diferentes, la primera parte nos entrega nociones sobre al comportamiento de los usuarios, y el modo de uso que tienen de éstos y la segunda parte relacionada con los medios de comunicación más adecuados para llegar a ellos y el qué comunicar:

a) Análisis Sobre el modo de uso

La mayoría de las personas encuestadas visita el cementerio mensual (50%) o semanalmente (30%) para visitar a un difunto (86%), lo que da cuenta que el ir al cementerio es una práctica bastante regular y asociada principalmente a la memoria de los difuntos.

Al preguntar por el motivo de la visita actual sólo 2 personas (6%) mencionaron haber venido por otro motivo que no sea un entierro o la visita de un difunto. Y al solicitar que los encuestados hagan una reflexión acerca de sus visitas en el pasado, sólo el 16.6% señala haber visitado el cementerio por un motivo distinto como haber ido de paseo o a estudiar.

Ahora, respecto de la duración de la visita el 60% contestó permanecer más de una hora en el cementerio, lo que da cuenta de que el ir al cementerio

es una práctica a la que se le destina una cantidad de tiempo suficiente que requiere de cierta planificación. Es decir, por la alta cantidad de tiempo que las personas destinan a visitar a sus difuntos es posible suponer que hay una programación previa antes de visitar el cementerio, y no se trata de algo que las personas realicen de modo pasajero

A partir de los datos recogidos en la encuesta no es posible apreciar una tendencia clara respecto de si las personas suelen venir solas o acompañadas al cementerio, el 56.6% de los entrevistados vino solo mientras que el 43.3% vino en compañía de otra persona.

En resumen, todo esto da cuenta de que hay una costumbre muy enraizada de visitar el cementerio principalmente para venerar y conservar la memoria de los difuntos, lo que se hace de manera planificada y se le destina una buena cantidad de tiempo.

b) Análisis sobre que comunicar y como

En general las personas lo que más valoran de su visita al cementerio es la visita en sí (60%), y no tanto la arquitectura del lugar (20%), ni el ambiente que allí se vive (26.6%). Esto reafirma lo que se observó anteriormente: el ir al cementerio está asociada principalmente a la visita de los difuntos, y es precisamente eso lo que más se valora.

Sin embargo, es posible plantear que pese a esta costumbre tan enraizada entre los visitantes del cementerio, también manifiestan interés por conocer otros lugares de este recinto (86.6%). A partir de esto se puede inferir que tal vez las personas sólo visitan la tumba de sus difuntos porque nunca se han

planteado la idea de conocer otros espacios del cementerio, y mucho menos apreciarlo en su calidad de patrimonio cultural. Es decir que la costumbre general es ir al cementerio principalmente a visitar a los difuntos, pero también las personas se muestran dispuestas a visitar y conocer otros lugares. De lo anterior se desprende que lo que falta es un incentivo para que las personas puedan descubrir lo que el Cementerio posee.

Respecto de los aspectos del cementerio que generan mayor interés para las personas encuestadas se encuentran: conocer el paisajismo del lugar (el 63.3% manifiesta mucho interés); la ubicación y reseña de personajes ilustres (el 56.6% manifiesta mucho interés); la arquitectura (el 46.6% manifiesta mucho interés); y la ubicación de los servicios básicos (el 40% manifiesta mucho interés).

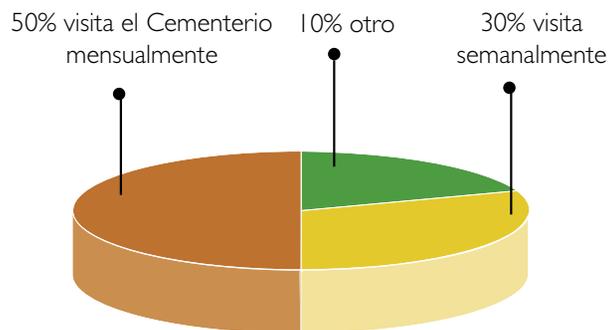
Respecto de los medios gráficos, es decir el cómo comunicar, que las personas consideran más apropiados para dar a conocer los distintos aspectos del Cementerio General se encuentran: un libro/manual(56.6%), un mapa con los puntos más importantes (53.3%) y un centro informático tecnológico (43.3%).

Por otra parte, las personas se manifiestan dispuestas a comprar imágenes y afiches (60%), así como también una guía acerca del Cementerio General (63.3%).

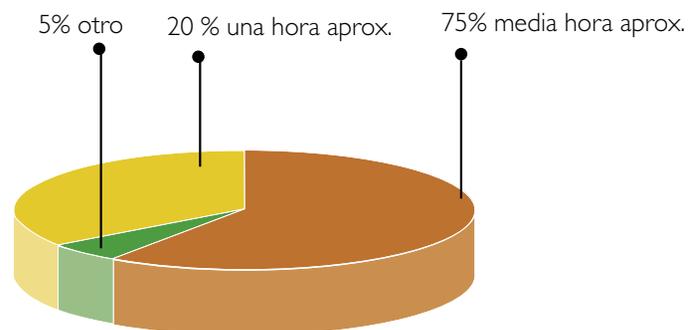
A modo de conclusión, es posible decir que si bien las personas suelen ir al cementerio a visitar a sus difuntos, hay un marcado interés por conocer otros aspectos y lugares del cementerio, como su paisajismo, la tumba de los personajes ilustres que allí se encuentran, y su arquitectura. Este interés se ve reflejado en que incluso estaría dispuestos a gastar dinero para adquirir imágenes alusivas a estos temas y también una guía donde se de cuenta acerca de los aspectos que generan mayor interés para ellos.

Gráficos más representativos de los resultados de la encuesta

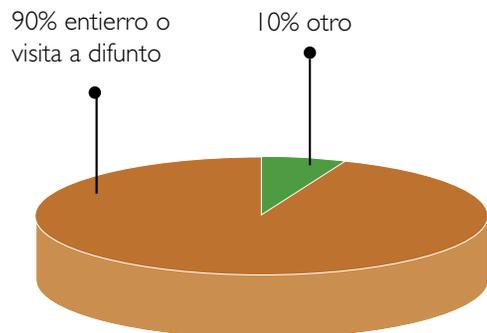
1 ¿Cada cuanto tiempo visita el Cementerio ?



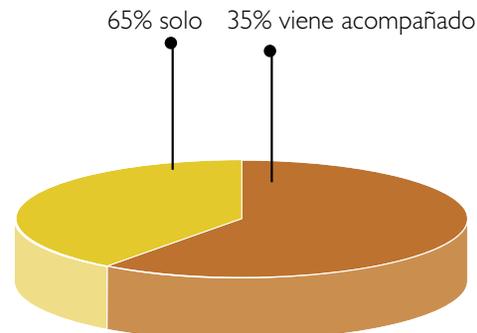
3 Cuando viene ¿cuanto tiempo permanece en él?



2 ¿Qué motivó su visita?



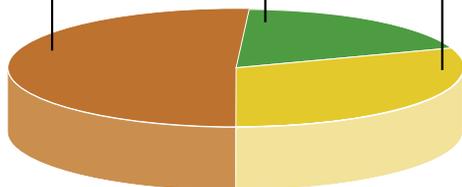
4 ¿Viene sólo o acompañado?



Gráficos más representativos de los resultados de la encuesta

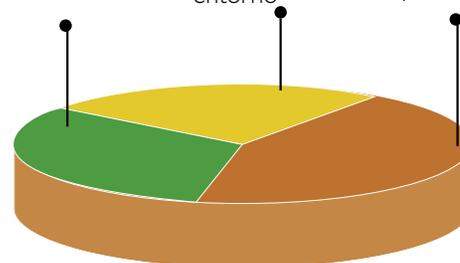
5 ¿Que es lo que más valora de la visita?

60% valora la visita en si, (el objetivo de la visita)
10% otros
30% el ambiente que allí se vive



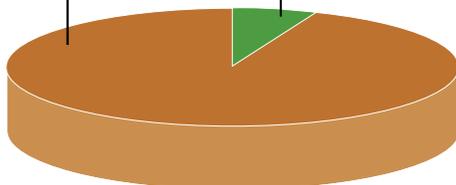
7 ¿Cual de los siguientes temas le genera más interés?

30% arquitectura esculturas etc.
30% paisaje y entorno
40% sepultura de personajes



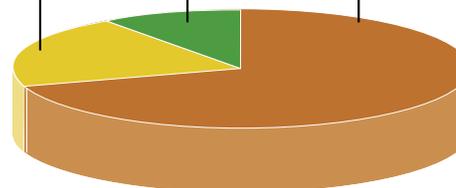
6 ¿Le interesaría conocer otras partes del Cementerio?

85% si le interesaría
15% no le interesa



8 ¿Compraría alguna guía del Cementerio General?

20% no compraia
10% no sabe
70% si compraría



7 ANÁLISIS DE TIPOLOGÍA EXISTENTE

7.1 TURISTEL

Esta guía turística de Chile durante años ha sido la más empleada dentro de las escritas en español. Es una guía que contienen de manera muy completa información acerca de todo Chile, en un comienzo reunía toda la información en un solo tomo, hoy en día se ha ido especificando en sus contenidos y cada año se edita una nueva edición, la cual se encuentra dividida en tres tomos, Zona Norte, Zona Centro y Zona Sur:

El principio que rige a esta guía es el recorrido, o sea responde a una estructura de orden espacial, cada zona se sub-divide por regiones o Inter Zonas que se van presentando de manera correlativa según un recorrido de norte a sur. Dentro de cada capítulo se tocan ordenadamente ciertos puntos de interés que se repiten de este modo se genera un orden y facilita la comprensión y uso de la guía.

Cada capítulo se divide en dos grandes áreas, por un lado está, fisonomía, en la cual se indican las características más relevantes que es necesario conocer de un lugar que se visita, parte de su historia, economía del lugar; es decir un extracto de su geografía política, económica y humana. Luego la parte que



corresponde al grueso de la guía está relacionada con los puntos de mayor interés turístico. Para definir esta área se ha creado toda una simbología que facilita en gran modo su uso. Esta entrega datos un tanto subjetivos como una clasificación relacionada con los atractivos del lugar y otros mas concretos como las distancias, presencia de lugares de alojamiento, comida y otros.

Esta guía tiene usuario que abarca mayoritariamente a quienes recorren en automóvil, ya que entrega datos bastante precisos relacionados con caminos, puntos de abastecimiento de combustible y otra información indispensable. No así para quienes viajan recorriendo un buses u otros medios por el estilo.

a) Estructura de la Guía:

Esta guía está dividida en 14 zonas, dadas por la longitud del territorio chileno, a su vez cada zona se divide en sectores de interés turístico, esta división se demarca de manera independiente de las regiones mediante las cuales se encuentra dividido el país. Esta división forma parte del un sistema conjunto que reúne las tres guías, es decir las tres grandes regiones del país Norte, Centro y Sur:



b) Simbología empleada:

Se divide en dos partes, por un lado esta la simbología correspondiente a símbolos usados en el texto, y luego los símbolos empleados en los planos.

Los primeros signos corresponde a apreciaciones respecto al grado de atractivo que presentan diferentes lugares y paseos, la idea es que el usuario note al emplear la guía que ya han sido probado los recorridos y que de esta forma existe una apreciación de la cual fiarse al minuto de elegir los destinos. Luego nos encontramos con algunas abreviaturas que cumplen con la función de acortar el espacio que ocupan los textos y hacer mas expedita la lectura, estas abreviaturas corresponden al empleo de la primera letra con que comienza la palabra.

Esta simbología se emplea en los planos, se hace una clasificación de las caminos según la superficie, según categoría de importancia. La división política de los lugares se lleva a cabo según el tamaño de la tipografía y la extensión que ocupa ésta. También se crea una simbología que indica la cantidad de habitantes y mediante formas se distinguen diferentes tipos de límites. Por último se explica con detalle a que se refiere cada símbolo que aparece empelado en los mapas específicamente.

GRADO DE ATRACTIVO

Signos usados para calificar los paseos propuestos en la guía. Tipografía usada para calificar el interés de lugares visitados en un paseo.

★ Merece descripción
 ★★ Paseo interesante
 ★★★ Paseo atractivo
 ★★★★ Paseo muy atractivo
 ★★★★★ Paseo obligado

Surire Lugar atractivo
Ritoque Lugar muy atraci
CASTRO No se lo pierda

ABREVIATURAS

h Horas	F Fiestas, festivis
ha Hectárea	Av Avenida
hab Habitantes	MN Monumento Histórico Nacional
km Kilómetros	aC Antes de Cristo
m Metros	dC Después de Cristo
L Lunes	EB Ver recuadro gris
Ma Martes	
Mi Miércoles	
J Jueves	GUIA DE SERVICIOS
V Viernes	Ver Alojamiento
S Sábado	Ver Transporte Aéreo
D Domingo	Ver Transporte Marítimo

CAMINO SEGUN SUPERFICIE

— Pavimento — Ripio — Tierra

CAMINO SEGUN CATEGORIA

— Autopista — Primario
 — Principal — Secundario
 En Construcción o huella

DIVISION POLITICA

IQUIQUE Capital de Región La Herrauna Ciudad o Puest
CALAMA Capital de Provincia Quinchamal Aides
Caldera Capital de Comuna Puro Herraun Entidad Rural

POBLACION DE CIUDADES

☺ más de 10.000 hab. ☺ de 1.001 a 5.000 h
 ☺ de 5.001 a 10.000 hab. ○ menos de 1.000 hab

LIMITES

--- Internacional — Regional — Parque Nacio

SIMBOLOS PARTICULARES

✈ Aeropuerto	🏠 Locales Kodak Exp
✈ Aeródromo	⛺ Camping Establoci
🚌 Terminal de Buses	⚠ Lugar para Acampa
🚂 Estación de Ferrocarril	🚿 Termas Equipadas
🗺 Información Turística	🌿 Termas Naturales
👤 Turismo Receptivo	🏂 Centro de esquí
✉ Correo	👁 Vista Panorámica
🏥 Hospital	⬆ Cumbre Significati
🇨🇱 Carabineros de Chile	🌊 Salto de Agua
🛂 Control Fronterizo con Policía Internacional	🌳 Parque Nacional
🛂 Control Fronterizo sin Policía Internacional	🏠 Guardaparque
🏠 Plaza de Pasaje	🏛 Monumento Nacio
🏠 Plaza de Pasaje	🏠 Edificio de Interés
🚗 Bencina	⚔ Batalla
🏠 Hotel	🛣 Ruta Nacional
👥 Café, lugar de Reunion	🚂 Jerarquía de Acos
🍴 Restaurantes	🚂 Ferrocarril
	★ 14 ★ Distancias Acumul

c) Modo de empleo de la guía:

- Sector, es la subdivisión de la zona turística y su delimitación obedece a razones geográficas, topográficas o de convergencia hacia una ciudad principal. Cada sector está identificado con una letra que aparece en el canto superior de la página.

• Esquema de paseos, sintetiza el punto de partida, el destino y el número de cada paseo descrito en un sector:

• Paseo, identificado con un número, nombre y estrella que califican su interés.

• Letra negra, señala el principal atractivo que caracteriza el paseo.

• Letra cursiva, indica la longitud del recorrido, tipo de camino, servicios disponibles y recomendaciones especiales.

• Atractivos, se indica a través del mismo sistema y entre paréntesis, los horarios, visitas y precios.

• Plano de la ciudad, señala los caminos y los hitos de interés. Las áreas comerciales están indicadas con color café en el borde de la calle. En algunos casos el recorrido propuesto por la ciudad se destaca con una línea de color distinto al de las calles.

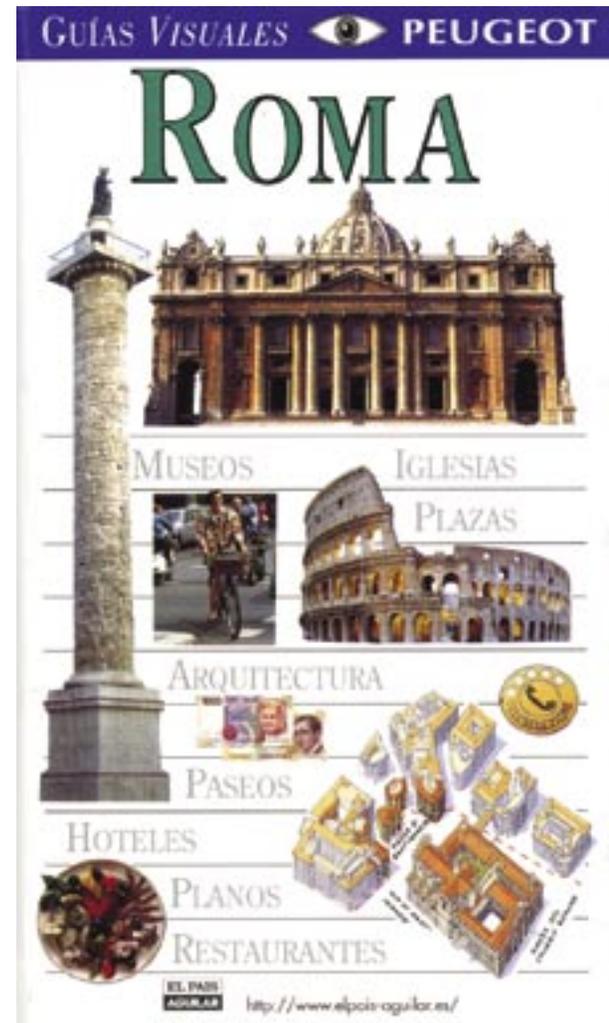


7.2 GUÍAS VISUALES PEUGEOT (ROMA)

Este conjunto de guías turísticas describen en profundidad algunas ciudades del mundo, aquellas que cuentan con un gran atractivo turístico, valor histórico u otra característica que la haga merecedora de una publicación de 300 Págs. Aprox..

Esta tiene cuatro grandes capítulos, Presentación de Roma, Itinerarios por Roma, Necesidades del Viajero y Manual de Supervivencia. Cada capítulo cumple con un objetivo específico, el primero plantea conocer temas acerca de la historia de Roma, su ubicación dentro del mapa y en general datos sobre esta ciudad que son necesarios conocer antes de comenzar a conocer más detalles. El segundo capítulo presenta los recorridos más interesantes de realizar; la riqueza visual de estos recorridos es un gran aporte a la comprensión de los temas que se están tratando. Necesidades del viajero, alojamiento, restaurantes, cafés, tiendas y mercados. Roma para niños y distracciones varias. La idea es mostrar como solucionar todos aquellos aspectos básicos de la vista a la ciudad, y satisfacer las necesidades de cada viajero, para finalmente plantear los temas que son de orden absolutamente práctico.

Las dimensiones de esta guía son muy similares a las del turistel 12x22 cm aproximadamente, a diferencia de turistel esta guía está impresa en gran calidad, emplean un papel cuché de 90 gramos que la hace parecer una edición bastante de lujo.



a) Simbología empleada

En este caso la iconización empleada se vale de unos códigos bastantes universales la figura en blanco resalta con el fondo negro. De esta forma se hace casi innecesaria la explicación detallada de los significados de estos símbolos. Estos símbolos son empleados tanto en los mapas como en los textos que encontramos al interior referidos a los restaurantes y hoteles. Esta simbología corresponde a la general ya que esta guía cuenta con un desarrollo de la simbología que se aplica en el caso de los hoteles y restaurantes.

Simbología empleada para los restaurantes

Simbología general de la Guía

Menú de precio fijo
 zona de no fumadores
 especialidades vegetarianas
 comidas para niños
 acceso sillas de ruedas
 chaqueta y corbata
 música en vivo
 mesas en el exterior
 buena carta de vinos
 muy recomendado
 tarjetas de crédito aceptadas:
 AE American Express
 DC Diner's Club
 MC Mastercard/Access
 V Visa

Precio de una comida de tres platos para una persona con media botella de vino, impuestos y servicio incluidos:

1 hasta 35.000 L (hasta 18,08 €)
 2 35.000-55.000 L (18,08-28,41 €)
 3 55.000-75.000 L (28,41-38,73 €)
 4 75.000-100.000 L (38,73-51,65 €)
 5 más de 100.000 L (más de 51,65 €)

SÍMBOLOS PRINCIPALES

Número de estancias	No se permite hacer fotografías	Punto de información
Excursión de día	Visitas con guía	Acomodar
Línea de autobús	Visitas con auriculares	Servicio de bañeros
Línea de metro	Restricciones	Servicio de mapas
Excursión de noche	Bar	Servicio de ascensores y sillas de ruedas
Servicio religioso	Café	Acceso para personas sordas
No permite hacer fotografías	Tienda	

SÍMBOLOS PARA HOTELES

Habitaciones con baño y ducha	Habitaciones para no fumadores	Instalaciones y servicios para niños
Tarifa de habitaciones individuales	Habitaciones con buenas vistas	Servicio de limpieza adicional
Habitaciones para más de dos personas	Se accede también en todas las habitaciones	Aparcamiento
Servicio de habitación las 24 horas	Conserje/Guía personal	Jardines o terrazas
Televisión en todas las habitaciones	Pinas en el hotel	No acepta tarjetas de crédito
Washer en todas las habitaciones	Instalaciones y servicios para sillas de ruedas	Categoría de precios

SÍMBOLOS PARA RESTAURANTES

Menú de precio fijo	No exige chaqueta y corbata	Muy recomendado
Zona de no fumadores	Música en vivo	Tarjetas de crédito aceptadas
Especialidades vegetarianas	Mesas en el exterior	Categoría de precios
Cocina para niños	Carta de vinos especialmente buena	

SÍMBOLOS PARA LOS MAPAS

Parada de autobús	Hospital con servicio de urgencias	Seguimiento
Parada de tranvía	Comisaría de policía	Oficina de turismo
Aparcamiento	Oficina	Aeropuerto

Simbología empleada para los hoteles

<p>B habitaciones con baño y/o ducha</p> <p>1 disponibles tarifas de habitaciones individuales</p> <p>2+ habitaciones para más de dos personas</p> <p>24 servicio de habitaciones las 24 horas</p> <p>TV televisor en todas las habitaciones</p> <p>M minibar en todas las habitaciones</p> <p>N habitaciones para no fumadores</p> <p>BV buenas vistas</p> <p>A aire acondicionado en todas las habitaciones</p> <p>P piscina en el hotel</p> <p>S servicios para negocios: mensajería, fax, escritorios y teléfono en cada habitación y sala de reuniones</p> <p>C cunas y servicio de canguros</p> <p>A acceso para sillas de ruedas</p> <p>A ascensor</p> <p>A animales permitidos en las habitaciones (confirme). La mayoría de los hoteles acepta perros guías</p>	<p>P aparcamiento</p> <p>J jardín/terraza</p> <p>B bar</p> <p>R restaurante</p> <p>I información turística</p> <p>C tarjetas de crédito aceptadas: <i>AE</i> American Express <i>DC</i> Diner's Club <i>MC</i> Master Card/Access <i>V</i> Visa</p> <p>Precios por categorías para una habitación doble con baño o ducha incluyendo desayuno, impuestos y servicios:</p> <p>1 menos de 100.000 L (menos de 51,65 €)</p> <p>2 100.000-199.000 L (51,65-102,77 €)</p> <p>3 200.000-299.000 L (103,29-154,42 €)</p> <p>4 300.000-399.000 L (154,94-206,07 €)</p> <p>5 más de 400.000 L (más de 206,58 €)</p>
---	---

Contenidos de la Guía

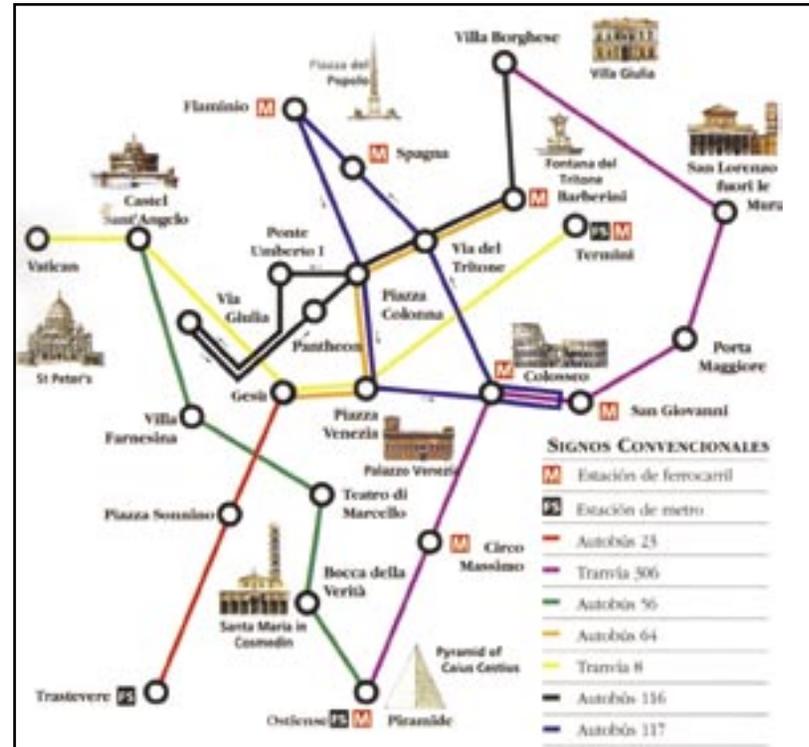
<p>ÍNDICE</p> <p>CÓMO UTILIZAR ESTA GUÍA 6</p>  <p>Colosseo</p> <p>PRESENTACIÓN DE ROMA</p> <p>ROMA EN EL MAPA 10</p> <p>HISTORIA DE ROMA 14</p> <p>ROMA DE UN VISTAZO 40</p> <p>ROMA MES A MES 58</p>  <p>Basílica de Miguel Ángel en San Pietro in Vincoli</p>	 <p>Fuente en Villa Borghese</p> <p>ITINERARIOS POR ROMA</p> <p>CAPITOLIO 64</p> <p>FORO 76</p> <p>PALATINO 96</p> <p>PIAZZA DELLA ROTONDA 102</p>  <p>Arco de Tito</p> <p>NECESIDADES DEL VIAJERO</p> <p>ALOJAMIENTO 200</p> <p>RESTAURANTES Y CAFÉS 302</p> <p>TIENDAS Y MERCADOS 322</p> <p>DISTRACCIONES EN ROMA 340</p> <p>ROMA PARA NIÑOS 352</p>  <p>El Templo</p> <p>PIAZZA NAVONA 116</p> <p>PIAZZA DI SPAGNA 120</p> <p>CAMPO DE FIORE 142</p> <p>QUIRINAL 154</p> <p>ESQUILINO 166</p> <p>LATRANO 170</p> <p>CARACALLA 188</p> <p>AVENTINO 198</p> <p>TRASTEVERE 206</p>	 <p>Mosaico en Santa Prassede</p> <p>MANUAL DE SUPERVIVENCIA</p> <p>INFORMACIÓN PRÁCTICA 318</p>  <p>Antiguos mercados</p> <p>VIAJAR A ROMA 368</p> <p>MOVERSE POR ROMA 374</p> <p>CALLJERO 380</p> <p>ÍNDICE GENERAL 404</p> <p>AGRADECIMIENTOS 428</p> <p>VOCABULARIO 417</p>  <p>Basílica de San Pedro en el Vaticano</p>
---	---	---



b) Esquemas didácticos

Esta guía hace un muy buen manejo de las imágenes para entregar información. Este esquema nos aclara de manera muy rápida como funcionan los teléfonos públicos, que tipo de moneda se les debe insertar, que código se debe marcar, y de manera esquemática todos los pasos a seguir para poder realizar una llamada de larga distancia con presteza.

En la página de enfrente se ve un mapa bastante esquemático de los sistemas de transportes que se pueden usar en la ciudad, al emplearse diferentes colores notamos con gran rapidez de que tipo de movilización se trata la movilización y como podemos llegar a otro punto de la ciudad. De una manera se grafican también los principales edificios que encontramos en los extremos de la ciudad.



III PROCESO DE DISEÑO

1. PLANIFICACIÓN PROYECTUAL

1.1 Descripción

El presente proyecto propone el diseño de una guía gráfica que presente los puntos más atractivos de lo que encontramos en el Cementerio General. Esta guía está diseñada tanto para usuarios que suelen acudir al Cementerio movidos por una visita a un ser querido o para aquellos que derechamente van al Cementerio con un interés de orden turístico ya creado en el recinto.

La idea es mostrar mediante mapas, diagramas, códigos y colores lo más relevante y representativo tanto de nuestra historia y patrimonio como de nuestra identidad como chilenos. Esta guía cuenta con recorridos propuestos a modo de simplificar la visita dada las dimensiones del recinto, también por medio de fotografías se pretende motivar a quienes no han caído en la cuenta de las virtudes del lugar. Esta guía cumple una doble función, guiar y mostrar a los visitantes que se encuentran en el recinto mismo, y a la vez motivar a aquellas personas que no conocen el Cementerio o que simplemente no se han percatado del gran atractivo que posee.

1.2 Fundamentos

El Cementerio General carece actualmente de una imagen que lo posicione dentro de lo que consideramos patrimonio histórico y cultural. Es necesario darlo a conocer y resaltar su valor dentro de la ciudad mediante un sistema de comunicación visual. Nos encontramos frente a una situación de descuido y desvalorización de un espacio público fundamental dentro de una ciudad.

Los aspectos claves de este problema es la falta de preocupación por parte de los administrativos de crear una imagen que apoye la intención de hacer de este lugar un espacio que invite al público conocer el gran valor patrimonial que posee el cementerio.

Hoy en día el Cementerio General es un lugar que cumple con los requisitos básicos de funcionamiento y orden, sin embargo se desaprovecha todo su potencial histórico patrimonial.

Es importante determinar de qué modo el cementerio general será fuente de aprendizaje y reconocimiento de nuestra propia identidad para sus visitantes.

Se requiere que el cementerio general sea considerado dentro de uno de los lugares en el cual se puede reconocer parte importante de nuestro patrimonio.

Se requiere un material gráfico que sea capaz de dar a conocer todos aquellos aspectos que no son reconocibles por el visitante común que acude al cementerio movidos por la vista de un ser querido, o ya sea a un entierro o funeral.

La necesidad de este material está determinada tanto por el desconocimiento como por la falta de orientación dentro del recinto mismo. Se detectó con una encuesta un alto nivel de interés por parte de los usuarios en temas como la arquitectura, escultura, paisaje y otros.

Se necesita un material que indique y guíe al visitante en los principales puntos de interés, aspectos tanto de nuestra historia y patrimonio, como también relacionado con los servicios y accesos. En definitiva, se debe lograr que a través de este material se genere una visita al cementerio que entretenga y motive el recorrido de éste, que incite al paseo y que de este modo se produzca una instancia de reconocimiento de nuestros valores patrimoniales. No existe ningún elemento que invite o despierte el interés del visitante a observar desde otra perspectiva el recinto, de algún modo al no comunicar de manera adecuada su valor patrimonial histórico el cementerio se desvaloriza.

Actualmente no existe material gráfico que apoye al visitante a reconocer el valor histórico y patrimonial presente en el Cementerio General. Quienes visitan el Cementerio General se remiten únicamente al objetivo de la visita, no se da una instancia de reconocimiento del recinto, y por otra parte quienes acuden al cementerio con un ánimo más turístico no encuentran material que entregue información acerca de lo que se ve en éste.

I.3 Requerimientos

a) Generales

En este caso el problema de diseño requiere que se rescaten los atractivos históricos patrimoniales del Cementerio General. Se debe lograr estructurar una guía que se adecúe a las características particulares tanto del recinto como de los visitantes.

El problema en particular se encuentra en lograr reunir la información que se quiere mostrar, otorgándole cierto orden y sentido al recorrer los patios del cementerio, se deben considerar que un paseo a pie por lo general no se da en más de dos horas.

El principal desafío se encuentra en diseñar la manera óptima de presentar un lugar, de manera que los usuarios perciban un orden inteligente que aprovecha al máximo las cualidades del entorno.

Este problema se puede acotar en lograr equilibrar dos conceptos;

- Espacio (desplazamiento dentro del recinto, dimensiones de éste y accesos)
- Temas (Historia, arquitectura, paisaje...)

Para resolver esto se propone lograr un equilibrio que no descuide ninguno de estos aspectos y que por lo tanto, ni los temas tratados se vean disminuidos ni que las personas pierdan tiempo y energía en recorrer de manera innecesaria el lugar.

El cementerio si bien se encuentra ya bastante zonificado de manera natural es complejo determinar zonas absolutas, sin embargo se puede proponer cierto tipo de criterio temático del recinto.

Esto si bien no determinará la estructura del contenido de la guía será un apoyo para poder comprender un poco mejor la ocupación espacial del recinto.

B) Formales

Soporte, éste requiere cumplir con dos variables, primero debe responder a la facilidad de ser manejado en el lugar mismo y a su vez debe ser capaz de reunir la información necesaria. Hay que tener en cuenta al minuto de definir formato que no se cuenta para este caso específico con libertad en el uso del espacio ni con el exceso de blancos.

Para esto se deben tratar de equilibrar variables como el tamaño de la tipografía, cantidad de imágenes, número de páginas y dimensiones de la guía.

Otro factor a tener en cuenta es el sustrato que se usará para la impresión de la guía, de esto dependerá cuan definidas queden las imágenes y la durabilidad de la guía. El papel de más gramaje permite la tranquilidad de su uso por parte del visitante, no habrá temor de que se rompa y se usará efectivamente como una guía dentro del recinto. Este factor de la elección del papel queda supeditado al presupuesto final. Sin embargo esta variable se presenta como un factor bastante fundamental ya que de no ser así no se

estaría cumpliendo con uno de los factores más importantes. Que sea “usable” es decir transportable y manejable y que responda al interés de los usuarios, esto se dará efectivamente si la guía logra reunir en sí aspectos relacionados con el formato y con el contenido:

- El formato debe permitir su transporte y consulta de manera expedita. Esto se dará si su tamaño y forma permite el acarreo.
- La información presentada debe ser planteada de manera ordenada y atractiva, debe ser una guía de consulta fácil que muestre su contenido de manera clara.

Código gráfico, se debe usar un código que logre expresar de manera didáctica y representativa los principales aspectos del lugar. Para esto se debe tener en cuenta el objetivo final del impreso, que está determinado por su uso tanto en el recinto mismo y también por su carácter de guía histórica patrimonial.

Conceptos a usarse son la sobriedad y actualidad.

Uso cromático, selección de colores acorde al soporte guía y principalmente al cementerio general. Los colores serán definidos una vez que se halla determinado la estructura del libro, el contenido de los capítulos y el presupuesto destinado a impresión, es decir el financiamiento que sea posible conseguir.

I.4 Restricciones

Las restricciones de este proyectos están dadas tanto por el usuario como por el financiamiento existente para llevar la publicación a cabo

- a) Usuario, su nivel de comprensión e interés en los temas planteados.
- b) Financiamiento, relacionado con el costo de impresión, elección del papel, cantidad de páginas y cantidad de colores. Selección de información más relevante

I.5 Aporte y Proyecciones

Al imaginar que este proyecto se desarrollara efectivamente, tendríamos un gran beneficio al Cementerio como institución de este modo se resolvería una carencia evidente. En la actualidad cuando se acercan grupo de personas interesadas en conocer algo más relacionado con la historia presente allí, no hay ningún elemento de apoyo gráfico que facilite esta situación, es más, para saber algo respecto de lo que se encuentra en el recinto se hace bastante difícil conseguir a un guía o alguien que maneje el tema con cierto grado de profundidad. Esta guía viene a ser un apoyo al plan de implementación turística que se desarrolla actualmente por una consultora que le presta el servicio a la institución.

Ahora, dejando de lado todo el aporte que significa a la institución misma, los usuarios que no se enmarcan necesariamente en el plano turístico se verán motivados a conocer algo más al descubrir que toda la información se encuentra reunida de un modo ameno y práctico.

Otro aporte importante que se relaciona con nuestro patrimonio y la capacidad de apreciación que como habitantes de una ciudad podemos tener. Esta guía al igual que otras, permite que valoremos lo que tenemos mediante el acceso a conocimientos e información. Difícilmente se puede valorar sin comprender el real significado de los que se está observando, y el valorar lo que tenemos resulta fundamental para el enriquecimiento de una nación.

De esta propuesta gráfica desarrollada se desprende una proyección relacionada con el tema de la iconización de lo elementos que se muestran, que posteriormente puede ser implementada en el recinto mismo, todo esto dependiendo lógicamente del presupuesto y del los planes que el Cementerio tenga para su posterior desarrollo. Sería óptima una mayor complementación entre la guía y la señalización que encuentren las personas al recorrer el Cementerio General

2. LA PUBLICACIÓN

La idea principal de esta publicación es la valoración histórica-patrimonial desde una perspectiva informativa de lo presente en el recinto. Mediante un libro-guía que puede ser empleado por los visitantes, se pretende entregar una información detallada acerca de los elementos de valor que constituyen nuestro patrimonio y de aspectos más prácticos como lo son los servicios que presta el cementerio, accesos y otros puntos claves que ayuden al visitante a la orientación dentro del recinto.

Este material ha de ser pensado bajo dos posibles escenarios, por una lado está su empleo en el recinto mismo a modo que guía consultable que enriquezca la visita y por otro lado está su aporte como herramienta de difusión del Cementerio General en agencias de turismo y otros lugares de consulta sobre Santiago y lugares de interés patrimonial.

El resultado final de este proyecto es la obtención de un prototipo impreso que se constituya como una herramienta a la hora de conseguir financiamiento para la posterior publicación de tirajes masivos. La posibilidad más real de conseguir financiamiento está en la municipalidad de Recoleta, ya que actualmente se está desarrollando un plan de desarrollo comunal (PLADECO), que incluye la variable turismo, cuyo principal objetivo es posicionar al Cementerio General como lugar de alto atractivo turístico.

2.1 Estructura de la guía

a) Temas a tratar

El contenido general, el que luego será dividido en diferentes secciones responde a los siguientes puntos de interés:

1 Orientación dentro del recinto, información sobre servicios y accesos.

2 Planteamiento de recorridos de interés patrimonial, zonificación del recinto según reconocimiento de áreas de valor relacionadas con los siguientes puntos:

- *Arquitectura*, capillas, mausoleos y tumbas más representativas.

A través de las calles del Cementerio se invita a descubrir los distintos estilos arquitectónicos de la historia. Un viaje a través de la arquitectura que nos conduce desde el antiguo Egipto, con sus pirámides, pasando por el clásico greco romano, luego el neoclásico, el gótico y la prehispánica azteca y maya. Sin olvidar los estilos eclécticos y las grandes construcciones.

- *Paisaje*, especies arbóreas, reconocimiento de las especies nativas e introducidas.

El paisaje del Campo Santo. El Cementerio en sus 86 hectáreas es un pulmón verde para la ciudad de Santiago. Posee un parque de añosos árboles que datan desde su fundación en 1821. La invitación es a descubrir las distintas especies del Cementerio y a apreciar también a las aves que habitan en él.

- *Esculturas* más valiosas y representativas,

El Cementerio invita a un recorrido que muestre las esculturas y vitrales más relevantes del Campo Santo, señalando además la biografía sus escultores, algunos de ellos premios nacionales de arte. Las obras más impresionantes que alberga el Cementerio son de artistas como Rebeca Matte, Virginio Arias, José Caroca La Flor, Marta Colvin, Blanca Merino, Peter Horn y Pedro Córdova, entre otros.

- *Tumbas de personajes destacados*, reconocimiento de sepulturas de presidentes, artistas, intelectuales, etc. Pequeña reseña acerca de su vida y obra.

El Cementerio General invita a los visitantes a conocer una selección de lo más característico de su valor histórico y patrimonial. Una selección de los principales personajes aquí sepultados, y un panorama de su arquitectura, paisaje, escultura y vitrales. (Recomendada para extranjeros, donde se vista a los chilenos universales, Salvador Allende, Violeta Parra, Víctor Jara y el Memorial. Indispensable es una edición en inglés).

- *Signos y símbolos*, se presenta una reseña acerca de los principales íconos que se ven más reiterados y haciendo una pequeña descripción acerca de sus principales interpretaciones tanto hoy como a lo largo de la historia., se muestran en su real ubicación en las sepulturas.

b) Estructura del contenido

Índice

Mapa

1 Presentación

- El Cementerio en Recoleta
- Historia del Cementerio
- El cementerio de un Vistazo

2 Ojo con...

- Personajes destacados
- Sucesos de nuestra historia
- Arquitectura
- Símbolos y Mitología
- Esculturas y Vitrales

- Paisaje

3 Otros datos

- Mapa
- Servicios
- Eventos
- Otros

c) Desarrollo del contenido

Existen tres grandes secciones las que mediante las cuales se conforma el grueso del libro, a su vez cada una de ellas se divide en diferentes capítulos.

I Presentación...

En la primera parte se tratan temas de orden general y idea es que los usuarios se encuentren con un a pequeña introducción acerca del tema, referencia y señalización dentro de la historia y en general datos del orden mas bien anecdóticos que logren que los lectores y visitantes se interesen en el tema. Esta parte tiene un contenido "mas bien liviano". En este capítulo no se hacen referencias espaciales.

2 Ojo con...

Esta parte se entregan datos mucho más concretos y específicos. Se entrega información a cabalidad considerando que no se puede caer en un exceso de información restringido tanto por el soporte como por el usuario. Cada sub-capítulo (Personajes destacados, Arquitectura etc.) A su vez se dividirá en dos secciones, una que trata el tema de general es decir, en un contexto más universal y otra parte que lo aplica de manera más particular en el Cementerio general, es decir, su ubicación física dentro del recinto y recorridos propuestos para apreciar el tema recién tratado. La segunda parte es tratada con más profundidad, por lo tanto abarca mayor cantidad de páginas que la primera. Esta capítulo se complementa y apoya fuertemente con información visual infográfica, ilustraciones y fotografías. El diseño de los mapas que indican los recorridos son un punto fuerte en el aporte visual.

3 Otros datos

Finalmente esta parte de la guía entrega todos los datos de orden más prácticos, es decir, lo que los usuario necesitan saber para realizar trámites relacionados con entierros, horarios de atención, y otros datos de tipo más administrativos.

Este capítulo aunque se aleja del objetivo de rescate patrimonial es igualmente importante ya que es de gran utilidad para el cementerio mismo, su administración y comercialización (no debemos olvidar que se pretende obtener un financiamiento por parte de la municipalidad de Recoleta).

2.2 Organización de contenidos

Cada capítulo posee cierta información a organizar, estos contenidos han sido estandarizados para cada caso, la idea es que se cree cierto orden y de este modo el usuario comprenda rápidamente de que manera es presentada la información de los capítulo.

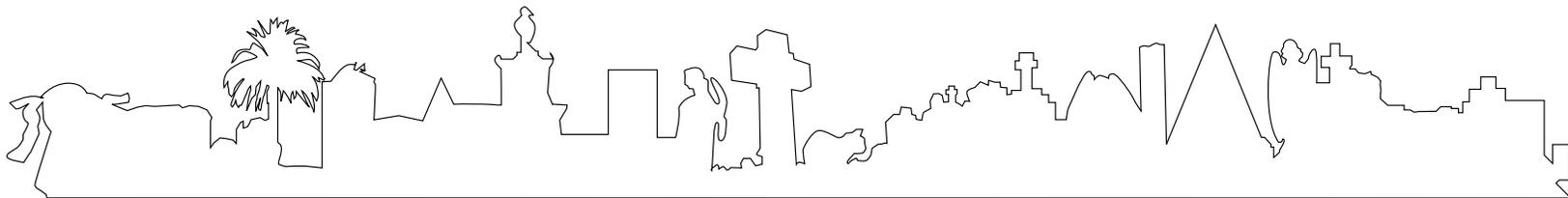
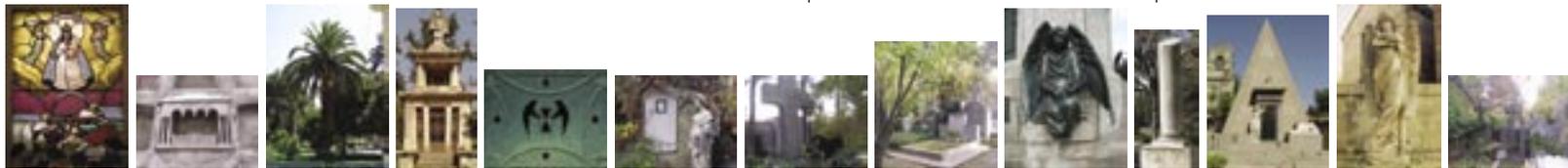
De las tres secciones planteadas anteriormente se debe establece cierta diferencia, dentro de toda la guía la principal es la número 2 "ojo con...". Esta sección de la guía se diferencia de las demás ya que es la única que plantea recorridos y toca los temas con más profundidad. Por lo tanto esta sección posee una estructura interna que rige ciertos aspectos a considerar sólo para esta sección.

Se ha diseñado una estructura de lectura principalmente horizontal, en la cual las páginas enfrentadas tienen una lectura conjunta que se complementa con ambas páginas.

La organización de los contenidos al interior se representa a través de una composición realizada a partir de la unión de algunos elementos presentes en el Cementerio.

Mediante el uso de fotografías tomadas del mismo Cementerio se obtienen elementos que serán los representativos de cada tema.

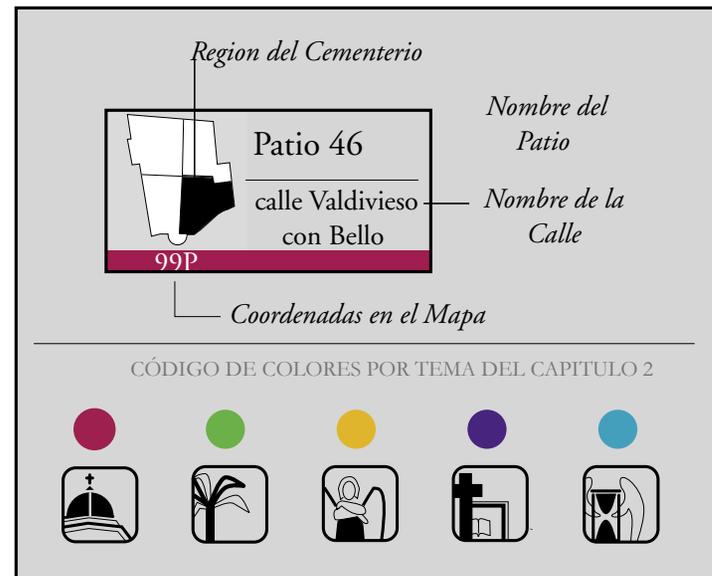
Esta composición determina la iconografía, tema que se desarrolla posteriormente, en este mismo capítulo.



a) Simbología

La simbología empleada en la guía, está constituida por la iconografía representativa de cada capítulo y por el esquema que representa al Cementerio en su totalidad seccionado para lograr una referencia de orientación. La iconografía ha sido creada para lograr una mayor referencia acerca del capítulo en que se encuentra el lector, sin embargo este tema es tocado con mayor profundidad posteriormente.

El esquema que representa al Cementerio General fué ideado de modo que el usuario pueda orientarse fácilmente y tenga siempre presente donde está ubicado con relación al territorio total. Este pequeño recuadro de orientación se sirve del mapa general que en sus cobstados posee las cordenadas para de este modo ubicar un lugar con exactitud. Entrega tres tipo de información, referencia general, el patio y por ultimo la calle. El color que se le aplica en la barra inferior corresponde al que representativo de cada subtema.



Simbología

2.3 Desarrollo iconografía

A partir de la composición que unifica los elementos presentes, se ha diseñado una iconografía que representa los capítulos de la sección dos, esto se ha dispuesto así ya que es este capítulo el que a futuro puede ser aplicado como señalética, ya que es en estos capítulos en los cuales se proponen recorridos temáticos

a) primera propuesta iconográfica

Mediante un proceso de abstracción de las formas presentes en la composición se logran las siguientes formas.

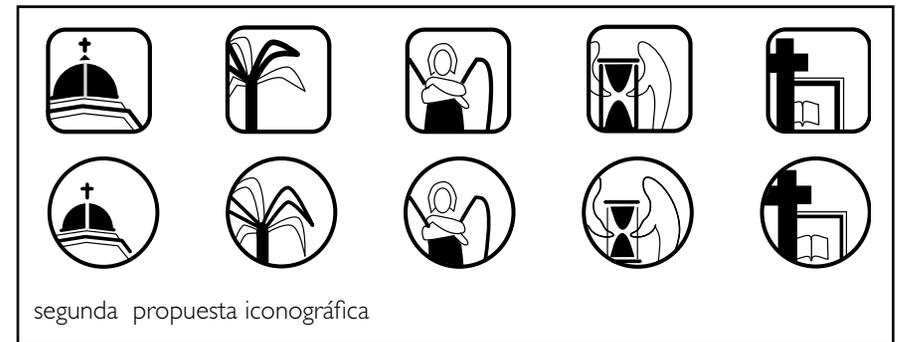
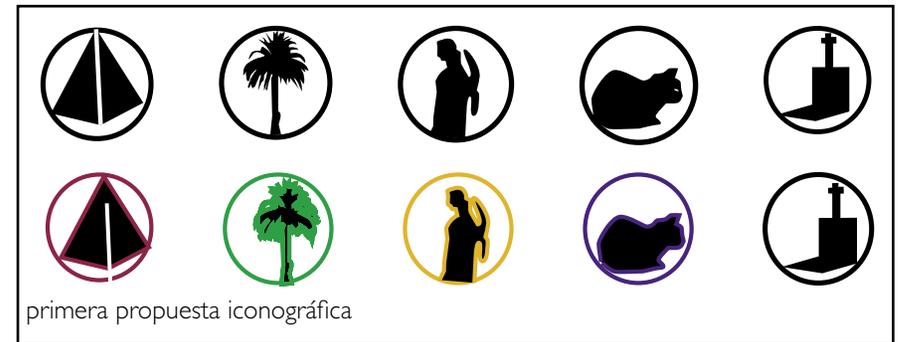
Esta iconografía juega con el concepto de figura y fondo, mediante un color plano que se opone al del fondo se rescata el contorno representando al elemento seleccionado. Se encierra en un círculo para otorgarle unidad a las formas que sin duda son bastante dispares. Esta iconografía tiene bastantes carencias, por un lado, no existe un criterio de selección único ya que algunas de las figuras se relacionan con el tema de un modo más abstracto, como lo es el por ejemplo en gato que representa al capítulo de Símbolos y Mitología. Si bien el gato se encuentra presente en la composición relacionarlo con lo mítico y simbólico no es algo netamente objetivo, al contrario de los demás casos, en los cuales se hace una referencia directa y precisa.

Otra debilidad de este desarrollo iconográfico tiene relación con las figuras propiamente tales, estas se encuentran en niveles de abstracción de líneas bastante diferentes, mientras algunas se encuentran en el plano de la figuración detallada como el caso de la palmera, otras se quedan en líneas básicas

como el caso de la pirámide. Sin embargo si se debe rescatar algo positivo es lo obvio que resultan las figuras, en algunas no cabe duda de lo que se quiere representar; a excepción de los símbolos que pertenecen al capítulo de sepultura de personajes destacados, en el cual si no es por el contexto difícilmente se podría definir de que se trata.

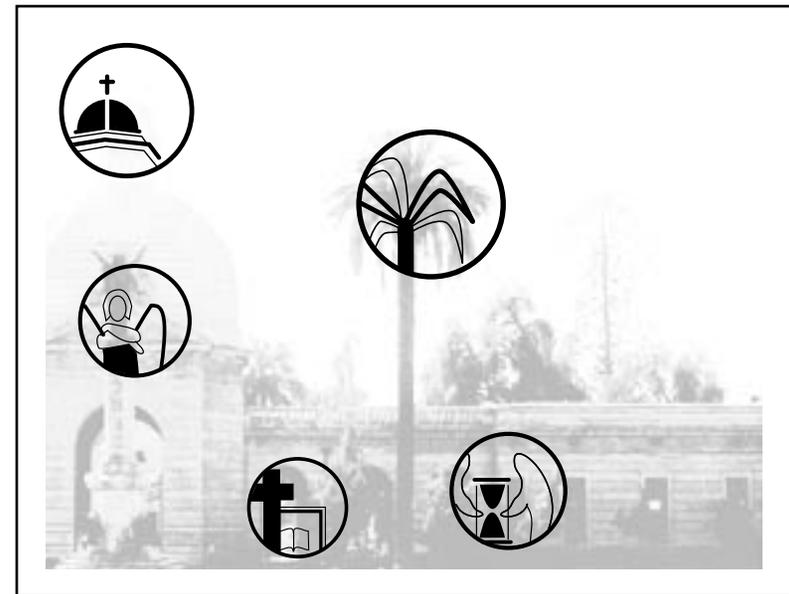
b) segunda propuesta iconográfica

Este resultado si bien tiene los mismos principios de abstracción desprendida de la composición, se llegó a otros resultados, considerando los puntos mencionados anteriormente. En este caso todas las formas obtenidas son abstracciones en las cuales se aplicaron el mismo principio.



Para la creación de este tipo de iconización se respetaron tres estándares básicos, por un lado está la presencia de un lleno en alguna parte de la figura, y por otro lado se consideró el grosor de las líneas que se usaron en los íconos, la idea es que primaran las líneas delgadas, pero que cada figura contara con alguna gruesa. La diferencia entre ambos grosores se hace notable para que este aspecto sea efectivamente una diferencia y no sea confundido con un posible descuido. Estos íconos son aplicados regularmente en el comienzo del capítulo, en el índice y en un costado superior derecho de las páginas de cada capítulo. Aquí es donde cumple más efectivamente su función de informar u orientar, la idea es que el usuario los asocie rápidamente a un color y al tema específico que se plantea.

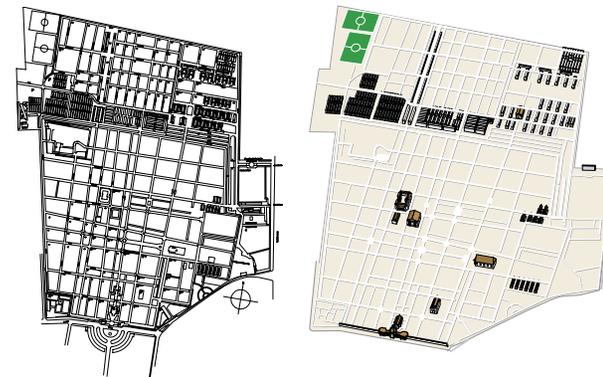
Esta iconografía la vemos aplicada en la portada en forma de círculos, es una variable usada dado el contexto en el que se encuentra. Las formas redondas son más suaves y fáciles de combinar que las cuadradas, de este modo quedan inmersas de un modo más natural y menos forzados que de haber sido cuadradas.



2.4 Uso de diagramas

a) Mapas

Los mapas empleados en la guía se pueden clasificar en dos tipos por un lado están aquellos con perspectiva y otros sin. Cuando se quiere mostrar un total a modo de referencia se aplica la perspectiva para que el usuario tenga una sensación de estar observando desde un punto de vista más global (vuelo de pájaro), con una leve inclinación que da una sensación isométrica sin perder el entramado de las calles. Si a éste le sumamos unas representaciones de algunos



elementos más importantes da una mejor resultado en la comprensión de la situación que se quiere mostrar mediante el diagrama.

Para casos más puntuales y representaciones más específicas los mapas sin perspectiva resultan más adecuados, porque presentan una mejor y más fácil lectura de las calles y otros elementos que precisan mayor detalle. Sin embargo ambos tipos de mapas tienen una génesis similar que es un plano de líneas obtenido de un dibujo en Autocad. Estos mapas cuentan con distancias y medidas reales utilizados por urbanistas, arquitectos, o cualquier persona que necesita tener una referencia del espacio a escala menor.

Mapa general

Este mapa representa la totalidad del territorio de Cementerio General, en el cual se resaltan algunos elementos mediante la elevación, mausoleos instituciones, capillas y edificios pertenecientes a la administración, ya que ocupan un lugar mas primordial dentro del total del recinto. Se encuentran señalados los límites exteriores, los accesos, las calles por las cuales pueden transitar los autos, el sector de los nichos, nombre de las calles y los patios. A su vez este mapa se encuentra contextualizado en su entorno, ya que se señalan las principales avenidas que rodean al territorio del Cementerio.

Es un plano básico de calles que da un aspecto de tres dimensiones mediante la adición de representaciones simplificadas de edificios representativos, mejorando el conjunto con el uso de sombras adecuadas.

Este mapa en la guía se encuentra a un tamaño de 36 x 36, de este modo se alcanzan a apreciar los nombres de las calles y de los patios. Este mapa general sirve de referencia para todos los recorridos y ubicaciones que se plantean al interior de la guía. Con el sistema de señalización que posee en sus bordes, se hace más expedito el encontrar un punto específico.



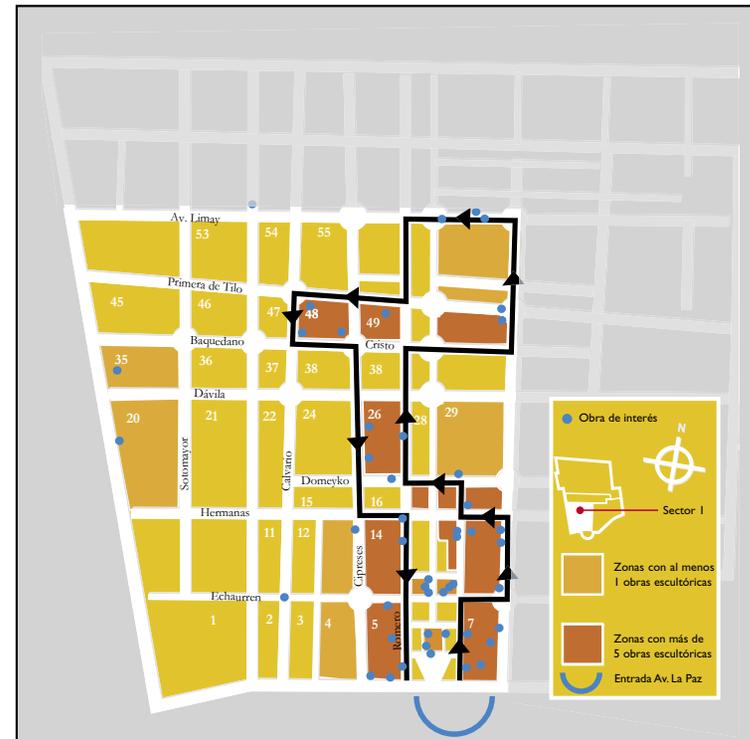
PROCESO DE DISEÑO

PROPUESTA DE APOYO GRÁFICO A LA REVALORIZACIÓN PATRIMONIAL DEL CEMENTERIO GENERAL



Mapas específicos

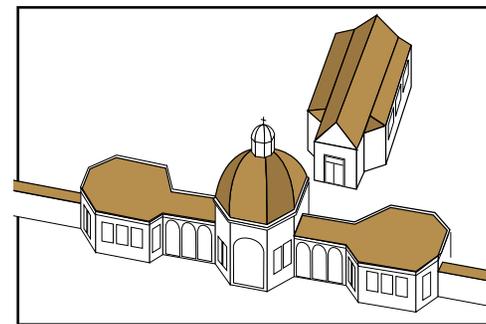
Estos mapas representan lugares más específicos por eso se ha optado por una representación más plana, de este modo los nombres de las calles se hacen más fáciles de captar; y se visualiza el esquema de recorrido de una manera más rápida. Con estos mapas no se quiere conseguir un tipo de representación de la realidad, sino que se quiere lograr un esquema lo más simple y claro para que el usuario logre captar con seguridad los pasos a seguir para llegar a cierto punto. Lo más importante en este plano es sin duda las flechas de recorridos, el sentido de éstas se debe captar con facilidad así como los nombres de las calles a los cuales se hace referencia. Este mapa se genera al igual que el anterior a partir de un plano de líneas simples al cual se le han destacados las calles diferenciando de lo que es el fondo. La aplicación de color en este tipo de planos corresponde a la gama de colores que se emplea en cada capítulo, sin embargo hay parámetros comunes a considerar en todos los casos, las calles se diferencian del resto ya que se encuentran graficadas de un modo más claro. Estos mapas al entregar menos información, al ser más abstractos y representar sectores más pequeños no es necesario que tengan dimensiones tan grandes, ya que su lectura es inmediata.



b) Ilustraciones

Representación de edificios

Estas representaciones se generan a partir de la planta del edificio que se obtiene en el plano general del Cementerio. Mediante la elevación de esta planta, se mantiene un ángulo que se aplica a todos los casos por igual, y el empleo de dos tonos de un mismo color en los edificios a modo de representación de las sombras se obtiene un modelo que permite la asociación del visitante una vez que se encuentre en el sector. Estas representaciones se transforman en mini hitos de referencia.



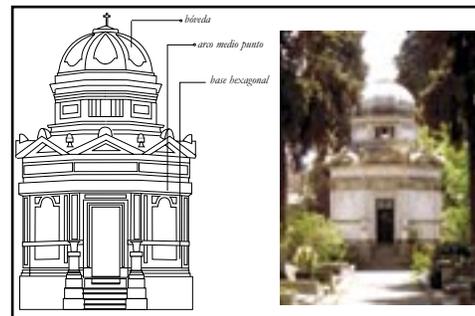
Representación de detalles

Cuando se quiere mostrar un detalle ya sea de las construcciones o de aquellos elementos esenciales de las formas se genera un dibujo en líneas, de este modo esquemático se obtiene una mejor comprensión de los temas que se tratan en los textos de apoyo.

En este caso se dibujó con trazos limpios y casi geométricos los detalles de las columnas, ilustración de la que se desprende la explicación relativa a los órdenes arquitectónicos presentes en el cementerio. Se utilizaron degradados para otorgarle mayor volumen y dar cuenta de la circularidad del pilar.



En este caso la aplicación de color no es necesaria ya que mientras más simple se toma lo menos confuso, la idea es generar una ilustración netamente explicativa que apoye el texto que hace alusión a los estilos y a los elementos básicos para reconocerlos dentro de cualquier construcción. La simplicidad es lo fundamental en este tipo de ilustración. Estas ilustraciones se generan a partir de fotografías tomadas de los mismos edificios, se rescatan las principales líneas y mediante el grosor de éstas se representa las diferencias entre lo que constituyen las tramas de la materialidad y la forma misma de la estructura.



2.5 Elementos de diagramación

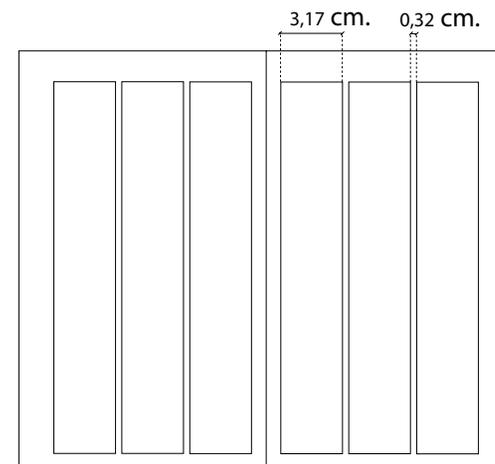
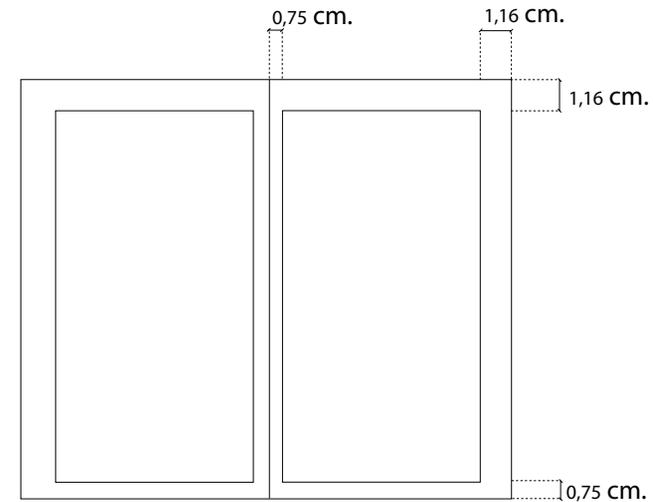
a) Grilla de diagramación

La grilla de diagramación está configurada de distintos modos según el tipo de página en la cual se aplica. Se ha ideado páginas tipo que se repiten según sea el desarrollo del capítulo. Estas grillas creadas no se comportan de igual modo ya que algunas son completamente rígidas y otras un poco más flexibles dado el contenido de los que se debe mostrar en la página. Sin embargo existen ciertos parámetros de los cuales la diagramación no puede escaparse.

- **Páginas generales**

Estos márgenes que vemos son invariables, la distancia que se encuentra entre la columna del medio y el interior no puede ser menor ya que se debe considerar el empastado, por lo tanto, esta distancia suele disminuir. Se debe considerar la comodidad del usuario al leer la guía, y de estar el texto muy al centro se suele abrir mucho el libro con lo cual se corre el riesgo de romperse con el tiempo.

El texto general se dispone en tres columnas, que generalmente llegan hasta la mitad de la página. La distancia del texto general con los bordes exteriores tampoco debe variar ya que de otro modo se ensucia visualmente, lo mismo ocurre con el margen superior e inferior. En general la caja principal al igual que las columnas y la distancia entre ellas deben ser invariables por los motivos recién mencionados. Tenemos una gran diferencia entre el margen superior y el inferior; esto es para respetar el espacio otorgado al nombre de la sección del capítulo que se debe destacar para una mayor facilidad en el uso.



• **Inicio de Capítulo dentro de sección**

A diferencia de la diagramación de las páginas generales, esta grilla es completamente rígida, la posición de cada elemento de esta página responde a un patrón de ordenamiento invariable y casi idéntico para cada capítulo.

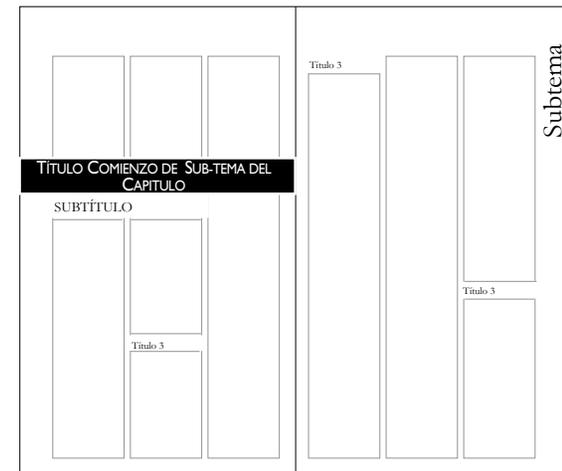
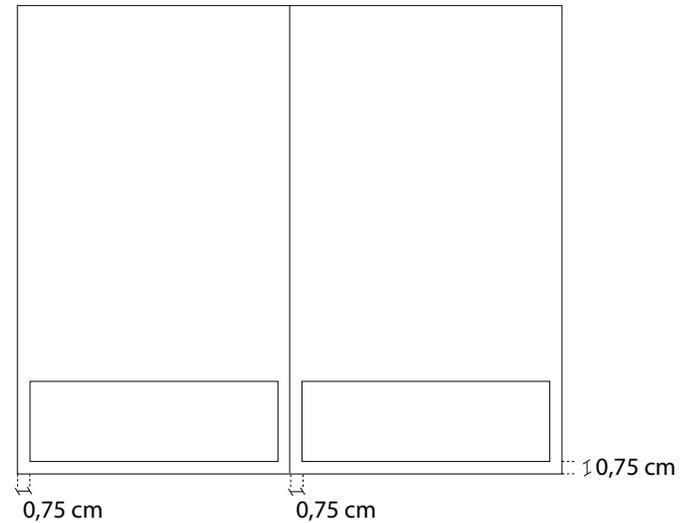
El diseño de esta grilla cuenta con un gran espacio libre en el cual le otorga una limpieza y la hace completamente diferente al resto de las páginas la idea es crear un quiebre muy notorio entre el comienzo de un nuevo capítulo, de este modo el usuario hará una gran diferencia al reconocer la presencia de esta página. El diseño de esta grilla resulta tan opuesta como fue posible para que la subdivisión interna entre un capítulo y otro sea muy clara y determinante.

• **Títulos, subtítulos, y su ubicación dentro de la grilla**

En las páginas generales

El título (sin contar el nombre del capítulo que se encuentra en la esquina superior derecha) se encuentra en la página de la izquierda en la mitad superior de la página. Esta posición también se mantiene con rigurosidad para lograr un esquema de lectura que el lector pueda recordar:

Así como en la página de la izquierda se titula el tema que se está desarrollando, en la página de la derecha permanece invariable el nombre del capítulo y se especifica que sub tema se está tratando. Este último aparece con el color del capítulo actual. Los subtítulos de las página generales no tienen restricciones en cuanto a su ubicación dentro de la página su única restricción es la fuente y el tamaño de ésta. Existen dos niveles de subtítulos, el general y el particular (título 3) El subtítulo menor adopta en algunos el color del capítulo cuando se genera el contraste suficiente con el color blanco de la página.

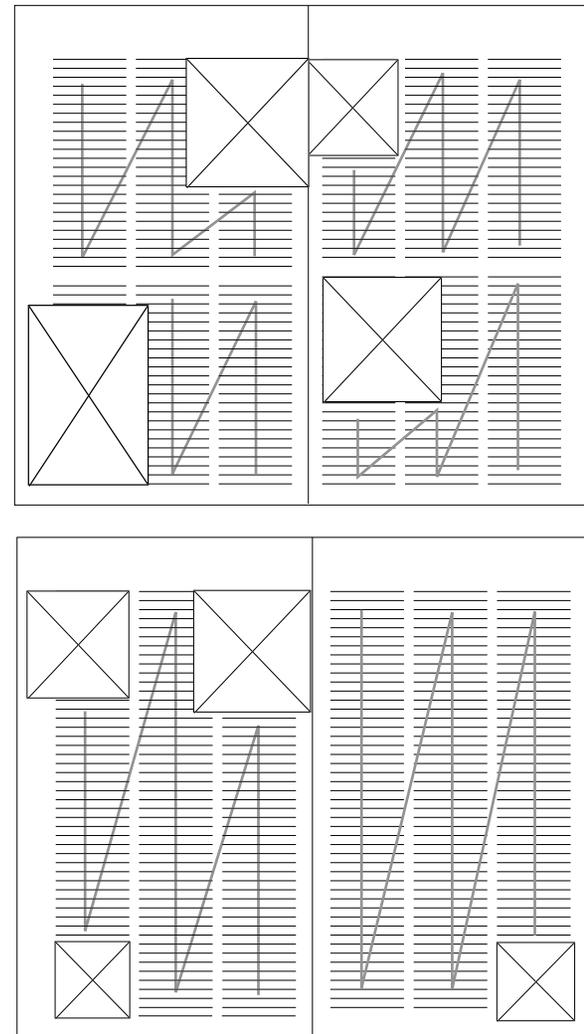


- Cuerpo de texto

El cuerpo de texto o texto general se ha denominado anteriormente se dispone en tres columnas con una distancia entre ellas de 3,17 mm. Este texto va en tipografía *Gill Sans* a un tamaño 7,5 e interlineado de 8 puntos. Estas columnas tienen una lectura tradicional de arriba a abajo y de izquierda a derecha.

Sin embargo este orden en la lectura se presenta de dos formas según sea la cantidad de texto presente en cada página y su relación con las imágenes. Cuando el espacio es suficiente la lectura no es interrumpida y se extiende hasta abajo, pero cuando la información ocupa más espacio se interrumpe en el centro. Esta interrupción de algún modo ordena seguir la lectura al lado ya que se encuentra una imagen que sin duda corta el texto, un subtítulo que hace entrar en otro tema o también esta situación se aclara manteniendo un espacio.

Las columnas quedan cortadas por un subtítulo, de este modo se evita la confusión de la continuación de la lectura. Otra forma de asegurar la fluidez de la lectura está determinada por la posición de las imágenes, las cuales al ser impuestas en el medio interrumpen las columnas dejando un orden implícito en la lectura, ver esquema página siguiente.



b) textos

• Tipografía

La selección tipográfica en términos generales responde a los criterios de legibilidad y simplicidad. Se evita la combinación de muchas fuentes, se ha elegido una palo seco y otra con serifa. La de palo seco se emplea con mayor regularidad en textos general y algunos títulos y la con serifa fue seleccionada para títulos, este tipo de tipografía se ajustan a los conceptos de actualidad y de elegancia. Ambas fuentes seleccionadas pertenecen al grupo de tipografías con creadas hace ya algún tiempo, por lo tanto son consideradas dentro del grupo de las clásicas. A mi parecer esto le otorga cierto respaldo y peso.

Esta fuente es empleada en su versión light para el texto general en cuerpo 7,5. Esta familia tipográfica de las Gill Sans, es considerada dentro de las clásicas dado su antigüedad, dentro de las de palo seco se reconoce por sus formas redondeadas y por la simplicidad en la forma de construir los tipos, primando las formas circulares. Esta tipografía se caracteriza por la limpieza visual que entrega en su composición. Esta tipografía se ajusta al uso en la guía ya que es muy liviana y dado que esta guía lleva grandes cantidades de texto por página es necesario el uso de una tipografía que en bloque no se vea con gran peso visual ya que lo principal a destacar son las imágenes. Por esto para intensificar sus cualidades se emplea en la versión lighth.

También responde adecuadamente en términos de legibilidad, es de muy rápida comprensión, al ser de palo seco no posee formas caprichosas ni trazos que puedan confundir al lector; su formas se perciben con gran facilidad y rapidez. Por otra parte al ir aplicada en un cuerpo tan pequeño era necesario la elección

Gill Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gill Sans light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

81
C.3

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Adobe Garamond

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Adobe Garamond

de un tipo lo más simple posible. Además de ser empleada en el texto general se aplica en títulos (Gill Sans regular) y en subtítulos, a mayor tamaño lógicamente.

Above Garamond

Esta es la segunda tipografía que se emplea con más frecuencia, esta selección representa la carga más clásica que invariablemente debe tener la guía al tratarse del Cementerio General.

Esta fuente se usa con más frecuencia en aquellos textos relacionados con la simbología de la guía, en los textos relacionados con los nombres de los capítulos.

También se emplea en los pie de foto y para hacer alguna diferencia cuando se usan textos que no tienen una relación tan directa con el texto general, de este modo se da a entender que ese dato no debe ser leído necesariamente en un orden correlativo, ya que es información de algún modo independiente. Al emplearse en el modo recién mencionado se aplica en su modo itálica.

Otra forma en que se presenta es de subtítulos en texto general, el objetivo es diferenciarse con el resto y destacar el inicio de un nuevo tema dentro del texto general. En casos específicos aparece del color del capítulo.

Sin embargo también nos encontramos con la presencia de dos tipos más que se emplean a modo de marca únicamente. En la portada de la guía la marca está constituida por *Garamond* itálica y *Trajan*. Y por otra parte, la tipografía *Technic* se encuentra en la simbología que representa a cada capítulo de la sección de "ojo con..."

ojo con **ARQUITECTURA** ← Technic

Estilos ← Garamond Regular

1 MAUSOLEOS NEOCLÁSICOS ← Garamond Regular, Alta

A) **Estilo Dórico** ← Garamond Regular

Las Ordenes, de la arquitectura clásica eran estilos de construcción, cada uno basado en un tipo de columna distinto, y creado por los Griegos. Se diferencian principalmente por el diseño de la parte superior. ← Garamond Cursiva

El Cementerio General tiene obras de arquitectura patrimonial en sus mausoleos. la arquitectura patrimonial tiene como aspectos de gran interés, el diseño, la ornamentación, la

El Cementerio tiene muchos ejemplos de representaciones, a otra escala, de templos dóricos y obras que remontan al pasado clásico. Los elementos más característicos de la arquitectura dórica son las columnas dispuestas a distancias proporcionales las cuales resaltan una fachada o rodean el edificio. Existen tres tipos de columnas, dóricas, jónicas y corintia. En general se usa la dórica en los mausoleos del Cementerio General ya que el estilo dórico simboliza

guía ← Garamond Cursiva
CEMENTERIO GENERAL ← Trajan

c) fotografías

Las fotografías para este libro tienen una gran importancia ya que son la referencia más real de lo que se quiere mostrar, es a través de éstas que las personas se van a encantar con el lugar (quienes no lo conocen) y para quienes lo conocen, puede que le entreguen una perspectiva mejorada o simplemente les reafirmen las cualidades del recinto.

Las fotografías también son importantes ya que dentro de la diagramación juegan un rol fundamental, éstas deben complementarse con los textos y con los colores presentes en la guía. La menor o mayor presencia de éstas se justifica según el tema que se está tratando.

La aplicación de éstas se verá diferenciada en dos grandes grupos por un lado se encuentran aquellas fotografías que se encuentran en su entorno real y por otra parte están aquellas que se descontextualizan de su entorno. Este tipo de aplicación responde a la necesidad de abstraerse del entorno que las rodea para una mejor apreciación de la forma que se quiere mostrar. Al presentar de este modo se resaltan las cualidades ya que al ser puestas en un fondo plano el contraste es mayor. En otros casos las fotografías aparecen si fondo para producir un efecto de limpieza en la página, dado la cantidad de información que presenta cada hoja este factor es muy importante para lograr el impacto y atracción que se pretende en los usuarios.

La otra aplicación fotográfica la cual presenta a la imagen en su entorno real responde a la necesidad de mostrar el elemento en su contexto actual ya que de otro modo la información que se pretende entregar queda incompleta. En este caso se debe tener un mayor cuidado al componer cada página ya



Fotografías fuera de su entorno



Fotografías en su entorno

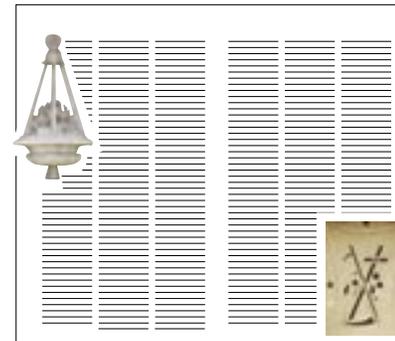
que generalmente sucede que los colores de las imágenes no siempre se complementen unos a otros y el resultado final puede ser disonante.

El tamaño en que se presentan las fotografías responde a parámetros de composición por una parte y a la relevancia que se le quiere entregar dentro de cada página.

- *a modo de introducción*, estas fotografías cobran una gran importancia y presencia dentro del inicio de cada capítulo ya que ocupan la mitad de la página aproximadamente. Este modo de aplicación es el de mayor tamaño que se encuentra en la guía. Las imágenes que se encuentran presentes en estas dimensiones, lógicamente deben tener una ciertas cualidades mínimas relacionadas con la composición, colores, equilibrio etc.
- *a modo explicativo*, este elemento se presenta en un tamaño que generalmente responde al ancho de la columna y en algunos casos sobrepasa a ésta. Esta aplicación fotográfica se hace indispensable para la comprensión del tema que se está tratando. Este tamaño guarda parámetros de relación en la aplicación en la guía en general, sin embargo en ocasiones éste varía según la relevancia que tenga la imagen con relación al texto.
- *apoyo mínimo*, se presentan un tamaño muy pequeño, algo así como 2 x 3 cm., generalmente en blanco y negro, se justifica su presencia aunque sea en una dimensión mínima ya que hace alusión y muestra de manera gráfica alguna idea vaga.



Fotografías a modo de introducción



Fotografías a modo explicativo



Fotografías apoyo mínimo

d) Uso del color

En esta guía el uso del color responde a diferentes funciones, en todas las formas de aplicación el color es una manera de crear estructura para un mejor empleo. La guía en términos generales posee un color representativo que se encuentra tanto en la portada como en las piezas gráficas destinadas a la difusión de ésta.

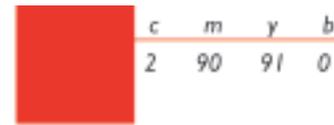
• **Estructura dentro de la guía**

El uso del color dentro de la guía cumple un rol fundamental cuando se trata de separar temas y diferenciar capítulos dentro de la estructura general de la guía. Esta aplicación de diferentes colores se explica para que no quepa duda al comienzo de la guía al hacer una reseña general de la simbología que se emplea. Sin embargo esta explicación se da a entender con mucha claridad cuando el color se aplica en grandes proporciones de la página de presentación del capítulo. Por otra parte esta forma de estructurar se hace presente al observar el canto de las páginas en el cual sobre sale la aplicación de color en la parte superior de la página derecha.

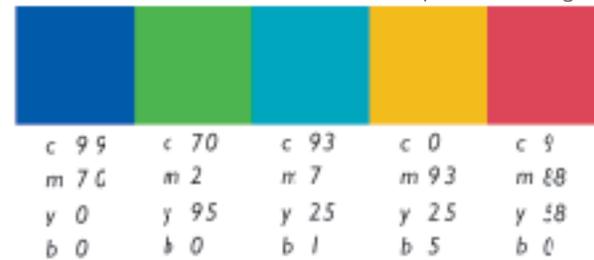
• **Estructura dentro de la página**

Dentro de la grilla diseñada para las páginas generales, el color cumple un rol fundamental. Este se hace fuertemente presente lo cual tiene como objetivo que el usuario encuentre los temas con gran facilidad y su uso se haga con completa naturalidad. El color correspondiente a cada capítulo se encuentra invariablemente aplicado en todo el borde de manera rígida e idéntica. Otra aplicación de color presente en cada una de las páginas generales sirve como fondo para sustentar los mapas de recorridos o como forma de apoyar las fotografías, ilustraciones o imágenes que se presentan. La aplicación de este color de fondo logra reafirmar más aún el carácter referenciador que posee el color. También de este modo se genera unidad dentro de la página.

color identificativo de la guía



gama de colores empleados en la guía



presencia de color dentro de la página general



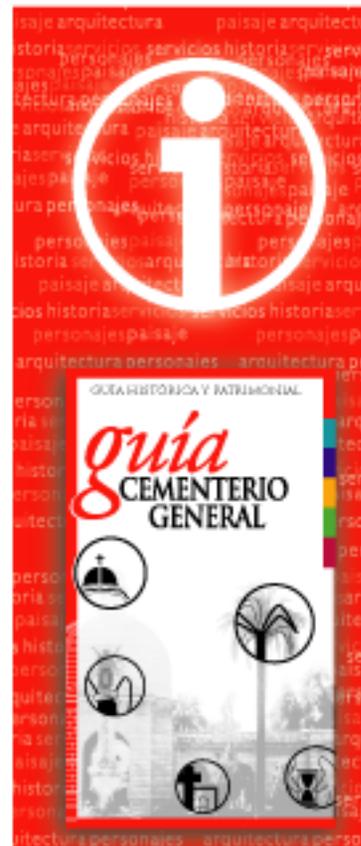
3. MEDIOS DE DIFUSIÓN

Este proyecto tiene como objetivo ser difundido o presentado a alguna de las autoridades que esta trabajan en el plan de poner al cementerio general en el ámbito turístico o de atractivo más masivo. Por lo cual esta publicación seguramente será parte de una campaña de difusión más amplia y completa que incluye todos los resultados del esfuerzo que se está haciendo actualmente. Sin embargo se propone la manera de lograr que esta publicación al menos se de a conocer y los sotos que esto implica.

Para lograr que esta publicación llegue a los usuarios se propone la utilización de los siguientes medios, teniendo en cuenta que esta guía está diseñada tanto como para los visitantes regulares del cementerio como para aquellos que tienen una intención más turística.

3.1 Pendón

Dirigido al visitante que se dirige a los módulos de ventas en donde se encuentre la publicación, mediante éste posible que la imagen del libro abarque más distancia y se informa de la presencia de este libro en el local. También será ubicado en las diferentes librerías de Santiago en las cuales se distribuirá el libro.

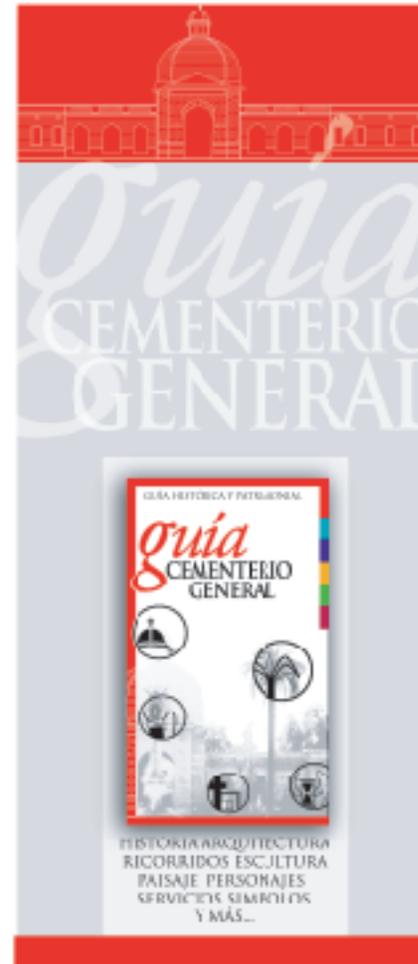


opción 1

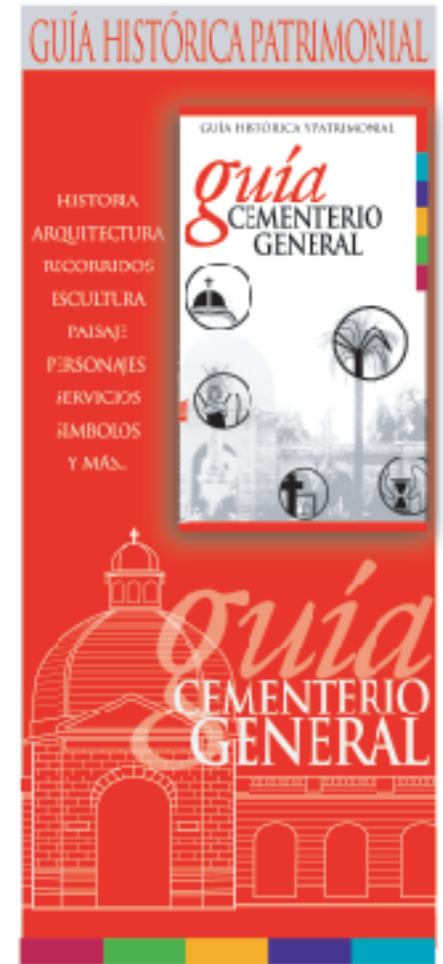


opción 2

El desarrollo gráfico de los pendones, se basa en los conceptos presentes en la portada, la idea es marcar una línea basada en los colores de la ésta y en la marca. Esta marca se repite en el pendón mismo aplicada en diferentes matices y en una composición distinta a la de la portada, esto es para generar la idea de serie. En los cuatros pendones propuestos aparece la portada, elemento que se está promocionando por lo tanto debe estar presente como tal para informar quienes no saben de la existencia de este libro. Esta portada aparece de un tamaño considerable ya que el título de la guía debe tener suficiente presencia para quede alguna forma titule al pendón también. Otro elemento que se encuentra en todas las propuestas es el contenido de la guía, esto porque quien vea el pendón en ausencia de la guía se entere de que se trata y que temas encontrará en ella. Las dos propuesta mostradas anteriormente tienen un elemento principal que el la letra i encerrada el un círculo como se encuentra generalmente para representar un lugar de informaciones, es una simbología que se presta en este caso como analogía de los que se encuentra en el libro, sin embargo esta idea no cumple, lo suficiente ya que este elemento llama demasiado la atención haciendo que la guía pierda protagonismo. El pendón que finalmente será el representativo de la guía es a mi parecer el que más llama la atención, por otra parte reúne en sí todos los elementos representativos de manera armónica, el Cementerio mismo, un texto que hace referencia de los contenidos, que se destaca mayormente que en los otros casos y además posee los colores representativos de cada capítulo.



3 propuesta

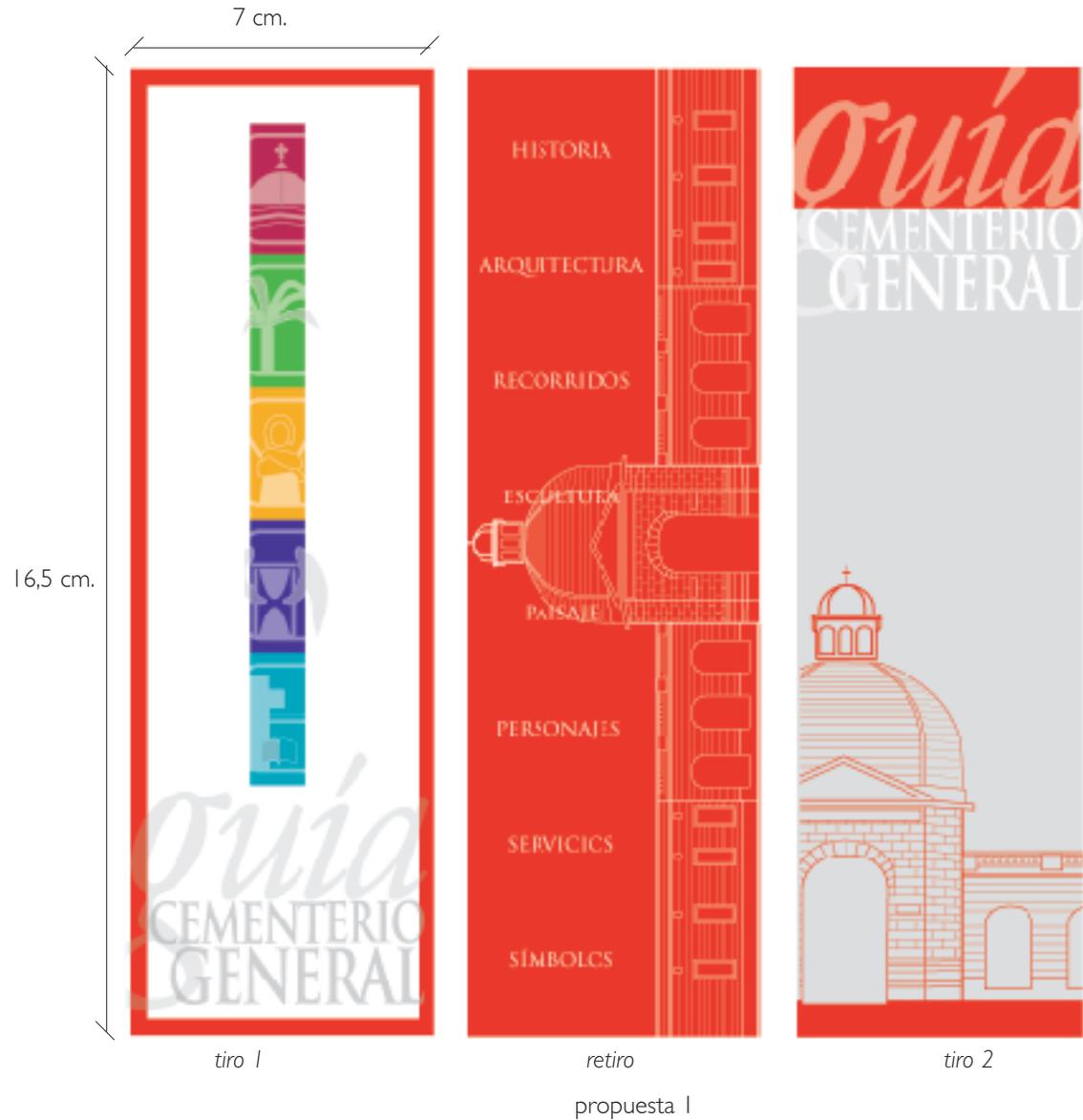


propuesta definitiva

3.1 Marca páginas

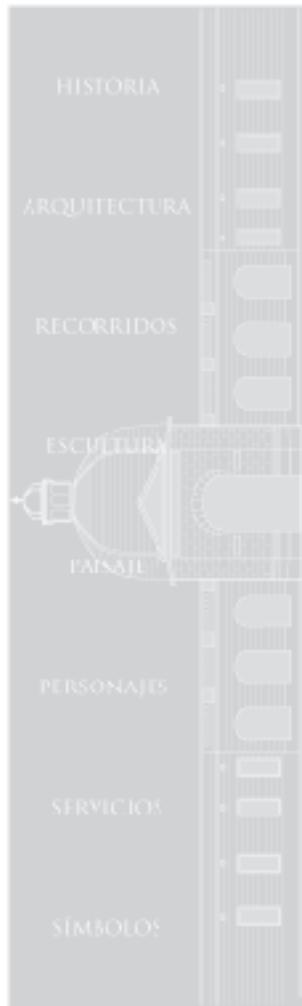
Dirigido a los visitantes al módulo de ventas y a la librería, este tiene como objetivo ser un regalo de apoyo que fomente la difusión de la publicación.

Las distintas propuestas que se muestran, siguen a grandes rasgos la línea del pendón y la selección de los elementos presentes y de los colores responden al mismo criterio. En este caso se ha diseñado dos modelos de tiro del marcapáginas para que halla una variable en este, de este modo genera algún tipo de sorpresa y creando una línea gráfica más amplia y con mayores aplicaciones.



Esta opción seleccionada responde mejor como complemento del pendón ya que sin bien sigue la misma línea de éste no es tan similar en cuanto a composición como lo mostrado anteriormente. En esta propuesta gráfica se muestra un recurso diferente y deja de ser tan reiterativo, por otra parte estas marca páginas pueden darse a entender si la necesaria presencia del pendón, dado que el tiraje es ampliamente mayor en más de alguna ocasión esta pieza gráfica se desprenderá del pendón.

Al igual que en el caso anterior se propone la impresión de dos tiros diferentes para crear una amplitud gráfica y los elementos se puedan ir constituyendo como una línea con mayor presencia. las dimensiones son las mismas que en el caso expuesto anteriormente.

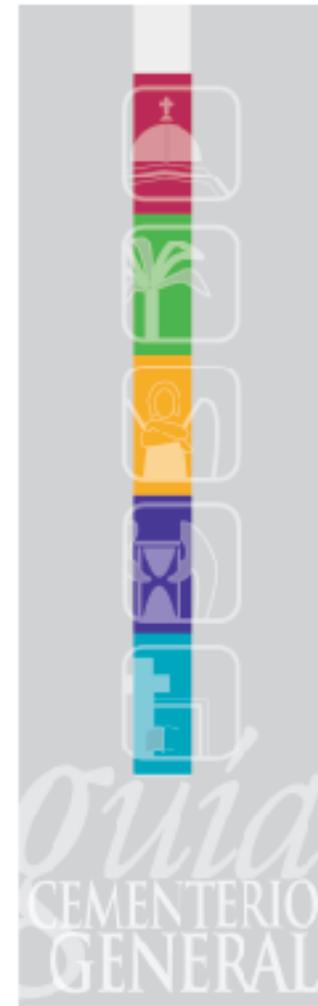


tiro 1



retiro

propuesta definitiva



tiro 2

4. COSTOS

- **Pendón**

Cantidad: 20 pendones

Tamaño: 60X140 cm.

Sustrato: Tela PVC, mate.

Sistema de impresión: Plotter PVC

Costo: \$1.100.000

- **Marca páginas**

Cantidad: 10.000 unidades

Tamaño: 7X16,5 cm.

Sustrato: opalina lisa 200 gr;ç

Sistema de impresión: offset

Terminaciones: Termolaminado opaco

Costo: \$100.000

- **Publicación (cotización realizada en LOM impresores)**

Cantidad: 1.000 ejemplares

Formato vertical cerrado: 12,5 x 21 cm.

Cantidad de páginas: 120 aprox

interior couché opaco de 130 gr.

solapas de 10 cm., termolaminado opaco por el tiro

encuadernación lomo cuadrado cocido hotmel

pruebas digitales color de todo el libro para visto bueno

originales listos en disco diagramado en Page Marker S

stema de impresión: offset

Portada: 4/0 cuché 180 grs.

NETO: \$ 2.988.000

iva incluido: \$ 3.555.720

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Portada



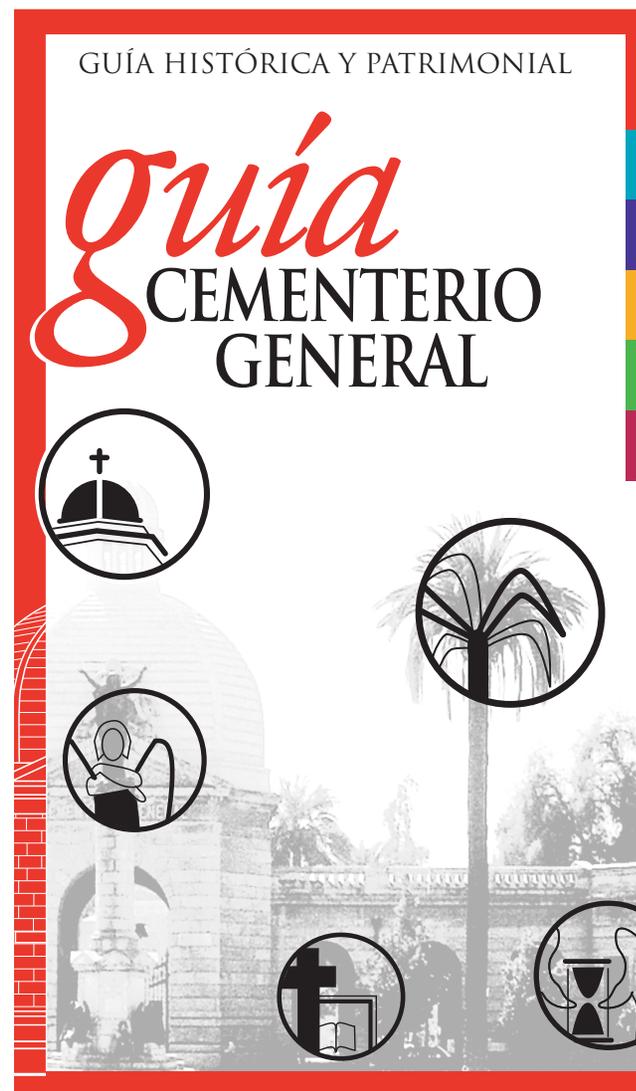
Portada

El diseño de la portada responde a la integración de los elementos más representativos de la guía. Por una parte está la presencia de la fachada del Cementerio misma aplicada como una suave trama, esto para lograr una mejor fusión con el resto de los elementos.

Es fundamental que el Cementerio estuviera presente de manera explícita en la portada ya que es más que un principio y motivo generador del proyecto.

Los principales temas que se tocan en la guía también son elementos que se determinaron como indispensables de ser mostrados en la cara más visible de la guía al público ya que son los temas que se invitan a conocer con más profundidad en su interior. Relacionado con lo mismo, están los colores representativos de cada tema que generan toda la estructura y orden del contenido interior de la guía.

Con el nombre de la guía se genera una marca. Esta marca tiene como función la mezcla de los conceptos de actualidad y tradición, entendidos como la intención de traer al presente información con formas y códigos actuales. El concepto de tradición responde a la fuerte presencia marcada por el Cementerio mismo y la gran carga que este tiene como un recinto de tradición e historia.



Índice

En el índice se muestra el contenido de la guía de la manera más esquemática posible para que los usuarios se hagan una idea clara de los temas que contiene y de estructura que rige a la guía. Estructura que de algún modo puede regir el recorrido del Cementerio.

Se hacen presentes de los íconos para que la gente se vaya familiarizando con ellos y con su significado, al mismo tiempo que los valla asociando al color que los representa. También con este índice se pretende dar a entender la importancia que tiene el segundo capítulo el cual constituye el grueso de la guía, siendo los demás de carácter introductorio el primero y el tercero más informativo.

Para mayor facilidad en el uso las páginas están troqueladas y muestran de este modo el color perteneciente a cada capítulo, en la página del índice mismo se aplica un matiz de cada color que se encuentra posteriormente.

presentación		<i>índice</i>	
1	Historia del Cementerio	6	Troquel separador de capítulos
	El Cementerio en Recoleta		
	El Cementerio de un Vistazo		
2	Arquitectura	18	94 C.5
	Esculturas y Vitrales	29	
	Símbolos y Mitología	36	
	Paisaje	49	
	Personajes destacados	51	
	Servicio	60	
3	Eventos		
	Otros		

Página de presentación del Capítulo

Esta presentación posee grandes dimensiones de colores planos para pronunciar en comienzo de un tema nuevo y para hacer mas representativo el color que corresponde.

En la parte inferior se un pequeño resumen a modo de introducción del contenido del capítulo.

En unos recuadros tipografiados en el lado superior derecho se encuentra a modo de esquema el contenido del capítulo, esto para que el usuario al comenzar el capítulo tenga claro si lo que busca se encuentra al interior de éste. Entre el texto introductorio y el color plano representativo se destaca con una fotografía el elemento del cual se está haciendo mención en el capítulo esto para remarcar más aun de que trata.

OJO con ARQUITECTURA

ZONIFICACIÓN SEGÚN PROPUESTA 19
Estilos

PRINCIPALES ESCULTORES CHILENOS 2
Historia

ZONIFICACIÓN SEGÚN PROPUESTA 10
Recorridos

20

La simbología de los cementerios, en específico de los símbolos con los cuales se ornamentan las tumbas son, en una interpretación antropológica de ellos, "un indicador de las bases imaginativas, de las connotaciones de las cargas simbólicas e incluso hasta de los complejos procesos psicológicos que subyacen a cada estilo y a cada monumento artístico", encontrándose entre ellos, "las columnas rotas, las figuras angélicas, las anclas, reloj de arena, la estrella, la flor de lis, las vírgenes dolientes". El símbolo de la tumba del difunto cumple varias funciones, a saber, de emblema de pertenencia a algún grupo social determinado, de estigma del difunto o en la gran mayoría de los casos, suelen cumplir la función de protección en el "más allá" de la persona enterrada y diferenciada con algún símbolo; dicho caso cabe señalar para los ángeles de mármol o piedra que deben cumplir la función de ser interpretes del difunto frente a Dios, además de cumplir una misión de cuidado y encaminamiento de su alma. Dentro de dichos símbolos fúnebres más típicos se encuentran "pompas de jabón que significan la fugacidad y lo frágil que es lo terreno; el "cráneo coronado de laureles" esencialmente representa la vanidad de las glorias terrestres como también las joyas, dignidades efímeras y riquezas ilusorias; el "ángel" muestra al pecador arrepentido; un "reloj" señala que la vida es breve y por tanto debe buscar la virtud.

Página tipo I interior

Esta página tipo se encuentra en el comienzo de cada tema, luego de la presentación.

El margen al exterior de la página se encuentra presente en la totalidad de éstas, con su color correspondiente. En esta página se puede ver la jerequización empleada en los títulos y subtítulos. Existen varios elementos que tienen carácter de permanente a lo largo de la guía, como "ojo con", en el costado superior derecho al igual que el indicador del subtema que se está tratando, en este caso "estilos".



ojo con ARQUITECTURA



ESTILOS ARQUITECTÓNICOS EN EL CEMENTERIO GENERAL

1 MAUSOLEOS NEOCLÁSICOS

Estilos

22



bóveda
arco medio punto
base hexagonal

Mausoleo de José Balmaceda. Este mausoleo es un volumen hexagonal coronado por otro con una cúpula central.

La fusión de los dos estilos clásicos se resume en la época neoclásica donde se rescatan los elementos de la arquitectura greco romana y se reproducen para la creación de obras con nuevos propósitos y nuevas tecnologías. Este nuevo clasicismo fue una imagen ideal para la arquitectura de la época del auge económico en la ciudad de Santiago y en gran parte del mundo. También en la arquitectura funeraria se recuperó el mundo clásico ya que el neoclasicismo sirve para ennoblecer cualquier



edificio además de rescatar los elementos dóricos y romanos como se hizo también en el renacimiento. En ese sentido, ambos estilos, el dórico y el romano fueron referencia para la construcción de mausoleos, edificios, que representan un paso entre la vida y la muerte y que además resaltan el poder del propietario de esas construcciones, poder que adquiere nobleza al ser representado por la cultura clásica. Dentro del estilo neoclásico se pueden distinguir los dos referentes, el dórico más puro y sobrio y el romano contiene elementos como el cilindro, las bóvedas y el arco de medio punto.

A) Estilo Dórico



Mausoleo de Luis Pereira, construido en 1890 por Carlos Corsi. La ornata faja triangular en relieve copia iconografías cristianas.

El Cementerio tiene muchos ejemplos de representaciones, a otra escala, de templos dóricos y obras que remontan al pasado clásico. Los elementos más característicos de la arquitectura dórica son las columnas dispuestas a distancias proporcionales las cuales resaltan una fachada o rodean el edificio. Existen tres tipos de columnas, dóricas, jónicas y corintias. En general se usa la dórica en los mausoleos del Cementerio General ya que el estilo dórico simboliza nobleza y poder. Otra característica es la información iconográfica en relieve de mitos y leyendas de la cultura clásica. El carácter de austeridad y relación con el poder que tiene la arquitectura dórica, es parte de la relación con la

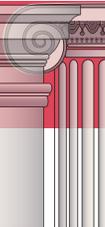
arquitectura neoclásica, muy en boga en la ciudad de Santiago de la época. Los principales ejemplos de arquitectura dórica y clásica en el Cementerio son mausoleos en los que se representa fielmente el estilo del poder, la democracia ya que es el estilo que relaciona a armonía entre los hombres y los dioses, entre lo cotidiano y lo espiritual y entre la construcción y la naturaleza.



Jónico



Dórico



Corintio

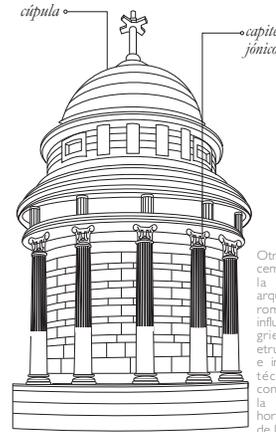


Los Ordenes, de la arquitectura clásica eran estilos de construcción, cada uno basado en un tipo de columna distinta, y creado por los Griegos. Se diferencian principalmente por el diseño de la parte superior.

Página tipo 2 interior

Esta página tipo sigue a la introductoria mostrada anteriormente. Se mantienen las tres columnas y todos los parámetros de la diagramación que fueron tocados antes en el capítulo de *porceso de diseño*, mediante las ilustraciones y las fotografías se apoyan los temas tratados, como complemento a la explicación. En ests páginas existe bastante libertad nela ubicaciñon de las imñasgenes sea ilutracuiones o fotografías, lo únicos elementos que permanecen invariables es la caja de diagramación, es decir las tres columnas y los márgenes.

1 MAUSOLEOS NEOCLÁSICOS



B) Estilo Romano



En este caso el mausoleo que representa el estilo clásico, está basado en un estilo clásico para los romanos, es la aplicación de puros templos circulares con columnas compuestas que son una mezcla del dórico y el jónico, representando idealmente el poder y la espiritualidad.

Otros mausoleos del cementerio evocan la grandiosa arquitectura de los romanos, quienes influenciados por los griegos y los etruscos, mejoraron e inventaron nuevas técnicas de construcción como la utilización del hormigón y la técnica de la albanilería, con la cual crearon elementos como el arco de medio punto y otros elementos decorativos como las pilastras, columnas adosadas al muro, para los templos y edificios de carácter religioso y gubernamental. Al igual que los griegos, los romanos utilizaron columnas de distintos tipos, en este caso la dórica, la etrusca y la compuesta.

2 MAUSOLEOS EXÓTICOS

A) Pirámides egipcias



Mausoleo de Domingo Matte, construido por Teobaldo Bregno. Pirámide representando de Giza, con un faraón y una esfinge de león al lado derecho.

Existen en el Cementerio General asombrosas representaciones de las tumbas más famosas de la historia de la arquitectura, las pirámides egipcias. Estas asombrosas representaciones del poder y la divinidad fueron representadas a distinta escala en algunos

mausoleos de la arquitectura funebre de finales del siglo XIX en el Cementerio General. Existen otros mausoleos que son representaciones de templos como el de Luxor con elementos característicos de la cultura egipcia como las columnas talladas con motivos en relieve, esfinges y esculturas erguidas, en proporciones a la escala del mausoleo. Generalmente la arquitectura egipcia desde el principio fue realizada en base a volúmenes geométricos puros, sobre grandes zócalos que levantan la obra del suelo y le entregan majestuosidad representando la cercanía y la relación con la

divinidad. A diferencia de la cultura clásica la vista de los edificios relacionada con el plano, la importancia de la geometría del volumen con respecto a su desmesurada proporción, en cambio en la cultura.

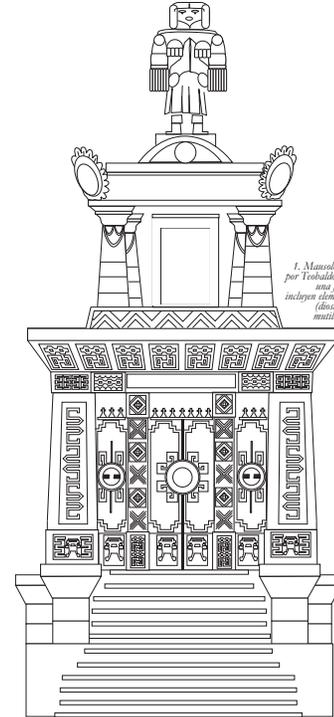


B) Pirámides de Meso América



1. Mausoleo de Nazario Elguin construido en 1890 por Teobaldo Bregno. Este mausoleo es exótico ya que es una fusión entre la arquitectura maya y azteca. Se incluyen elementos como el calendario azteca y la Coatlicue (diosa de la muerte y de la creación) con los brazos entrelazados, un jalisco de serpiente y con un espíritu humano de collar.

La cultura Mesoamericana también esta presente en el Cementerio General creando un mausoleo espectacular que representa la más importante de las edificaciones erguidas en las culturas precolombinas de Norteamérica y Centroamérica. Las pirámides tienen su origen en la península de Yucatán con la cultura de los mayas, que rigueron altas pirámides escalonadas coronadas por templos adornados por asombrosas plumas de piedra, parecidas a las plumas de los gallos. Estos templos sobresalían por encima de las copas de los árboles y estaban alineados por algún cuerpo celeste como el sol o la luna que fueron el centro de adoración estas culturas.



Otro ejemplo página interior

Esta página pertenece al capítulo de *Cementerio de un vistazo*, en este capítulo se muestra en dos páginas lo más relevante a modo de resumen del contenido que se encuentra posteriormente desarrollado con más extensión.



ALGUNOS SÍMBOLOS MÁS REPRESENTATIVOS

Simbología de las Sepulturas

La simbología de los cementerios, en específico de los símbolos con los cuales se ornamentan las tumbas son, en una interpretación antropológica de ellos, "un indicador de las bases imaginativas, de las connotaciones de las cargas simbólicas e incluso hasta de los complejos procesos psicológicos que



Fuego y llamas

Este símbolo desde siempre ha evocado a la vez el martirio y el fervor religioso. Las llamas son atributo de San Antonio de Padua, el Santo patrono contra los incendios. El fuego suele personificarse como un monstruo que vomita llamas o como una salamandra. Este animal según las leyendas puede atavasar el fuego sin quemarse.

subyacen monumento artístico", encontrándose entre ellos, "las columnas rotas, las figuras angélicas, las andas, reloj de arena, la estrella, la flor de lis, las vírgenes dolientes, (...) todos símbolos de la muerte que se manifiestan como elementos-artefactos-adosados a columnatas griegas, romanas, egipcias o también a pequeños templetos tipo neogóticos, neoegepcios y mudéjares". El símbolo de la tumba del difunto cumple varias funciones, a saber; de emblema de pertenencia a algún grupo social determinado, de estigma del difunto o en la gran mayoría de los casos, suelen cumplir la función de protección en el "más allá" de la persona enterrada y diferenciada con algún símbolo; dicho caso cabe señalar para los ángeles de mármol o piedra que deben cumplir la función de ser interpretes del difunto frente a Dios, además de cumplir una misión de cuidado y encamamiento de su alma. Dentro de dichos símbolos fúnebres más típicos se encuentran "pompas de jabón que significan la fugacidad y lo frágil que es lo terreno, el "cráneo coronado

de laureles" esencialmente representa la vanidad de las glorias terrestres como



Fuego y llamas

Este símbolo desde siempre ha evocado a la vez el martirio y el fervor religioso. Las llamas son atributo de San Antonio de Padua,

Paloma

La paloma, en el arte antiguo y en el cristiano, simboliza la pureza y la paz. Después del diluvio, la paloma enviada por Noé vuelve al arca trayendo una rama de olivo demostrando así que las aguas han bajado y que Dios ha hecho las paces con el hombre. Sin embargo el arte cristiano muestra a la paloma como símbolo del espíritu santo. Este simbolismo aparece por primera vez en la historia del bautismo de Cristo. La paloma figura en los cuadros de la Trinidad, el Bautismo y

la Anunciación a María. La paloma se asocia también con la vida de varios santos, es tribuna a san Gregorio en cuyo hombro se posaba una paloma del Espíritu Santo cuando escribía. Símbolo del alma alada, su forma es empleada para sugerir lo espiritual en contraposición con lo material.



PRESENTACIÓN

Cementerio de un vistazo

Cruz y guadaña

La cruz junto a la guadaña inversa representan a las dos fuerzas de la muerte, dios y el

Diablo. La cruz está en su posición original, representando a Cristo en cambio la Guadaña va invertida porque es vencida por la cruz, está derrotada. Esto connota que la muerte diabólica es inferior y que Cristo triunfa sobre esta.



La antorcha invertida

El símbolo de la antorcha invertida proviene también de la mitología griega en donde el representarse los sacrificios de

animales principalmente toros para agrandar a los dioses, se representaba a menudo a los gemelos Cautes y Cautopates, uno con la antorcha hacia arriba y el otro con la antorcha hacia abajo; constituyendo una pareja de hermanos que revelan su carácter de inmortales con la posición de la antorcha, convirtiéndose en genios con la antorcha invertida que poseen un significado tradicional. Uno sería la muerte y otro la vida"



El reloj de arena alado

Es un símbolo de antigua data y de remoto uso; su significado radica en el concepto de tiempo, destacando la fragilidad y la poca duración de este. Su inicio se encuentra en la mitología griega, la cual atribuyó el control del tiempo al dios Cronos, dios sumamente cruel y despiadado.

En la Edad Media en donde se representaba a ese espíritu o sosteniendo relojes de arena, dando a entender que la muerte llega irremediablemente al paso del tiempo.



Otro ejemplo interior

Esta página pertenece al capítulo del paisaje del Cementerio General, este caso las fotografías aparecen de un tamaño mayor ya que es interesante de apreciar la especie con totalidad y en su contexto natural.

RESEÑA DE LOS ÁRBOLES
PREDOMINANTES EN EL CEMENTERIO

Magnolia
Grandiflora

En la calle Bello y Arriarán.
Frecuencia: 89
Familia: Magnoliaceae.
Lugar de origen: Estados Unidos.
Descripción: Siempreverde de 15-20 m de altura bajo cultivo, aunque algunas variedades tienen portes más pequeños, con la copa amplia, densa, oscura, recordando a la del Ficus macrophylla. Tronco corto, con la corteza fisurada de color gris oscuro. En las ramas jóvenes se observan las marcas de inserción de las estipulas. Hojas alternas, dispuestas en manojos terminales, de 10-20 cm de longitud y unos 7-10 cm de anchura. Son elípticas u oblongo-ovadas, con la punta aguda y la base cuneada, coriáceas de color verde brillante en la cara superior y ferrugíneo-pubescentes en el revés. El borde suele estar algo ondulado. El nervio central es prominente. Flores

situadas sobre pedicelos tomentosos, erguidas, solitarias, de gran tamaño, de hasta 20 cm de diámetro. Poseen 6-12 pétalos estrechados en la base, de color blanco, y 3 sépalos de aspecto petaloide. Estambres numerosos con la parte superior de color purpúreo. Son perfumadas y muy visitadas por las abejas. Aparecen sobre el árbol desde mediados de Diciembre hasta Abril. El fruto tiene forma de piña ovalada de unos 10 cm de longitud, cubierta de una fina pubescencia de color



marrón. Las semillas son aplanadas, de color rojo, de aproximadamente 1-1,3 cm de longitud, sujetas al folículo por un funículo filiforme. El fruto realmente es un conjunto de folículos agrupados en una estructura leñosa.



Palma chilena

En la entrada principal de Av. La paz.
Frecuencia: 2
Familia: Arecaceae (Palmae) Sinónimos: Cocos chilensis Mol., Jubaea spectabilis HBK.
Lugar de origen: Palmera nativa de Chile. Etimología: Jubaea en honor del rey Juba de Numidia, quien se suicidó cuando su reino del norte de África fue ocupado por los romanos. Chilenis = alude a su procedencia.
Descripción: Palmera monoica de tronco majestuoso, de 25 m de altura y hasta

1,5-2 m de grosor; cubierto de marcas de las antiguas hojas. Hojas pinnadas de 4-5 m de longitud, con numerosos folíolos de 60 cm de longitud, insertos en el raquis en un plano. Inflorescencias que nacen de las axilas de las hojas inferiores, con espatas persistentes; flores purpúreas. Fruto globoso-ovoidal de 3,5 cm de longitud, de color amarillo. Cultivo y usos: Se multiplica por semillas. Requiere suelos drenantes y fértiles y exposición soleada. El endospermo de la semilla es comestible. Hasta hace pocos años la palmera era explotada para obtener su abundante jugo azucarado con el que se hace la miel de palma.

Palmera Canaria

En la entrada, cerca de la capilla y repartidas por el camposanto.
Frecuencia: 58
Familia: Arecaceae (Palmae)
Lugar de origen: Islas Canarias. Etimología: Phoenix = el nombre griego de la palmera datilera. Canariensis, del latín canariensis = procedente de las Islas Canarias.
Descripción: Palmera dioica de tronco único, grueso, derecho, de 20 m de altura y hasta 80-90 cm de diámetro, cubierto de las restos de las bases de las hojas. Hojas pinnadas, formando una corona muy frondosa. Miden 5-6 m de longitud, con 150-200 pares de folíolos apretados, de color verde claro.

Los folíolos inferiores están transformados en fuertes espinas. Inflorescencia muy ramificada naciendo entre las hojas, con flores de color crema. Frutos globoso-ovoides, de color naranja, de unos 2 cm de longitud. Cultivo y usos: Se multiplica por semillas, que germinan en unos 4 meses. Palmera bastante rústica y resistente, que tolera suelos diversos e incluso la cercanía al mar. Se utiliza aislada o en alineaciones.



Casuarinas

Especie predominante: Especialmente en las calles Limay y Domeyko.
Frecuencia: 856
Familia: Casuarinaceae
Lugar de origen: Originaria de Australia, mientras que C. equisetifolia procede de Australia, Malasia y Polinesia

Descripción: Son las especies más altas dentro de su género, pudiendo alcanzar 30-35 m de altura. Copa piramidal, sobre todo en los primeros años. Tronco recto con la corteza áspera, fisurada. Ramas erectas o algo péndulas. De lejos tienen el aspecto de un pino, siendo confundidos por los profanos de la Botánica. Lo que a simple vista son las hojas aciculares son realmente ramillas muy delgadas que asumen el papel de hojas en cuanto a la fotosíntesis se refiere. Las verdaderas hojas son escamitas dispuestas en los nudos de esas ramillas, necesitando una lupa para observárlas. En C. Cunninghamiana el número de escamitas es de 8-10 en cada nudo o verticilo, mientras que en C. equisetifolia L es de (6)7-8. Las flores son unisexuales. Las masculinas están dispuestas en espigas

ojo con PAISAJE



59 Especies

Otro ejemplo página interior

Esta página pertenece al capítulo de personajes destacados, específicamente escritores.



ALGUNOS ESCRITORES SEPULTADOS EN CEMENTERIO GENERAL



Joaquín Edwards Bello
(1887 - †1968)



En su estilo, Joaquín, fue inicialmente un naturalista, lo que altera en la década del 30, claramente influenciado por corrientes vanguardistas, apreciables en su obra *Criollos en París* (1933), que según opinión de la mayoría, sería su obra maestra (tres

ediciones en un año). Además del Premio Nacional de Literatura, recibió el Nacional de Periodismo; distinguido como miembro de número de la Academia de la Lengua e. Hijo Ilustre de Valparaíso, ciudad que amó y que según sus dichos, quería volver de vez en cuando al puerto, en tren hasta el mar, para revitalizarse y rescatar los pasos perdidos de su infancia.

Pablo de Rokha
(1894 - †1968)



Hablar de Pablo de Rokha es referirse a unos de los escritores más controvertidos del siglo XX en Chile. Amado y odiado, buscó con sus letras la revolución social y el anhelo

de construir un nuevo mundo. El autor gruñe y gime el dolor de su época, la destrucción de la guerra mundial, la crisis social y económica que dejó al país sumido en la pobreza y en la bancarrota. De Rokha busca indagar en la realidad, en el conocimiento de las cosas por medio del

dolor, expresa el ambiente contradictorio de su época donde conviven el optimismo, el pesimismo y la protesta encubierta.



s de Chile y el mundo. Dedicada su vida entera a la narrativa infantil, desarrolló en sus letras la virginidad de la visión, la mirada nueva a las cosas y a los seres; en definitiva la mirada que presentan los niños descubriendo el mundo de los adultos.



ojo con PERSONAJES



Marta Brunnet
(191 - †1967)



Es considerada la primera gran novelista chilena. El destacado crítico literario Alone, sostiene que desde la aparición de su primera novela la literatura femenina comienza a existir en Chile. Esta se tituló *Montaña Adentro* y significó un pequeño temblor en el

mundo de las letras. Las damas chilenas se preguntaban como una joven aristocrática como Marta, después de haber vivido largos periodos en Europa, podía narrar de un modo tan directo la realidad del campo chileno. Marta Brunnet tiene la claridad del agua, la rectitud del rayo luminoso que destruye la idea de que la literatura femenina debe ser escrita como "los dulces de alimbar" o con "Mano de Monja".

Ester Huneeus
(1902 - †1985)



Más conocida por su seudónimo Marcela Paz, acompaña a varias generaciones de Chile y el mundo. Dedicada su vida entera a la narrativa infantil, desarrolló en sus letras la virginidad de la visión, la mirada nueva a las cosas y a los seres; en definitiva la mirada que presentan los niños descubriendo el mundo de los adultos. Escribe alejada de la

riqueza del vocabulario o la rotundidad de la frase, lo suyo son los detalles deliciosos, capaz de crear una filosofía del humor; un lenguaje burbujeante. La imaginación creadora de la autora le permite personificar poéticamente a las cosas y los animales, transformarse en un conejo o hacer hablar a una fuente, esto lo dejó ver en su primera novela, *Tiempo, lápiz y papel*, lo que ella definió como las claves para ser escritora. Sin embargo el personaje más trascendente de Marcela Paz es *Papelucho*.



María Luisa Bombal
(1910-1980)



Genio y figura de las letras chilenas, María Luisa Bombal es considerada una de las grandes voces de la narrativa latinoamericana, precursora del "realismo mágico" que consolidaría Gabriel García Márquez. La inestabilidad sentimental de María Luisa no impedía

que prosperara en la literatura. 1938 fue otro hito en su carrera, lanzó su segundo libro, *La Amortajada*. Alone señaló sin vacilaciones, "María Luisa Bombal posee una condición rarísima, don gratuito, verdadero presente de los dioses, imposible de adquirir por ninguna clase de estudios; la mirada nueva y limpia, el modo natural y original de ver las cosas, la sensación directa del paisaje y de los seres".

Escritores 75

CONCLUSIONES

Por una parte el presente informe da cuenta de los pasos dados en la ideación de un sistema de comunicación visual que apoye a los visitantes del cementerio a un mayor acercamiento a las cualidades de éste. Desde que la necesidad es detectada hasta que se llega finalmente al resultado se atraviesa por muchas etapas que se encuentran descritas paso a paso.

La publicación se constituye como un medio bastante directo de acercamiento al recinto, donde se ratifica finalmente las cualidades y demuestra a los visitantes cuan accesible es el Cementerio y cuan representativo es de nuestra nación. La publicación da cuenta de la potencia de este recinto, y de su gran potencial turístico. Mediante el uso de Infografías explicativas y el uso de mapas se logra que los usuarios tengan una referencia más global del territorio y de la ubicación de los elementos que se quieran visitar. La publicación a la vez se constituye como un registro del estado actual de este lugar que ha sufrido muchos cambios a través de la historia y que quien sabe como puede mutar a través del tiempo. El cementerio es un lugar que ha sido objeto de bastantes estudios e investigaciones si embargo ninguna de ellas se ha concretado como publicación impresa, al menos en este tiempo, de este modo, esta publicación

contribuye enormemente al Cementerio como institución misma, al ser un recopilación de información, y como catastro a modo de resumen de una época del cementerio. Es un aporte a nuestra memoria histórica nacional con directa relación con nuestro patrimonio.

Se configura como una publicación de calidad que rescata la historia del recinto a través de una mirada actual y con visión de futuro. Utiliza de manera preferente códigos iconográficos para la representación de la gran cantidad de elementos que muchas veces es demasiado compleja para atraer la atención del lector o del visitante que no acostumbra a relacionarse tan profundamente con estos temas.

Respecto a la ideación de pieza gráficas, estas constituyen el apoyo que una publicación que quiere darse a conocer debe poseer, esta forma de difusión del libro se hará presente en todos aquellos puntos de venta del libro como librerías y en el Cementerio mismo. Esta forma de publicitar el libro contribuirá de gran modo a la difusión del mismo cementerio, lugar que se percibe bastante abandonado y descuidado por el común de las personas. La gente al enterarse de la publicación de este libro, aunque no lo obtengan, será un plus para este recinto o sin duda les despertará cierta curiosidad de los que ahí se encuentra.

CONCLUSIONES

PROPUESTA DE APOYO GRÁFICO A LA REVALORIZACIÓN PATRIMONIAL DEL CEMENTERIO GENERAL

Esta guía diseñada especialmente para este recinto, ha creado parámetros con relación a la forma de descubrir un lugar, y de mostrarla de manera ordenada y gráficamente atractiva. Este proyecto da cuenta de todo un proceso de esquematización y de orden relacionado con el comportamiento de los usuarios en un lugar determinado y con una actitud determinada, que en este caso es de vista. Todos estos factores a considerar para la ideación de la estructura de esta guía son factibles de ser usados en una guía que tenga como objetivo mostrar otro lugar de Chile, creo que lo importante está en que el lugar a ser mostrado tenga cualidades similares al cementerio, es decir un valor patrimonial. No importando las dimensiones del lugar, puede ser una ciudad, un edificio, o una región, lo importantes que posea elementos diversos y que sea capaz de generar un real interés a quienes tomen contacto con la guía.

BIBLIOGRAFÍA

- Borlone Andrés, "Historia y patrimonio del Cemenetrio General," investigación A&B consultores Santiago 2004.
- Costa Joan, "La imagen Global", Ed. CEA 1992, Barcelona
- Costa Joan, Moles Abraham, "La imagen didáctica" Ed. CEA 1992, Barcelona.
- Costa Joan, " La esquemática, visualizar la información", paidos Ibérica, Barcelona 1998.
- Dondis, D.A., "La sintaxis de la imagen - introducción al alfabeto visual" G.Gili, Barcelona 2002.
- Dubi George, "Que es la historia".
- Fernández del Riesgo, M.; "La Muerte y la Teiodicea. Una Reflexión socio-antropológica". Estudio Augustiano; Santiago 1988.
- Hoffman Adriana, "Flora Silvestre de Chile zona Araucana", "El Arbol Urbano" Ed. fundación Claudio Gay, Stgo 1982.
- Holes, N. "Lo mejor de la Gráfica Diagramática" Rotovisión, Suiza 1993.
- Larraín, Jorge. "La identidad Chilena" Ed. LOM. 2002.
- León, Marco Antonio. "Sepultura Sagrada, Tumba Profana. Los espacios de la muerte en Santiago de Chile, 1883-1932". LOM Ediciones, Santiago 1997.
- Bounford Trevor, "Diagramas digitales como diseñar y presentar información gráfica". G. Gili, Barcelona, 2002.
- Verónica Volante, Daniel Yañez "Cambios en la significación de la simbología funeraria" Seminario (arquitectura) U. de Chile Santiago 1996.
- Widbur, Peter: "Infografía, soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo." G.Gili, Barcelona 1998.
- www.Dibam.cl

ANEXO

Encuesta realizada a visitantes del Cementerio

(anexo cap 2 "antecedentes sobre el problema de diseño" pag. 50)

1) ¿Qué motivó su visita al cementerio?

Visita la tumba de un difunto

Entierro

Otro:.....

2) ¿Alguna vez ha venido por otro motivo?

Sí

No

Por cuál:.....

3) Con qué frecuencia viene al cementerio a visitar a sus difuntos

Por lo menos una vez al mes

Entre 5 y 3 veces al año

Una o dos veces al año

Una veces cada tres años

4) Cuando viene, ¿como cuánto tiempo permanece en él?

Más de una hora

Media hora

Menos de 15 minutos

5) Viene solo o acompañado

Solo/a

Acompañado/a

- 6) ¿Qué es lo que más le gusta del cementerio? Algo de interés
- 7) ¿Qué es lo que menos le gusta? No le interesa
- 8) Además de visitar a la tumba de sus difuntos ¿visita otras partes del cementerio? ¿Cuáles?
- b. Las esculturas y vitreaux
- Mucho interés
- Algo de interés
- No le interesa
- 9) ¿Le interesaría conocer otras partes del cementerio?
- Si
- No
- 12) Que interés le generan los siguientes temas del cementerio General:
- a. El paisajismo del cementerio (nombre de árboles, arbustos y flores que se encuentran)
- Mucho interés
- Algo de interés
- No le interesa
- b. La arquitectura
- Mucho interés
- c. La ubicación de Servicios (baños, cafetería, etc...)
- Mucho interés
- Algo de interés
- No le interesa
- d. La ubicación y reseña de personajes ilustres
- Mucho interés
- Algo de interés
- No le interesa
- e. Las vías de acceso y salida
- Mucho interés
- Algo de interés
- No le interesa

13) Qué tan adecuado le parecen los siguientes medios para conocer algo más acerca del cementerio General

a. Un libro/manual (como un turistel del cementerio)

Muy apropiado

Algo apropiado

Poco apropiado

b. Un mapa de los puntos más importantes

Muy apropiado

Algo apropiado

Poco apropiado

c. CD interactivo para llevarlo a la casa

Muy apropiado

Algo apropiado

Poco apropiado

d. Un centro informático tecnológico (pantalla interactiva)

Muy apropiado

Algo apropiado

Poco apropiado

e. Un guía personal o grupal

Muy apropiado

Algo apropiado

Poco apropiado

f. Un cassette explicativo

Muy apropiado

Algo apropiado

Poco apropiado

14) ¿Compraría imágenes y afiches del Cementerio General?

Si

No

15) ¿Compraría alguna guía del cementerio General?

Si

No