



Universidad de Chile  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Escuela de Diseño

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADORA CON MENCIÓN EN DISEÑO GRÁFICO

	Páginas	<b>Desarrollo de proyecto</b>	
<b>Agradecimientos</b>	4	<b>4.- Planificación proyectual</b>	
		4.1.- Temática y conceptos	31
<b>Introducción</b>	5	4.2.- Definición diseño de información	34
		4.3.- Antecedentes gráficos	34
<b>1.- Fundamentos del proyecto</b>		4.4.- Referetes gráficos	35
1.1.- Descripción del proyecto	6	<b>5.- Proceso de diseño</b>	
1.2.- Definición del problema	7	5.1.- Referentes fotográficos	38
1.3.- Justificación del proyecto	8	5.2.- Desarrollo propuesta	
1.4.- Objetivo General del proyecto	9	5.2.1.- Imagen de Arupación de Atractivos	40
1.5.- Objetivos Específicos del proyecto	9	Turísticos	
1.6.- Descripción del usuario	10	5.2.2.- Imágenes por área	43
<b>2.- Marco contextual</b>		5.2.3.- Piezas gráficas	46
2.1.- Algarrobo		5.2.3.1- Tríptico	46
2.1.1.- Antecedentes	11	5.2.3.2.- Invitación	48
2.1.2.- Atractivos preferidos	13	5.2.3.3.- Interactivo	49
2.1.3.- Políticas comunales	17	5.3.- Aspectos técnicos	51
2.1.4.- Antecedentes gráficos de la comuna	18	<b>6.- Presentación del proyecto</b>	52
2.1.5.- Antecedentes de comunas adyacentes	19	<b>7.- Presupuesto</b>	61
<b>3.- Marco teórico</b>		<b>8.- Conclusión</b>	62
3.1.- Estudios sobre identidad cultural	20	<b>Bibliografía</b>	64
3.1.1.- Jorge Larraín	20	<b>Anexos</b>	65
3.1.2.- Kevin Linch	21		
3.2.- Diseño de información	23		
3.3.- Diseño de Multimedia	28		

Quiero agradecer en primer lugar a mi familia, por el apoyo incondicional entregado en el proceso de creación de este proyecto, por su transmisión de energía constante, que me motivó a seguir trabajando con la misma fuerza y entrega desde un comienzo, a mi padre Jorge Valdivia y madre Isolina Acosta a ellos, muchas gracias.

Además, agradecer a mis amigas Francisca Garrido, Claudia González, María de los Ángeles Ercilla y María José Mardones por la ayuda ofrecida en el proceso de desarrollo del proyecto.

Por otro lado, mis cordiales agradecimientos a la empresa Tur Bus y a la Ilustre Municipalidad de Algarrobo, por los descuentos e información entregados que fueron muy útiles y necesarios.

## INTRODUCCIÓN

Por medio de este proyecto se podrá conocer en profundidad la comuna de Algarrobo, situada frente al Océano Pacífico a 33°27' Latitud Sur en el centro del país. Sus límites geográficos son por el Norte estero Tunquen y Comuna Casablanca, al Sur limita con la Quebrada Las Petras y la comuna de El Quisco y por el Oeste el Océano Pacífico. Además, el usuario podrá conocer tanto la historia como lugares característicos del balneario.

Por otro lado, al conocer las características de la zona, surge la inquietud de hacer un proyecto que difunda los diferentes paisajes e hitos pertenecientes al sector, de manera que mayor número de personas puedan percibir lo que transmite la comuna al penetrarse en ella. Es por esto, que se ideó este proyecto con el fin de mostrar a la gente lo que es Algarrobo en su esencia, proponiéndolo como un aporte a futuros proyectos de identidad comunal que se quiera formular la zona, como primer acercamiento para una búsqueda de identidad comunal como lo menciona Kevin Lynch, en su libro "La imagen de la ciudad", el observador elabora imágenes ambientales por medio de lo que ve y reconoce en un sector determinado y a este sector le da un significado específico. Es por esta razón que el proyecto apunta a dar a conocer al usuario los atractivos que posee la comuna de Algarrobo, desarrollando una agrupación, llamada "Atractivos turísticos", esta a la vez se divide en tres sub

áreas de desarrollo, una denominada "Algarrobo Patrimonial", que agrupa todos aquellos sectores que se vinculan directamente con la historia e identidad de la comuna, por otro lado, se encuentra la segunda área denominada "Algarrobo entretenido", que agrupa todas las actividades recreativas que el visitante puede hacer en su estadía en la zona, como alternativa de visitar las playas, y por último, se encuentra el área llamada "Algarrobo gastronómico", esta da a conocer la red de restaurantes y pub ubicados en la comuna.

En cuanto al área de la comunicación visual, el proyecto será un aporte para la comuna, para dar inicio a un proceso de reconocimiento de imagen e identidad ante el usuario, difundiendo los lugares y ofrecimientos de actividades que posee la zona, de modo de integración y acercamiento por parte de los usuarios hacia la comuna.

## 1.- FUNDAMENTOS DEL PROYECTO

### 1.1.- Descripción del proyecto

En cuanto a la pertinencia del diseño para abordar el tema de Algarrobo se podría decir que;

*Las profesiones, como expresiones sociales de una comunidad organizada, obedecen a patrones o pautas culturales a través de las cuales se expresan las mismas. Es decir, las formas o modos de ver y entender el mundo por parte de un grupo cultural, se expresan también a través del ejercicio cotidiano de la profesión que sus miembros ejercen. Desde este punto de vista, el Diseño, que junto a otras profesiones proyectuales concreta el mundo material y simbólico en el que se desarrollan dichos grupos, interpreta a través de su ejercicio las directrices culturales de la comunidad en que sirve. Desde esta perspectiva, la materialización tangible o intangible de un bien o servicio diseñado pasa por reconocer los elementos identitarios de una comunidad.*<sup>1</sup>

Hay que tener en cuenta, que los conceptos de identidad y cultura van ligados uno con el otro, no puede haber cultura sin identidad y viceversa, ya que como plantea, David Pérez Carrillo, el concepto de identidad cultural se puede definir como el conjunto de significados que constituyen la comunidad imaginada, es decir, como es que nos ven o queremos que nos vean, por medio de símbolos, valores, etc., que constituyen parte de una cultura que lleva a la identidad de un lugar.

El sociólogo chileno Jorge Larraín, en su libro "Identidad Nacional" propone tres criterios a partir de los cuales es posible reconocer el concepto de identidad, ellos son: "posesión", "cualidades" y "percepción de los otros".

Larraín considera que con estos criterios es posible comprender la identidad de un colectivo o de un individuo, ya que en su libro se refiere a una identidad individual ligada a la persona en sí, y a una identidad colectiva, ligada a espacios sociales.

Este proyecto se centra en la contribución para la valorización de Algarrobo como atractivo turístico, que nació como comuna el 21 de Noviembre de 1945 al promulgarse la Ley N° 8.388. Se trata de una comuna balneario con tradición turística de primera categoría. Ubicada frente al Océano Pacífico a 33°27' Latitud Sur en el centro del país. Sus límites geográficos son por el Norte estero Tunquen y Comuna Casablanca, al Sur limita con la Quebrada Las Petras y la comuna de El Quisco y por el Oeste el Océano Pacífico.

La comuna de Algarrobo fue creada el 7 de diciembre de 1945. Inicialmente estuvo constituida por fundos, entre los que destacan "San Jerónimo" y "Las Papas".

Su constitución como localidad turística se debe a familias españolas, que viajaban desde el puerto de San Antonio a las playas de Algarrobo cautivados por su belleza.

A medida que pasaron los años, producto del parcelamiento, surgió un estilo arquitectónico de casonas coloniales, lugar de residencia veraniega de grandes personajes de la historia de Chile como Salvador Allende, Eduardo Frei, Carlos Alessandri y Gustavo Alessandri, entre otros.

---

<sup>1</sup> Véase Ensayo "Por los caminos de la identidad y la cultura; Una perspectiva de análisis para comprender el escenario del diseño profesional actual", Profesor David Pérez Carrillo. Magister en Ciencia Política U.CH, basado en el libro "Identidad Chilena" por el sociólogo Jorge Larraín (Ed. LOM).

## 1.2.- Definición del problema

Algarrobo en los últimos años, a estado en busca de conceptos identificatorios para la comuna, donde se cohesionen tanto la parte arquitectónica patrimonial, como el estilo de vida de sus visitantes, pero no se ha logrado llegar a la esencia de la comuna, ya que los estudios realizados han sido propuesto según los conceptos que más acoplaran a la moda del momento.

Es por esto, que se investigó la historia de la comuna, en cuanto a anécdotas, personajes históricos, arquitectura, entre otros, junto con conocer de algún modo las preferencias de los comuneros y público flotante por medio de encuestas realizadas a un grupo de 30 personas.

Llegando a la conclusión que Algarrobo posee un contraste arquitectónico, teniendo construcciones de los años 1600 aproximadamente, que se mezcla con una arquitectura moderna construida en los últimos años, por medio de grandes resort y hoteles. Además, consta de hitos históricos no conocidos por la población, como por ejemplo que fue el primer balneario político de la 5ª región, donde importantes personajes de esta área se reunían en tertulias para hablar de aspectos ciudadanos, entre ellos podemos destacar a la familia Alessandri, Balmaceda, Freí, entre otros.

Por otro lado, podemos destacar las características que posee la comuna que son de gran atractivo para los visitantes, como lo es, ser un balneario tranquilo, propicio para el descanso, donde las actividades nocturnas son escasas, y su turista es gran fans por actividades ligadas a la cultura e intelectualidad. (Datos sacados de estudios de campo, basados en encuestas).

Además, como una de las informaciones principales sacadas del testeo, se llevó a la conclusión que el usuario no conoce en su mayoría los atractivos tanto turísticos como naturales que la comuna posee, por una falta de difusión o poco hincapié por parte de la municipalidad de resaltar aspectos relevantes de la zona que ayudarían a un potencial crecimiento, identificación y desarrollo del turismo en la comuna.

*Es por esto, que nace la necesidad de hacer coherente las experiencias, tanto de la parte de imagen visual, así como también, los aspectos de espacios públicos con un concepto cohesionante, que otorgaría una línea y estilo urbanístico diferenciador y específico. Identidad que además podría tener expresión en los proyectos turísticos, económicos y culturales que la comuna de Algarrobo se formule. Reconocer la identidad de la comuna bajo una agrupación de los atractivos turísticos de la zona, podría ayudar a exportar una imagen urbana planificada, que posicione a la comuna de acuerdo a criterios reconocidos y se oriente a grupos específicos, de acuerdo a las políticas de desarrollo comunal.*

## 1.3.- Justificación del proyecto

Mediante esta problemática se propone ser un aporte para la comuna, por medio de una propuesta de comunicación visual que dé a conocer los atractivos de Algarrobo, desde el punto de vista patrimonial, gastronómico y de entretenimiento. A través de un ordenamiento de los factores potenciales que posee la comuna, creando una identificación que estructure los atractivos turísticos de la comuna. Esto podría aportar a que Algarrobo se manejara en todos sus proyectos por un concepto común y unificador en todos sus aspectos (culturales, turísticos, arquitectónicos), con el fin de resaltar e informar acordemente las cualidades específicas que posee la zona, y dando a conocer los factores positivos que un futuro visitante podrá encontrar en la zona en cuestión.

Otorgándole este “valor agregado” a la comuna, podrá ayudar a realizar futuros proyectos, incrementando el desarrollo de microempresas perteneciente a esta agrupación de atractivos turísticos de Algarrobo, permitiendo de alguna manera, nuevas herramientas y espacios de trabajo para la zona.

La relevancia de este proyecto, es que esta apuntando directamente a dar una imagen positiva de un lugar específico de la V región, otorgándole características que satisfagan las necesidades de sus habitantes y se acoplen para formar en su conjunto un concepto unificador, que sea diferenciadora de las demás comunas vecinas.

Desde la perspectiva de la factibilidad, el proyecto es posible llevarlo a cabo, dado que se cuenta con las siguientes condiciones:

- Incentivo por parte de la Municipalidad de atraer turistas para que visiten el balneario de Algarrobo. Como la creación del primer anfiteatro en el litoral central, “Sala Bordemar”, que en

temporada veraniega realiza todos los días eventos culturales, como teatro, conciertos, etc.

- Apoyo de las organizaciones municipales por potenciar una identidad de Algarrobo. En el caso del Departamento de Cultura, que le da un espacio a todos los eventos culturales que se quieran hacer, ya sea en el anfiteatro, o en otros centros culturales de Algarrobo de forma gratuita para quien lo quiera otorgar, sin necesidad de arriendo de salones.
- Iniciativa del Centro Cultural de Algarrobo por hacer actividades que apuntan a lo cultural (teatro, conciertos, etc.) y lo intelectual (creación de biblioteca).
- Apoyo del municipio para destacar el crecimiento gastronómico de la comuna.

## Aporte del proyecto

El aporte de este proyecto se centra en dos partes, la primera se basa en un ordenamiento estructural en cuanto a atractivos turísticos, por medio de una propuesta gráfica que reunirá por medio de una imagen los lugares y servicios reconocibles en la comuna, por otro lado, este proyecto será un aporte para lograr un reconocimiento e identificación del turista con la comuna, donde este podrá percibir a Algarrobo como una comuna que posee características diferenciadoras con respecto a los sectores vecinos.

## 1.4.- Objetivo General

Contribuir a la valoración del atractivo turístico de la comuna de Algarrobo mediante una propuesta gráfica que represente y agrupe los distintos servicios que la comuna ofrece.

## 1.5.- Objetivos Específicos

1. Desarrollar una imagen visual, que represente los servicios y actividades comunales.
2. Reconocer y jerarquizar los principales elementos potenciales de la comuna tanto, patrimoniales, gastronómicos y de entretención.
3. Difundir a través de un evento de lanzamiento de la agrupación de atractivos turísticos, las diferentes actividades que ofrece la comuna.



## 1.6.- Descripción del usuario

Este proyecto esta dirigido a la población flotante de Algarrobo, con esto me refiero a un usuario que reside en la comuna en algunas épocas del año, principalmente verano. Estos poseen en su mayoría un casa en la zona, donde pasan su estadía, otro sector de este tipo de población, residen en la comuna en casa de amigos o familiares y un tercer grupo arrienda ya sea casa, departamento u resort.

### Características usuarios

La Clasificación se basa en la segmentación propuesta por el Departamento Nacional de Estadística (INE). Clasificando a la población socio-económicamente por los siguientes patrones:

#### Familias C1 (Media alta)

*Origen:* Familias de empresarios, gerentes grandes empresas, médicos, abogados, ingenieros, abogados, gerente de compañías medianas y pequeñas, jefes de departamento de grandes y medianas empresas.

*Ingresos:* entre \$1.000.0000 a \$ 6.000.000

*Educación:* Universitarios, con algunos post- grado en el extranjero y en Chile.

*Ubicación:* La Dehesa, San Damián, Santa María Manquehue, San Carlos, La Reina, Los Dominicos, El Arrayán, Las Condes, Barnechea, La Reina, Providencia, Vitacura y algunos sectores de Ñuñoa.

## 2.- MARCO CONTEXTUAL

### 2.1.- Algarrobo

#### 2.1.1.- Antecedentes

Algarrobo, conocida como una de las comunas más antiguas del litoral, donde han pasado innumerables personalidades del mundo político, por lo que se le conoce como el primer balneario político de Chile.

Desde 1578 Algarrobo fue refugio de corsarios y otros traficantes marinos. Hasta aquí llegaron los ingleses Francis Drake, Thomas Cavendish y Ricardo Hawkis y Holandeses como Oliverio Van Noov y Jorge Spilberger, a refugiarse.

Su nombre se lo debemos a la abundancia del árbol “Algarrobo”, que por esos años se encontraban en el fundo San Jerónimo. El “Algarrobo”, es un árbol papilionáceo, siempre verde que alcanza ocho y hasta diez metros de alzada. Se dice, que por esos años este balneario era rico en variadas especies vegetales, nombrando entre ellas Olivos, cipreses, boldos, litres, peumos, molles, eucaliptus, aromos, perales, palmera y “Algarrobos”, de los cuales aún se conservan algunos ejemplares en la zona norte de la comuna.

En 1854 la antigua caleta de Algarrobo fue habilitada como Puerto Menor con gran contento de sus habitantes y de los hacendados vecinos de Casablanca y Melipilla. Desde ese momento el trigo de sus rulos pudo embarcarse al Perú y California. El destartalado caserío en torno a la vieja capilla de La Candelaria pronto dibujó una calle larga bordeando el litoral, con sólidas y sencillas construcciones de adobe y teja.

En cuanto a las construcciones de Algarrobo que traen historias consigo, es la Capilla de La Candelaria construida en 1837, por el sacerdote de la vecina localidad de Lo Abarca, Don Manuel Beltrán. En 1915, el Padre Pedro

Subercaseaux, ilustre pintor de las Glorias Navales Chilenas, de sucesos Españoles y de la Iglesia, a quien Chile debe magníficos cuadros, habría llegado a vivir junto con Elvira Lyon, quienes inspirados por la paz que Algarrobo les brindaba, decidieron construir su hogar en las cercanías de la capilla, fueron ellos los que ayudados por pobladores se encargaron de la reconstrucción de la cubierta de la capilla, fabricando cada teja a mano en un horno de barro construido especialmente para este fin.

Así como el Padre Alberto Hurtado y Juanita Fernández del Solar afectados por sus enfermedades deciden descansar unos días en el balneario, haciendo clases de catecismo a los niños de la comuna en la capilla la candelaria. Hoy en día, la capilla La Candelaria es el orgullo de la comuna, ya que fue declarada monumento Nacional en 1986, por tratarse de uno de los más fieles ejemplos de la arquitectura rural costera en Chile central.

Hacia el norte de Algarrobo (fundo Las Papas antiguamente) y cruzando la laguna Los Patitos, se encontraba la “Hacienda San Jerónimo”. San Jerónimo era la propiedad tutelar de caleta, puede estimarse que su nombre se debe en reconocimiento a dos dueños que tuvo la hacienda, Jerónimo Hurtado de Mendoza y Jerónimo de Reinoso. Esta propiedad habría cambiando de propietarios reiteradas veces, hasta llegar en tiempos de la república a manos de la familia Balmaceda, Don José María Fernández o Fernández de Balmaceda a quien le sucede a su hijo Don Manuel José, padre del presidente de este último apellido, el cual habría nacido allí; posteriormente lo heredó su hermano Don José Elías Balmaceda. Numerosos hacendados siguieron el ejemplo de los Balmaceda y comenzaron a construir amplias casas en la calle principal del pueblo, muchas de las cuales aún se conservan, un poco deterioradas con el pasar de los años.

La revolución del 1891<sup>2</sup> remeció a la gran familia Algarrobina, impresionó la muerte de Balmaceda, nacido y criado en esta caleta y el exilio de su hermano, José Elías, heredero del fundo San Jerónimo, producto de esto durante los años 1910 al 1920 cambiaron de dueños de las grandes propiedades del balneario. Al morir soltero José Elías Balmaceda, San Jerónimo pasó a su hermano, José Ramón quien lo vendió a la Sociedad “Harris hermanos”; al disolverse esta sociedad en 1923, la hacienda fue adquirida en remate por Toribio Larraín Gandarillas, manteniéndose en manos de sus posteriores generaciones hasta el día de hoy.

Por otra parte, al morir Don Belisario Torres, socio junto a Don Miguel Varas del fundo Las Papas, este último decide enajenarse de él, adquiriéndolo Don Aquiles Vergara Vicuña, que al corto tiempo se deshizo del campo vendiéndolo a Don Carlos Alessandri Altamirano, antiguo pensionista de Doña Lina, dueña del primer hotel de Algarrobo. Don Carlos Alessandri Altamirano, fue sin duda el gran entusiasta del balneario, el Fundo Las Papas, pasó a llamarse Algarrobo y con ello el antiguo y hermoso balneario comenzó a desarrollarse con el pasar de los años. El rancherío de la caleta, fue trasladado a la moderna población de El Litre y así dio lugar a la playa el Yating, en el mismo lugar en donde estuvo, un siglo atrás, el muelle de los Balmaceda.

Producto del acelerado desarrollo, comenzaron a surgir nuevas necesidades entre los pobladores, nacen así los primeros organismos públicos, un ejemplo de ello, fue la construcción de la primera compañía de bomberos. El 01 de Abril de 1954, se habría reunido un grupo de vecinos convocados por el Jefe de Tenencia de Carabineros de Algarrobo, teniente Sr. Guillermo Gacitua Arlegui con el fin de intercambiar ideas para llevar cabo este proyecto de fundar la primera Cía. De Bomberos de Algarrobo. Y así fue, los primeros uniformes fueron de cuero y el primer cuartel estuvo ubicado hasta 1967 en un espacio

cedido por la parroquia en Algarrobo centro. La primera unidad que prestó servicios fue un carro bomba marca Mercedes Benz del año 1924, con ruedas de palo recubiertas con gomas y rayos de madera. Fue donado por el Sporting Club (Club Hípico de Valparaíso), gracias a las gestiones hechas por el diputado de la República de esa época Don Guillermo Rivera. En sus comienzos esta Compañía fue apadrinada por la 5° Cía. denominada “Pompe France” del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso.

### Algarrobo en la actualidad

#### Circuitos turísticos

Algarrobo cuenta con diversos circuitos turísticos que dan a conocer de cierta manera, los patrimonios de la ciudad.

##### *Circuito N° 1*

Es una visita eclesiástica, donde se recorre la Iglesia Santa Teresita, Iglesia La Candelaria, la Iglesia de Mirasol, Capillas El Bariloche, San José y Tunquén

##### *Circuito N° 2, de interés específico*

En este circuito encontramos el Parque Municipal El Canelo, Islote Pájaro Niño (Santuario de la naturaleza), Además la comuna cuenta con un suelo prehistórico (primario y terciario), humedales Los Patitos y Tunquén y el estero El Membrillo.

<sup>2</sup> Durante el gobierno del Presidente José Manuel Balmaceda en 1890, y en medio de fuertes tensiones políticas que enfrentaron el poder ejecutivo con el parlamento, el Congreso Nacional se negó a aprobar las leyes periódicas que fijaban las fuerzas de mar y tierra así como la Ley de Presupuesto de gastos públicos. Véase [www.memoriaschilenas.cl](http://www.memoriaschilenas.cl)

### *Circuito N° 3*

Posee un amplio campo, con puntos agrícolas, apícolas, floricultores, donde se encuentra lugares con comidas típicas de la zona campestre, licores artesanales, festividades de campo y religiosas.

### **2.1.2.- Atractivos preferidos**

Los atractivos turísticos de Algarrobo se definieron por dos parámetros, el primero de baso bajo un testeo a la población, mostrando un conjunto de imágenes para reconocer cuales eran las zonas que más reconocían en Algarrobo y en segundo lugar, fueron escogidos lugares que la Municipalidad definio como las más reconocidas en la zona.

#### a) Testeo a la población.

Como primera parte, se dispuso de 11 fotografías de monumentos y espacios patrimoniales de la comuna, donde la persona encuestada, tenía que escoger tres fotografías, que a su juicio fuera la que más reconocía en Algarrobo.

1.- Casa Fundacional



2.- Casa de la Cultura



3.- Casa frente a playa  
El Pejerrey



4.- Casa esquina  
calle Aguasmarinas



5.- Edificio Consistorial  
(Municipalidad)



6.- Centro Cultural  
Mirasol



7.- Iglesia La Candelaria



8.- Iglesia Santa Teresita



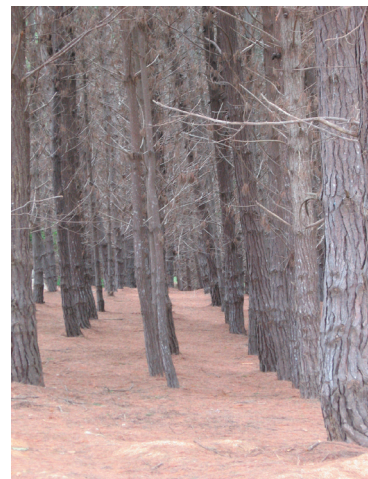
Este testeo mostró de la siguiente forma;



10.- Humedal Los Patitos



11.- Bosque Canelo- Canelillo



1.- Iglesia Santa Teresita	21%
2.- Casa Fundacional	21%
3.- Casa de la cultura	15,7%
4.- Edificio Consistorial (Municipalidad)	13,1 %
5.- Iglesia la candelaria	10,5 %
6.- Bosque El canelo	7,8 %
7.- Humedal Los Patitos	5,2 %
8.- Centro cultural Mirasol	2,6 %
9.- Fundo San Jerónimo	2,6 %
10.- Casa esquina calle Aguas Marinas	0%
11.- Casa frente a playa el Pejerrey	0%

## Conclusión

El testeo arrojó que los lugares más reconocidos de la comuna son *Iglesia Santa Teresita, Casa fundacional y Casa de la cultura, las cuales los usuarios identifican y relacionan estas construcciones con la comuna de Algarrobo, por el hecho que estas se encuentran ubicadas en calles de tránsito obligado para ingresar a la comuna (en el caso de Iglesia Santa teresita y casa fundacional), en cuanto a la Casa de la cultura, esta es reconocida por ubicarse en el centro de Algarrobo.*

Por otro lado, se comprobó que el usuario reconoce en Algarrobo una cierta línea arquitectónica que rige la zona, destacando un estilo colonial en sus construcciones.

### b) Atractivos turísticos de la Municipalidad

Por otro lado, se investigó y analizó los atractivos turísticos propuestos por la Municipalidad de Algarrobo, mencionados en su página Web. [www.vivealgarrobo.cl](http://www.vivealgarrobo.cl) y [www.municipalidadalgarrobo.cl](http://www.municipalidadalgarrobo.cl) determinando las siguientes zonas y actividades como atractivos;

### Balnearios

Canelo y Canelillo	Los Tubos
San Pedro	El Yating
Las Cadenas	El Pejerrey
Playa Amarilla	Caminito
Algarrobo Norte	Mirasol
La Cruz el Yeco	Los Curas
Tunquen	

### Sitios naturales

Parque Canelo- Canelillo	Bosque el Canelo
Peñón la Peñablanca	Islote pájaros niños
Islas bajas	Playa pejerrey
Laguna los Patitos	Cascada San Jerónimo
Mirador Algarrobo norte	Estero San José
Mirador el Yeco	Estero Casablanca

### Monumentos

Entorno de la parroquia la candelaria
Islas los pingüinos pájaros niños
Peñón de Peñablanca
Canelo y canelillo

### Historia

Edificio consistorial	Cofradía náutica
Caleta de pescadores	Club deportivo nacional
Club de yates	Iglesia Santa Teresita
Iglesia San José	Casa fundacional
Casa de la cultura	Iglesia La Candelaria
San Jerónimo	Galería de arte y centro cultural La Capilla
Iglesia El Bochinche	Medialuna de San José
Cementerio San José	

## 2.1.3.- Políticas comunales

La Ilustre Municipalidad de Algarrobo es dirigida por el Alcalde Guillermo Urquiza Tapia (Independiente), el cual es asesorado por concejales.

Una de las entidades más importantes dentro de la estructura municipal es el Concejo Municipal, el cual tiene un carácter normativo, resolutivo y fiscalizador, encargado de hacer efectiva la participación de la comunidad local y de ejercer las atribuciones que señala la ley.

Algarrobo pertenece al Distrito Electoral n° 15 y a la 6ª Circunscripción Senatorial (*Quinta Costa*).

Es representada en la Cámara de Diputados del Congreso Nacional por los diputados Carlos Hidalgo que es Independiente y Samuel Venegas del Partido Radical Social Demócrata. A su vez, es representada en el Senado por los senadores Jorge Arancibia de la UDI y Nelson Ávila que es Independiente.

La V Región de Valparaíso es supervisada por el Gobierno Regional de Valparaíso, representado por el Intendente Regional Iván de la Maza. A su vez, la Provincia de San Antonio es supervisada por el Gobernador Humberto Burotto Guevara.

### La municipalidad

La municipalidad está a cargo de la administración local de la comuna y está formada por el alcalde y el Concejo. Las funciones de este organismo son elaborar, aprobar y modificar el plan comunal de desarrollo; promocionar el desarrollo comunitario, aplicar disposiciones sobre transporte, tránsito, construcción y urbanización. Además, se encarga del aseo de la comuna y puede, directamente o con otros órganos

de la administración del Estado, desarrollar funciones relacionadas con la educación, cultura, salud pública, promoción del empleo, seguridad ciudadana, promoción de igualdad entre hombres y mujeres, entre otras.

Sus atribuciones son cumplir funciones a través de la ejecución del plan comunal de desarrollo, de la elaboración y aprobación del presupuesto municipal y de la administración de bienes municipales y nacionales de uso público.

El patrimonio de la municipalidad se basa en bienes corporales e incorporeales, aportes del gobierno regional respectivo, derechos que cobren por servicios que presten, ingresos que obtengan de sus actividades, las multas a beneficio municipal y los demás ingresos que le correspondan.

La municipalidad goza de autonomía para la administración de sus finanzas. Para garantizar que se cumplan los fines de las municipalidades, existe el Fondo Común Municipal (mecanismo de redistribución solidaria de recursos entre todas las municipalidades).

<b>Fundada como</b>	Algarrobo
<b>Fundación</b>	21 Noviembre de 1945
<b>Población</b>	8.601 habitantes
<b>Superficie</b>	176 Km <sup>2</sup>
<b>Densidad</b>	48,98 Hab/Km <sup>2</sup>
<b>Región</b>	V de Valparaíso
<b>Provincia</b>	San Antonio
<b>Circunscripción</b>	VI - Quinta Costa
<b>Distrito</b>	N° 15
<b>Gentilicio</b>	Algarrobino
<b>Alcalde</b>	Guillermo Urquiza Tapia (2004-2008)



## 2.1.4.- Antecedentes gráficos de la comuna

Últimamente en Algarrobo esta naciendo la necesidad de poder situar la comuna con una imagen que sea identificable ante el usuario, es por esta razón que se desarrolla la idea de crear una imagen comunal, resaltando los factores que ante el municipio son los más relevantes de la comuna, llegando a la conclusión que Algarrobo es la Capital Náutica de Chile, por poseer un club de yates y una cofradía náutica, pero esta imagen pasa por algunos problemas en su creación, ya que por un lado, no se hizo un estudio acabado si realmente era ese el concepto que los usuarios de Algarrobo se veían representados, o si solamente se quería apuntar a un cierto sector de la población, por otro lado, no se tomo en cuenta factores fundamentales como lo son, que los mares de Algarrobo no son navegables, son sólo para embarcaciones pequeñas, ya que sus corrientes no hacen un ambiente propicio para las navegación, por otro lado, su difusión fue escasa, un porcentaje pequeño de la población logro reconocer esta imagen y sobre todo identificarse y verse representado con la imagen comunal. (Datos sacados de testeos realizados a la población)

### Imagen Capital náutica

A continuación se analizara la imagen utilizada por la comuna en sus aspectos técnicos.

### Pantone

Pantone blue 072 cvc

Pantone red 032 cvc

Tipografía New Time Roman



Es importante dar a conocer el escudo municipal, ya que este tendrá que ser incorporado en las piezas gráficas propuestas, por ser un elemento identitario de la comuna.

### Escudo Municipalidad de Algarrobo



### 2.1.5.- Antecedentes de comunas adyacentes

Las comunas vecinas que posee Algarrobo, son por el Norte Comuna Casablanca, al Sur limita con la comuna de El Quisco, tomaremos como antecedente comunal el Quisco por poseer las mismas características que Algarrobo, por poseer playas y una geografía similar.

#### El Quisco

##### Antecedentes culturales

El Quisco, esta inserta en el proyecto impulsado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, llamado “el Litoral de los Poetas”, es una ruta cultural que se forja por los tres poetas de renombre mundial (Neruda, Huidobro, Parra), donde participan las comunas de San Antonio, Cartagena, El Tabo y el Quisco. En este proyecto se centra por publicitar las seis razones que el usuario debería visitar el litoral. Otorgándole a cada comuna una característica específica:

- La comuna parque, Santo Domingo.
- La tierra de mar y poesía, San Antonio.
- La capital del adulto mayor, Cartagena.
- La comuna de las artes y la ecología, El Tabo.
- El balneario de El Quisco.
- Capital náutica de Chile, Algarrobo.

En cuanto a la gráfica que posee la comuna del Quisco, no se aprecia una

imagen identificatoria de la zona, y tampoco posee un slogan que se pueda reconocer esta zona, sólo podemos ver como elementos gráficos el escudo municipal y diversas propuestas que utilizan los centros turísticos para difundir sus lugares, pero ninguno se rige bajo un concepto y norma de construcción.

### 3.- MARCO TEÓRICO

#### 3.1.- Estudios sobre identidad cultural

Es necesario para llevar a cabo este proyecto, conocer los parámetros y definiciones que hacen expertos en el tema, es por esto que se utilizarán dos autores que sus estudios podrán servir para el desarrollo del proyecto y su investigación.

Este proyecto se basará en dos líneas interpretativas:

1.- La perspectiva sociológica aportada por la obra de Jorge Larraín y la perspectiva urbanística aportada por la obra de Kevin Linch.

##### 3.1.1- Jorge Larraín

#### La identidad cultural según Jorge Larraín

- **Definición**

Según David Pérez Carrillo en su ensayo *Por los caminos de la identidad y la cultura* basado en el libro *Identidad Nacional* de Larraín dice:

*Desde el punto estrictamente teórico la identidad es un concepto que las ciencias sociales toman de la psicología aplicándolo a la sociedad. Con ello se pretende reconocer aquellos rasgos distintivos de los grupos organizados realizando un análisis similar al que hace la psicología con los individuos. Desde este punto de vista se buscan establecer patrones comunes que caracterizan a las comunidades a partir de un análisis organicista de éstas.*

Entonces, el concepto de identidad cultural se puede definir como *el conjunto de significados que constituyen la comunidad imaginada.*

Larraín, postula la existencia de tres criterios fundamentales para reconocer una identidad, ya sea individual (vinculados a personas) ó identidad colectiva (ligadas a sociedades). Estos criterios fueron utilizados por el autor, para definir la identidad de los chilenos, pero sirve además, como parámetro para identificar los rasgos de otros tipos de organizaciones sociales.

- **Criterio de Posesión**

Por “posesión” Larraín interpreta al conjunto de símbolos y actos de orden tangible, material o concreto a partir de los cuales una comunidad organizada históricamente se ha autodefinido, es decir, ya existen.

Es por eso que, ubicándolo en el ámbito investigacional de este proyecto, lo primero que hay que analizar y distinguir es conocer la historia de nuestro tema, que es la comuna de Algarrobo, sus mitos, actos de orden tangible, entre otros. Para reconocer en ella el criterio antes mencionado.

- **Criterio de cualidades**

En cuanto a este criterio, se puede distinguir, el conjunto de valores y actitudes a partir de los cuales una comunidad organizada estructura su accionar. Estos elementos formarían parte de la realidad intangible o “espiritual” que define a un cuerpo cultural.

- **Criterio percepción de los otros**

En este criterio, se puede distinguir la visión que se tiene de un lugar específico (Algarrobo), pero mirado del exterior, es decir, cual son los conceptos que tienen personas ajenas al lugar en cuestión. Para conocer este criterio es necesario hacer un estudio de campo, por medio de encuestas a personas, sobre su visión que tienen de Algarrobo.

*Con ello se pretende reconocer aquellos rasgos distintivos de los grupos*

organizados realizando un análisis similar al que hace la psicología con los individuos. Desde este punto de vista se buscan establecer patrones comunes que caracterizan a las comunidades a partir de un análisis organicista de éstas.

Rescatando los parámetros de Larraín podemos destacar el aporte para este proyecto, ya que postula que para conocer la identidad de una sociedad es necesario conocer los rasgos distintivos del grupo en cuestión, además sus estudios sobre los parámetros establecidos nos permite guiarnos en los primeros pasos investigacionales, adentrarnos para conocer cuales son los elementos relevantes que debemos saber de la comuna de Algarrobo, aplicando los principios en los testeos a realizar a la población, teniendo en cuenta los criterios de posesión y cualidades.

## 3.1.2.- Kevin Lynch

### Imagen urbana según Kevin Lynch

#### Elaboración de la imagen

Las imágenes ambientales son el resultado de un proceso bilateral entre el observador y su medio ambiente. El medio ambiente sugiere distinciones y relaciones, y el observador, escoge, organiza y dota de significado de lo que ve.

La coherencia de la imagen puede darse de diversas maneras. Puede ser poco en el objeto real lo que resulte ordenado o notable, y pese a esto su imagen mental ha adquirido identidad y organización a través de una larga familiaridad.

#### Estructura e identidad

Una imagen ambiental puede distribuirse analíticamente en tres partes; identidad, estructura y significado, pero que en realidad siempre aparecen conjuntamente. Una imagen eficaz requiere, en primer lugar, la identificación de un objeto, lo que implica su distinción con respecto de otras cosas, su reconocimiento como identidad separable. En segundo término, la imagen debe incluir la relación espacial o pautal del objeto con el observador y con otros objetos. Por último, este objeto debe tener cierto significado, práctico o emotivo, para el observador. El significado es asimismo una relación, pero se trata de una relación completamente diferente de la espacial o pautal.

#### La imaginabilidad

Es la cualidad de un objeto físico que le da una gran probabilidad de suscitar una imagen vigorosa en cualquier observador que se trate. Se trata de esa forma,

color o distribución que facilita la elaboración de imágenes mentales del medio ambiente que son vividamente identificadas, poderosamente estructurada y de suma utilidad. A esto, se le podría dar el nombre de legibilidad, o quizás el de visibilidad en un sentido realizado, cuando no solo es posible ver los objetos sino que se los presenta aguda e intensamente a los sentidos.

Como el desarrollo de la imagen constituye un proceso bilateral entre el observador y los observado, es posible fortalecer la imagen mediante artificios simbólicos, mediante la reeducación de quien percibe o bien remodelando el contorno.

Para comprender el papel que desempeñan las imágenes ambientales en la comuna en cuestión, fue necesario hacer un análisis de las formas existentes, en cuanto a ambientes y sus efectos sobre la población.

## Elementos

Parece haber una imagen pública de cada ciudad que es el resultado de la superposición de muchas imágenes individuales. O quizás lo que hay es una serie de imágenes públicas, cada una de las cuales es mantenida por un número considerable de ciudadanos. Estas imágenes colectivas son necesarias para que el individuo actúe acertadamente dentro de su medio ambiente.

### ▪ Sendas

Son los conductos que sigue el observador normalmente, ocasionalmente o potencialmente. Son calles, senderos, líneas de tránsito, canales, etc. Es a partir de estos elementos que el ciudadano conforma su imagen y se conecta al resto del espacio urbano.

### ▪ Bordes

Son elementos lineales que el ciudadano no usa o considera sendas, es la

ruptura lineal de la continuidad, (playa, barranca, vías rápidas de comunicación, Viaducto, Autopistas, límite con otra provincia).

### ▪ Barrios

Son las secciones de la ciudad identificables fácilmente, en los que el ciudadano puede penetrar fácilmente, (Santiago, San Antonio, Valparaíso, etc.)

### ▪ Nodos

Son los puntos estratégicos de una ciudad a los que puede ingresar el ciudadano, y constituyen los focos intensivos de los que parte o a los que se encamina. Pueden ser confluencias sitios de una ruptura en el transporte, un cruce o una convergencia de sendas. Este elemento se encuentra vinculado con el concepto de barrio.

### ▪ Mojones

Son puntos de referencia exteriores, en los cuales el ciudadano no ingresa, se refiere a objetos físicos definidos con claridad. (Plaza Italia, Museo de Bellas Artes, Palacio de la Moneda).

### • Criterios

La imagen urbana se integra por diversos criterios normativos como son;

- Confort; Aquello que produce bienestar y comodidades
- Legibilidad, Que se puede leer.
- Orientación, Posición o dirección de algo respecto a un punto cardinal.
- Variedad; Conjunto de cosas diversas.
- Armonía; Conveniente proporción y correspondencia de unas cosas con otras.

Entre sus componentes tanto estructurales como estéticos, que puedan transmitir al ciudadano una perspectiva de la ciudad legible, armónica y con significado, es decir espacios reconocibles y fácilmente identificables.

Uno de los elementos de mayor significación e identidad para la comunidad, son los espacios abiertos o públicos, y son todos aquellos que en la traza de una ciudad quedan definidos por los parámetros de la ciudad. En donde la población circula, se reúne, descansa o se recrea.

Por medio de la investigación realizada por Kevin Lynch, podemos destacar que las imágenes ambientales son el resultado de un proceso bilateral entre el observador y su medio ambiente. Donde el usuario escoge y relaciona un elemento a la identidad del lugar, reconociéndolo y recordándolo en su imaginabilidad, es por esta razón, que es necesario antes de poder aplicar una identidad en este caso a la comuna de Algarrobo, como primera etapa es dar a conocer al usuario los distintos elementos tangible e intangibles que posee la comuna, de forma que reconozcan en ella, lugares, construcciones específicas, entre otras que le den un significado y lo relacionen con la comuna sin necesariamente estar en contacto visual.

### 3.2.- Diseño de Información

Como postula Joan Costa, en su libro “La Esquemática. Visualizar la información Publicidad y diseño”, el diseño de información consiste en la selección, organización y presentación de la información para una audiencia determinada. La información en sí puede venir de casi cualquier lugar; sucesos históricos, un horario de vuelos o un conjunto de datos estadísticos, entre otros.

Como disciplina, el diseño de información tiene como función primordial la comunicación eficiente de la información, y esto implica una responsabilidad de que el contenido sea correcto y objetivo en su presentación. A diferencia de gran parte del diseño en general, donde el propósito es persuadir al usuario a tomar una línea de acción, el diseño de información trata de presentar todos los datos objetivos necesarios para permitir que el usuario tome algún tipo de decisión.

*“El diseñador de información ha sido descrito como un transformador de información en modelo visual capaz de revelar su esencia mediante un lenguaje particular. Es un esquematasta que fusiona datos y estética, forma y función”<sup>3</sup>.*

La problemática de esta área del diseño, es que en ocasiones se proponen soluciones estéticas y superficiales, enfocadas a que el diseño propuesto sea “bonito”, pero se olvida de la función principal de esta área que es informar al usuario.

El mundo visible es la realidad directamente percibida y de las imágenes de ella que podemos reconocer por medio de diferentes aparatos técnicos. Los límites de este mundo visible son los de nuestra propia visibilidad; el ojo humano. Para

<sup>3</sup> Costa, Joan. La Esquemática. Visualizar la información Publicidad y diseño. Barcelona, Paidós, 1998. 222 Pág.

abarcar y poder superar las barreras de lo que podemos ver, el ser humano durante su historia ha desarrollado una infinidad de aparatos e instrumentos para ampliar nuestro conocimiento. Pero existe otra realidad invisible a nuestros ojos, una realidad compuesta por fenómenos que no podemos ver directa ni indirectamente. Tratar de comprenderlas y después explicarlas supone un trabajo de la mano y de la mente, ayudadas por medios técnicos, para poder traducir y hacer visible al ser humano aspectos de la realidad que no son visibles al ojo. A esto llamaremos, visualizar.

Entonces, visualizar, no es un resultado implícito en el acto de ver. No es un producto instantáneo del individuo, que recibe la información visualizada, sino que es el trabajo del visualista, del diseñador gráfico, el ilustrador, el esquematista, el comunicador visual. Este trabajo tiene la tarea de transformar datos abstractos y fenómenos complejos de la realidad en mensajes visibles, logrando que individuos puedan ver directamente con sus propios ojos los fenómenos inaprensibles. Por consiguiente, visualizar es un proceso de transferencia de conocimientos e información por medios gráficos, un hecho de comunicación.

El trabajo del visualista no es artístico, no crea de la nada, sino que maneja información útil, funcional, lógica, es un programador de conocimientos.

Los esquemas son la forma de visualización que viene dándose desde el paleolítico. La cartografía es una esquematización del mundo geográfico, una abstracción de una realidad esférica a realidad plana, de una visual macro a una micro, así también con el maquinismo, que dio paso al esquema industrial y el dibujo técnico.

Encontramos que para el autor Joan Costa, existen doce axiomas al momento de referirse al a visualización de esquemas:

1. La visualización esquemática no tiene el carácter ni la función representacional que son propios de la imagen figurativa (fotografía, cine, ilustración) ni la función narrativa del texto escrito.
2. La primera condición del diseño de información es su valor semántico y monosémico; no es su valor estético (el esquemista no es un artista) aunque la visualización gráfica implica en sí misma unos valores estéticos relativos al placer del ojo y agradabilidad perceptiva.
3. Tampoco son objeto del diseño de información la persuasión publicitaria o la propaganda ideológica.
4. La visualización de información de baja iconicidad se centra en representaciones elaboradas tales como planos y mapas.
5. El objeto de diseño de información es la transmisión de conocimientos comprensibles y útiles, tanto para el individuo corriente como para el técnico y profesional.
6. La información visual tiene fines claramente pragmáticos y su grado de eficiencia depende de cómo el visualista elimina la complejidad de los fenómenos y los hace visibles y comprensibles al ojo de su receptor.
7. La información visual por esquemas se opone a la ambigüedad abstracta de los fenómenos complejos e inaccesibles a la percepción directa.
8. La información visual consiste en presentar mensajes unívocos, monosémicos, que no admitan otras interpretaciones más que las que deben suscitar en el receptor humano por mediación del diseñador visualista.

9. La información visual encarna el tránsito de la comunicación unidireccional y reactiva hacia la comunicación bidireccional e interactiva, en el sentido de la autodidaxia, donde hay un juego entre los mecanismo de inducción-deducción, por los que el receptor deja de ser pasivo ante los estímulos que le llegan, para ser intérprete, actor y protagonista.

10. El objetivo de la información visual es reducir la complejidad, reducir la ambigüedad, sin perder la riqueza real del fenómeno y tener en cuenta al propio tiempo las relaciones de la acción con su contexto

11. La información visual debe ser implicante, animar al ojo para que descifre paso a paso el mensaje, compare las diferentes partes de los datos gráficos y extraiga así conocimientos prácticos.

12. Los esquemas constituyen un nuevo lenguaje, que no es el de la imagen representacional ni el del texto literal, es uno lógico, estructurado, codificado y abstracto.

Joan Costa define la iconicidad, como el grado de semejanza entre un signo y aquello que este signo representa. Es la característica que posee una imagen de parecerse lo más posible a la realidad, posible o probable, y aceptada por todos.

La información visual elaborada por el diseñador resulta de una operación mental de abstracción a partir de unos datos de base, pasa por una conceptualización esquemática y culmina en un esquema gráfico.

### Niveles de iconicidad

Una de las características fundamentales de todo lenguaje es el grado de isomorfismo, o más bien, similitud de forma, en relación a las características de los referentes. Esto se puede medir en diferentes grados, lo cual podemos ver claramente en la siguiente tabla de Abraham Moles.

### Escala de iconocidad decreciente

- |  |  |
|--|--|
| 1. El referente físico mismo.                    | 1. Objeto en vitrina o en exposición   |
| 2. Modelo bi- o tridimensional a escala.         | 2. Reconstrucción ficticia, maqueta  |
| 3. Esquema bi- o tridimensional.                 | 3. Mapas en 3 dimensiones, globo terráqueo   |
| 4. Fotografía o proyección realista en un plano. | 4. Catálogos ilustrados, posters   |
| 5. Dibujo, fotografía de alto contraste.         | 5. Afiches, catálogos, fotografías técnicas  |
| 6. Esquema anatómico.                            | 6. Corte anatómico, corte de un motor, plano de conexiones eléctricas, mapa geográfico |
| 7. Representación "estallada".                   | 7. Objetos técnicos en manuales de ensamble  |
| 8. Esquema de principio.                         | 8. Mapa de conexiones de un receptor de TV, mapa esquematizado del Metro               |
| 9. Organigrama o esquema de bloque.              | 9. Organigrama de una empresa  |



- |  |  |
|--|--|
| 10. Esquema de formulación.              | 10. Fórmulas químicas desarrolladas        |
| 11. Esquema en espacios complejos.       | 11. Esquema de estática o sonido           |
| 12. Esquema de vectores.                 | 12. Gráficos vectoriales en electrotécnica |
| 13. Descripción en palabras normalizadas | 13. Ecuaciones y textos.                   |

algún mecanismo de proyección topográfica. Se complementa comúnmente la información mediante íconos señaléticos o ideográficos, cuyo significado ha de precisarse habitualmente con texto.

### 3. Código pictórico

Toda expresión icónica que llegue a un nivel realista pertenece a la categoría de los códigos pictóricos. Entre ellas encontramos pinturas, grabados, litografías, fotografías, etc.

### 4. Códigos icónicos secuenciales

Este tipo de iconicidad introduce espacialmente una variable de orden temporal, expresada mediante la yuxtaposición de iconos para conformar una secuencia de lectura.

Encontramos aquí la historieta, que a su vez tiene la particularidad de incluir textos, ideogramas e incluso iconos señaléticos, conforme a una gramática propia. La fotonovela utiliza una gramática más simple, pero su registro icónico es más exhaustivo.

## Códigos Icónicos

### 1. Códigos ideográficos

Estos códigos cumplen principalmente, una función substitutiva del lenguaje verbal, es decir, facilitan la comunicación de mensajes breves evitando la lectura, siendo universales y traspasando barreras idiomáticas. Un ejemplo claro son las señales de tránsito o las señales en los aeropuertos, donde la comunicación ideográfica es esencial debido a la diversidad cultural y de lenguaje.

### 2. Códigos gráficos

Igual que en los códigos ya mencionados, se conserva un principio de monosemia, es decir, con una sola interpretación. Nos encontraremos aquí con tres tipos de códigos: las redes, los diagramas y los mapas.

Las redes son gráficos destinados a representar las relaciones entre elementos de una sola variable informativa, por ejemplo un árbol genealógico o un organigrama.

Los diagramas representan las relaciones entre dos o tres variables.

Los mapas son gráficos en que dos dimensiones del plano son ocupadas por un componente de información espacial de iconicidad alta, obtenido por

## Interpretación de Iconos

Hemos visto que los códigos icónicos son múltiples pero que, mientras más simples, menos se prestan a una variedad de interpretación.

Las condiciones que permiten o impiden dicha variedad se describen mediante los conceptos de monosemia, polisemia y pansemia:

1. Es monosémico el mensaje que admite un sólo significado posible.

2. Es polisémico el que permite que se le atribuya varios significados.
3. Es pansémico el que permite que se le atribuya cualquier significado, como es el caso de obras de arte.

Los mensajes icónicos monosémicos se basan en la fuerza de la denotación. Significan exactamente lo que representan y nada más. Cualquier interpretación de otro nivel, como la búsqueda de connotaciones, queda claramente excluida de lo que pretende la infografía.

## Simplicidad

La simplicidad se basa en la profunda comprensión del asunto que se quiere transmitir y la capacidad de hacerlo de una forma clara y concisa, con el fin de conseguir el máximo efecto de comunicación con la mínima energía. Un diseño tortuoso y complicado, aunque resuelva un problema, requiere un exceso de energía y tiempo por parte del usuario. Algunos conceptos que debemos mencionar y que contribuyen a alcanzar un buen y simple diseño son:

### 1. Proximidad

Los diseños sencillos son más fáciles de entender y favorecen el uso y exploración inmediatos.

### 2. Reconocibilidad

Son más fácilmente reconocibles y asimilables ya que presentan menos información visual superflua.

### 3. Inmediatez

Los diseños simples tienen un impacto mayor precisamente porque su facilidad de comprensión los hace inmediatamente reconocibles con un esfuerzo consciente mínimo.

### 4. Usabilidad

Por todo lo anterior suelen ser también los más fáciles de usar. Por el contrario, los diseños complicados nos obligan a un esfuerzo de adaptación y a la incorporación de elementos que nos son artificiales y forzados. La simplicidad no se inventa ni es producto de la intuición, la simplicidad es el producto del trabajo consciente y dirigido a la minimización simultánea de las partes que constituyen el todo y las relaciones que existen entre ellas sin sacrificar en ningún momento la esencia, respetando las partes imprescindibles y eliminando lo superfluo.

Como conclusión podemos decir, que el diseño de información se aplica en nuestro proyecto por ser una transferencia de conocimiento e información por medios gráficos. Se quiere lograr que el usuario, conozca esta información (atractivos turísticos), por medio de un diseño con características simples en su construcción, con estos nos referiremos que el diseño no permita ningún desvío de información por parte del usuario, en donde la variedad de información que se quiere transmitir pueda confundir o diversificar el mensaje principal.

Por otro lado, el proyecyo se basará principalmente en elementos iconicos, por poseer las características de inmediatez, usabilidad y fácil reconocimiento, de acuerdo a los axiomas presentados por Joan Costa.

## 3.3.- Diseño de multimedia

A continuación, veremos la importancia del diseño multimedia, como herramienta gráfica que será usado en nuestro proyecto, por poseer funciones y aplicaciones de gran utilidad, en cuanto al acercamiento que tienen los usuarios ante este nuevo instrumento de información.

### Multimedia

La importancia de La Multimedia en la actualidad es innegable, prueba de esto es que sigue en constante desarrollo, ya que es una contemporánea plataforma donde se integran componentes para hacer ciertas tareas que proporcionan a los usuarios nuevas oportunidades de trabajo y acceso a nuevas tecnologías. Es por otra parte, un nuevo medio, donde la computadora junto con los medios tradicionales dan una nueva forma de expresión, una nueva experiencia, donde la interacción con los medios es radicalmente diferente y donde tenemos que aprender a usarlos.

La importancia de la producción de contenidos reviste dos formas principales: por una parte, la codificación de los contenidos, donde la informática tiene el papel central; por otra, el acervo de bienes que pueden convertirse en aplicaciones multimedia, por ejemplo, libros, enciclopedias, información de museos y colecciones, obras cinematográficas, emisiones de televisión, etcétera.

Entendida su importancia pasará a definir lo que es la multimedia: Es difícil definir en pocas palabras el término multimedia. El prefijo MULTI -del latín "multus" significa mucho y explica la idea de multiplicidad o de un número considerable de medios asociados o independientes. Se puede decir que en una computadora personal, por ejemplo, la multimedia es la capacidad de

mostrar gráfico, vídeo, sonido, texto y animaciones como forma de trabajo, e integrarlo todo en un mismo entorno llamativo para el usuario, que interactuará o no sobre él para obtener un resultado visible, audible o ambas cosas. En efecto, las riquezas de los multimedios residen en el acopio de información. Pero, para poder combinar e integrar fácilmente todos estos elementos constitutivos por muy dispares que sean, es preciso almacenarlos bajo una misma y única forma (actualmente numérica), y por lo tanto crear dispositivos adaptados de almacenamiento, transmisión y tratamiento, tales como dos CD-ROM, redes de transmisión de datos (especialmente, de fibra óptica) y métodos de compresión y descompresión. En multimedia, la tecnología y la invención creativa convergen y se encuentra entonces la realidad virtual, la cual requiere de grandes recursos de computación para su funcionamiento, como imágenes, sonido y animación. La Multimedia estimula los ojos, oídos, yemas de los dedos y, lo más importante, la cabeza.

### Aplicaciones de la Multimedia

Las aplicaciones específicas que pueden tener una presentación multimedia son diversas y siempre con la imaginación como única frontera:

- CD-ROM interactivo
- Presentación corporativa
- Material promocional
- Páginas de Internet
- Cursos de capacitación (C.B.T.- Computer Based Training)
- Presentación masiva
- Comunicación Interna y capacitación en Intranets
- Campañas de correo directo
- Catálogo de productos o servicios

- Lanzamiento de un nuevo producto
- Módulo de Información con touchscreen
- Herramienta de ventas
- Punto de venta electrónico
- Módulos de demostración de productos
- Memoria de un evento
- Protectores de pantalla (screen savers)
- Índice Interactivo para respaldo de información en CD
- Manuales de usuario, de servicio o de referencia (tutoriales).
- Paquetes de entrenamiento para el staff o franquicias
- Reportes anuales o presentaciones de resultados
- Publicaciones digitales
- Módulos en stands para ferias y exposiciones
- Simuladores
- Visitas a lugares virtuales o remotos (Presencia Virtual)
- Realidad Virtual
- Juegos y paquetes de entretenimiento
- Programas educativos y de enseñanza
- Prototipos interactivos
- Recopilación de vida y obra
- Demostradores electrónicos para agencias automotrices
- Árboles genealógicos interactivos con imágenes, sonido y video
- Archivo muerto de imágenes, sonidos, videos
- Y tantas otras como la imaginación nos lo permita.

Esta nueva capacidad para tratar la información nos permite pensar en infinidad de aplicaciones, algunas de ellas permiten mejorar actividades ya conocidas, otras suponen nuevos servicios (Como el servicio de información sobre los atractivos de Algarrobo)

Multimedia es, en síntesis, un formato de comunicación que permite enviar e intercambiar contenidos y servicios a un usuario.

La utilización de técnicas multimedia permitió el desarrollo del hipertexto, una manera de ligar temas mediante palabras en los textos permitiendo el acceso a temas de interés específico en uno o varios documentos sin tener que leerlos completamente haciendo clic con el mouse en las palabras remarcadas (subrayadas o de un color diferente) que estén relacionadas con lo que buscas. El programa muestra inmediatamente en la pantalla otros documentos que contienen el texto relacionado con dicha palabra. Incluso, se pueden poner marcas de posición (bookmarks). Así se controla el orden de lectura y la aparición de los datos en la pantalla, de una manera más parecida a nuestro modo de relacionar pensamientos, en el que el cerebro va respondiendo por libre asociación de ideas, y no siguiendo un hilo único y lineal.

Pero la vinculación interactiva no se limitó a textos solamente. También se puede interactuar con sonidos, animaciones y servicios de Internet relacionados con el tema que se está tratando, lo cual ha dado origen a un nuevo concepto: Hipermedia, resultado de la fusión de los conceptos hipertexto y multimedia. A los sistemas de hipermedios podemos entenderlos como organización de información textual, gráfica y sonora a través de vínculos que crean asociaciones entre información relacionada dentro del sistema.

Actualmente estos términos se confunden e identifican entre sí, de tal forma que al nombrar uno de los conceptos anteriores (hipermedia, hipertexto o multimedia) de forma instintiva y casi automática se piensa en los otros dos. Fruto de esta interrelación de ideas y apoyadas por nuevas necesidades de trabajo aparecen una serie de herramientas informáticas orientadas ya no como procesadores de textos, sino como procesadores hipermedia. Estas aplicaciones combinan ciertas características del hipertexto dentro de documentos con elementos informativos muy diversos.

La hipermedia, y muy especialmente el hipertexto, es la base funcional y estructural de la Web (World Wide Web), la red mundial de información más utilizada en Internet.

*Conociendo algunos teorías propuestos por expertos, como Kevin Linch, Jorge Larraín, Joan Costa, podemos darnos cuenta como primer lugar, que para lograr reconocer una identidad de algún lugar, es primordial conocer otros aspectos (criterios de Larraín), como elementos u hitos donde se pueda reconocer en este caso, un lugar específico, conocer por otra parte, que es lo que cree los habitantes del lugar de su espacio y cual es la visión que tienen personas ajenas al sitio en cuestión (poblaciones vecinas), conociendo estos aspectos podemos darnos cuenta, que factores, valores, lugares son los más reconocidos en la zona y poder sacar un parámetro de reconocimiento por parte del usuario sobre el lugar propuesto.*

*En nuestro caso, sobre la comuna de Algarrobo se realizó un testeo con la población flotante de la comuna, para conocer los aspectos que identificaban a la zona, tomando como conclusión, que el usuario reconoce conceptos que le trasmite la zona, pero no reconoce sitios o construcciones con las cuales pueda identificar la comuna, sino más bien, sabe por rumores o imágenes imaginarias provocadas por una comunicación boca a boca, que existe en la comuna construcciones que en su momento fueron grandes hitos, pero no los logra identificar, es por esto, que nace la necesidad de poder dar a conocer los aspectos relevantes de la comuna, construcciones, actividades, entre otros, por medio de una agrupación que represente los atractivos turísticos de Algarrobo, que ayude a encaminar un reconocimiento e identificación comunal.*

*Teniendo claro el por qué del proyecto, nos encontramos con el dilema como presentamos esta amplia gama de información pertenecientes a los aspectos relevantes de Algarrobo que es necesario que el usuario conozca, para esto, nos dirigimos a los postulados que hace Joan Costa sobre el diseño de información, tomando algunos postulados que serán un aporte para nuestro proyecto, como la forma icónica, que ayudan a la usabilidad, simplicidad y reconocimiento de la información.*

*Una vez definido el estilo gráfico para el diseño, teniendo en claro que la información es lo primordial en este caso, usaremos herramientas de comunicación una de ellas son las piezas multimediales, por tratarse de una herramienta que esta teniendo un gran número de usuarios, por ser fácil de transportar y difundir, por su bajo costo y sobre todo por la ilimitante capacidad que tiene para guardar y disponer información.*

## 4.- PLANIFICACIÓN PROYECTUAL

### 4.1.- Temática y conceptos

Como se ha mencionado en los capítulos anteriores, este proyecto se centra en ser un aporte para el posicionamiento de la comuna de Algarrobo en el litoral Central, para ser identificada y reconocida por el usuario con un concepto integrador e identificador. Para esto, se desarrollo un proyecto que fuera un primer acercamiento en la búsqueda de identidad de la comuna, este proyecto apunta a contribuir con la valorización del atractivo turístico que posee Algarrobo, mediante un agrupamiento de dichos atractivos bajo una sola imagen y concepto cohesionante que los identifique y los de a conocer ante el usuario. Esto es importante, ya que para una identificación comunal, primero es necesario que el usuario conozca las características y potenciales de la comuna.

Para llevar esto a cabo, se propone como primer paso, el desarrollo de una imagen visual, que representará la agrupación de atractivos turísticos de la zona en su totalidad. Esta imagen será la cara de esta agrupación, incorporándola en todos los proyectos comunales que traten de aspectos potenciales para el desarrollo turístico de Algarrobo.

Los atractivos turísticos que están insertos en esta agrupación, pasan por varias temáticas, por lo que se desarrollo una división o sub áreas dentro de este grupo, dichas áreas son el patrimonio que posee Algarrobo, donde se integran construcciones que hablan del pasado de la comuna, sitios naturales, encontrando bosques, humedales e islas. La segunda área establecida, es la gastronómica, que integra los restaurantes y pub de la comuna (que en los dos últimos años ha tenido seis nuevos sectores de comida) y la tercera área, es la entretenimiento, ligada a las actividades que el usuario puede realizar en su estadía

en Algarrobo, integrando actividades culturales (obras de teatro, conciertos, entre otros) y deportivas (parapentes, paseos de yates, volley ball, entre otros).

Por otra parte, se desarrollará un slogan que estará integrado a la imagen principal de la agrupación, este slogan, representa lo que se quiere lograr con la integración del proyecto en la mente de los usuarios, “Una comuna que abre tus sentidos”, con esto se refiere que la agrupación de atractivos turísticos abarca la totalidad de los cinco sentidos humanos definidos por Aristóteles<sup>4</sup>, Gusto; gastronomía, Tacto; entretenimiento (por ejemplo clases de manualidades), Vista; patrimonial, oído; entretenimiento (conciertos) y olfato; gastronómico.

A continuación, se mostraran los lugares y actividades integrados en la agrupación de atractivos turísticos de Algarrobo según sus áreas de desarrollo.

#### Patrimonio

Peñón la Peñablanca	Islote pájaros niños
Edificio consistorial	Caleta de pescadores
Iglesia Santa Teresita	Iglesia San José
Casa Fundacional	Casa de la Cultura
Iglesia La Candelaria	Galería de arte y centro cultural La Capilla
Cofradía náutica	

#### Entretenimiento

Parque canelo canelillo	Paseo en lancha
Eventos culturales	Pesca deportiva

<sup>4</sup> Filósofo griego (384-322 aC) formado en la Academia de Platón y educador de Alejandro Magno por elección de Filipo de Macedonia.

Paseo a caballo  
Centro cultural Mirasol

Vuelos en parapentes  
Visitas a ferias artesanales.

Internacional, Casa de la Cultura). Como medio de difusión para el evento anteriormente mencionado.

## Gastronomía

Restaurant Cecconi	Restaurant Brisas del mar
Restaurant Al muelle	Restaurant Medio Mundo
Restaurant Algarrobo	Restaurant Las Tinajas
Restaurant Costa Traviesa	Restaurant Los Patitos
Restaurant A toda Costa	Restaurant Mi Rancho
Restaurant Hotel Pacifico	Pub La regata

El evento constará con la animación del alcalde de la comuna u otra persona que el municipio considere pertinente, para dar la inauguración de este proyecto, donde el usuario podrá conocer en primer lugar, las imágenes visuales que integran el plan (logotipos), por otro lado, para dar a conocer estos tres aspectos turísticos de forma más dinámica se creará por un lado, un interactivo que estará situado en kioscos multimediales que se ubicarán en el evento, aparte de la presentación pública que se le dará a este interactivo en una proyectora que podrá ser vista por todo el público presente, por otro lado, se pretende que en este lanzamiento se de a conocer los aspectos de manera más cercana a la gente, proponiendo una degustación gastronómica de los restaurantes incorporados en esta agrupación, donde cada empresa gastronómica tendrá un espacio (stand) donde podrá dar a conocer su potencial al usuario, así mismo, se otorgará una muestra de las actividades culturales que efectúa la comuna, mediante un concierto de música (estilo musical que la municipalidad considere pertinente).

## Estrategia de comunicación visual

Como estrategia de comunicación visual, esta agrupación de atractivos turísticos se dará a conocer al visitante mediante un evento de lanzamiento, este se realizará el día 10 de febrero, por ser una fecha con gran número de visitantes a la comuna, pertenecientes a la primera quincena del mes. El lugar determinado será la zona de playa el Yating, por ser un sector amplio y de fácil acceso al público.

El evento constará con la participación de las más altas autoridades de la zona, población estable y flotante, que se invitarán a la participación del evento por medio de piezas gráficas entregadas en terreno y otras que serán personalizadas (para tener un número promedio de visitantes al evento), además se crearán lienzos ubicados en los sectores con más afluencia de público y que puedan ser vista desde varios puntos (entrada Algarrobo, intersección Avenida Santa Teresita con Avenida Guillermo Mucke, zona playa el Yating, Zona playa

Además, se repartirá al usuario folletos informativos, que dará a conocer en detalle del proyecto, de manera que el público se pueda ubicar geográficamente en un mapa que estará integrado en esta pieza gráfica, por otro lado, se les entregará también una copia del interactivo a cada usuario que lo solicite para ser visto con tranquilidad en sus casas, o si desean podrán apreciar este multimedia por medio de la página Web de la comuna ( [www.vivealgarrobo.cl](http://www.vivealgarrobo.cl) ó [www.municipalidadalgarrobo.cl](http://www.municipalidadalgarrobo.cl))

Por otro lado, después de la realización del evento estará disponible para los usuarios cuatro kioscos interactivos, donde el usuario al acercarse a estos podrán conocer el multimedia ofrecido en sectores determinados de Algarrobo.

Estos sectores están determinados por la cantidad de afluencia de pública en el sector y seguridad.

El espacio principal estará ubicado en la zona de información turística de Algarrobo, ubicado en playa Las Cadenas, donde en las tardes es habitual ver a familias caminar por la costanera.

Segundo espacio estará ubicado en la zona de playa Internacional, por ser un centro de encuentro juvenil.

El tercer y cuarto espacios serán en la zona playa el Yating y San Pedro por ser zona de paseo familiar.

Estos kioscos interactivos serán tarea de un diseñador industrial, por ser esta disciplina los expertos en construcciones de stand.

El stand tendrá un diseño que permita un fácil traslado, pensando que estos tendrán que ser guardados todas las noches por motivos de seguridad.

Las piezas gráficas anteriormente mencionadas, serán creadas con softwares especializados en el tema de diseño, ayudando de esta manera, a tener un resultado óptimo en el desarrollo del proyecto.

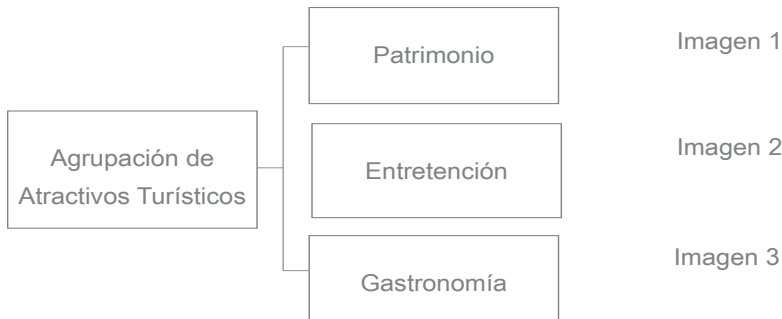
La realización de este proyecto, traerá consigo un trabajo multidisciplinario, ya que se constará con la ayuda de un gestor cultural, el cual tendrá la tarea de velar que el proyecto se ejecute satisfactoriamente, cuidando todos los detalles tanto del evento como estrategias planteadas, además, será la cara visible ante el municipio.



## 4.2.- Definición diseño de información

Una vez definido lo anterior, nuestro siguiente paso es definir la línea gráfica que se le dará a los elementos mencionados, cómo serán expuestos, ordenados y jerarquizados para entregar una información satisfactoria al usuario.

Para ello se dividió los atractivos turísticos en tres zonas, gastronómicos (referentes a los restaurant de la zona), patrimonial (referente a los monumentos y construcciones con historia en el lugar) y entretención (referentes a actividades recreativas), cada sección tendrá su imagen específica, la cual podrán ser identificadas independientemente, estas imágenes visuales estarán bajo la jerarquización de una imagen global que represente los atractivos turísticos de la comuna.



Por otro lado, los diferentes elementos constituyentes de esta agrupación se verán visualizados por medio de un interactivo que será mostrado en el evento (mencionado anteriormente), este interactivo poseerá la tarea de mostrar a los usuarios los lugares y actividades que pueden visitar y hacer en su estadía en la comuna, señalando su ubicación geográfica, junto con la historia en algunos casos. La gráfica a utilizar será la misma que se utilizara en los elementos de difusión del evento y de las zonas de atractivo turístico, con el fin de acercar al usuario a esta propuesta.

## 4.3.- Antecedentes gráficos

Algarrobo en la actualidad posee escasos elementos de difusión de los lugares turísticos que posee, más bien cada uno se maneja independientemente según la empresa que se publicite, por ejemplo Hotel pacifico tiene sus propios piezas gráficas, lo mismo pasa con otros recintos, aunque poseen un material difusor, que se podría decir es el principal, que reúne todas las actividades y lugares del sector.



Folleto tiro

## 4.4.- Referentes gráficos

Es necesario antes de comenzar con el desarrollo del proyecto, conocer referentes que se hayan hechos que tengan características similares al de nuestro proyecto, para esto se eligió dos comunas la de Ñuñoa, ubicada en la región Metropolitana y la comuna de Coquimbo, ubicada en la Quinta región, nos centraremos en estas (sabiendo que hay muchas más con la misma temática a referir), por un lado por ser de Chile y por otro aspecto ya que su funcionamiento estructural del proyecto a funcionado satisfactoriamente.

### Plaza Ñuñoa

La primera comuna a referir es la zona de Ñuñoa, el municipio se ha propuesto realizar la cultura en la zona, creando una imagen corporativa para el centro cultural Ñuñoa, esta tiene como tarea, representar a todas las actividades recreativas del usuario, estando presente en eventos culturales (conciertos, teatro, exposiciones, entre otros), nocturnos y deportivos, todas ellas bajo una imagen unificadora que se muestra en cada actividad del municipio relacionada con espacios culturales.



Folleto retiro



Por otro lado, encontramos la comuna de Coquimbo, más específicamente el Barrio Inglés.

### Barrio Inglés

Es una parte de la remodelación que sufrió este sector por tantos años abandonado. Con el fin de preservar el patrimonio cultural de la comuna, el municipio definió un sector como Zona de Conservación Histórica, el que reconoce una época, un modo, un lenguaje común, un sector ligado al puerto y cuya influencia es notoria en la arquitectura portuaria de la ciudad.

Para ello creó un Proyecto que ha coordinado y ejecutado un plan de acción inmediato con el fin de recuperar y potenciar el sector en el ámbito Arquitectónico y turístico cultural, definiendo al sector como un espacio único y reconocible de la ciudad, resaltando su Configuración Urbana y elementos espaciales propios del barrio, los que otorgan carácter e identidad.



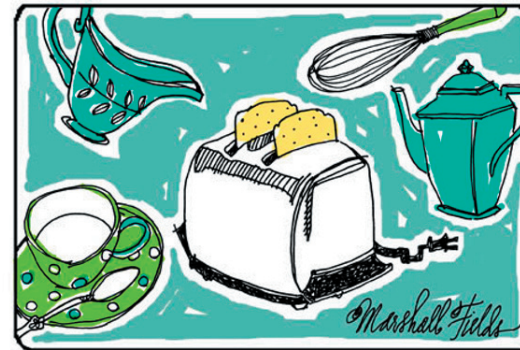
Por otro lado, es necesario mostrar algunos ilustradores que fueron referentes gráficos en el desarrollo del proyecto.

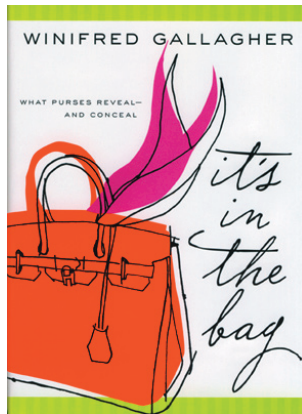
### Ilustradores

Buscando referentes gráficos para el desarrollo del proyecto, encontramos algunos ilustradores que serán de gran aporte para la creación de nuestras piezas de diseño, por su estilo ilustrativo de carácter libre y energético, que consta de trazos irregulares, con fondos que en ocasiones salen de la figura, creados a base de manchas logradas por tintas u otras herramientas.

Las características en común de estos ilustradores es lo que logran transmitir sus dibujos, connotando conceptos como alegría, dinamismo y energía. Entre los ilustradores encontrados con este estilo gráfico, podemos destacar a grandes profesionales gráficos como los son, Alanna Cavanagh, Kevin Ghiglione y Greg Stevenson.

### Alanna Cavanagh





Greg Stevenson



Kevin Ghiglione



## 5.- PROCESO DE DISEÑO

### 5.1.- Referentes fotográficos

En cuanto a los referentes fotográficos, se tomaron alrededor de 200 fotografías, haciendo una selección de 30 fotografías que serán ocupadas en el proyecto. A continuación veremos algunos de los referentes ocupados para el proyecto.



Casa de la Cultura



Centro Cultural Mirasol



Iglesia San José



Casa Fundacional



Iglesia La Candelaria



Restaurant Al Muelle



Restaurant Hotel Pacífico

Bosque el Canelo-Canelillo



Cofradía Náutica



Humedal Los Patitos

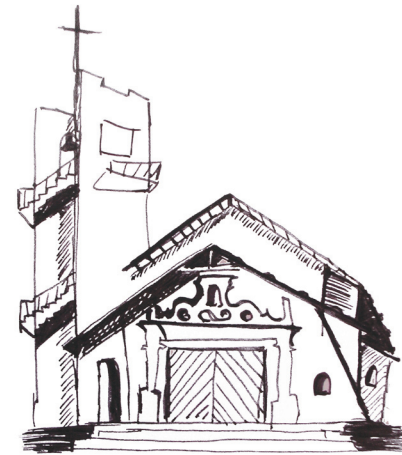


Peñón Peñablanca

## 5.2.- Desarrollo de propuesta

### 5.2.1 Imagen de Agrupación de Atractivos Turísticos

Para la creación de la imagen que representa los atractivos turísticos, se hizo un amplio registro fotográfico de los lugares más representativos de la comuna, posteriormente se evaluó el testeo realizado y se escogió una imagen que fuera representativa de Algarrobo, escogiendo de esta manera la Iglesia Santa Teresita. Posteriormente se imprimió la fotografía y se comenzó a trabajar en ella, dibujando con distintos recursos, lápices acuarelables hasta llegar al recursos de tintas, donde por medio de manchas y trazados a manos alzada se construyó un primer indicio de imagen, para posteriormente digitalizarla y llegar a un término satisfactorio.



## Tipografía

Se busco una tipografía que aludiera a lo manuscrito, que al mismo tiempo tuviera una forma elegante en su construcción, con esto me refiero a que sus trazos fueran de carácter curvos e irregulares, encontrando para esta propuesta algunas alternativas, que se relacionara con las letras caligráficas de los antiguas épocas.

Fuente: Daniela

Mayúscula

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

Minúscula

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

Números

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Eligiendo esta tipografía, llamada Daniela, por ser una fuente caligráfica, de carácter ordenada y con terminaciones moderadas. Se manipuló el interletrado y los trazos pertenecientes a la primera A, alargando y agrandando esta letra.

Algarrobo  
Algarrobo

Fuente: Carleton

Mayúscula

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V  
W X Y Z

Minúscula

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

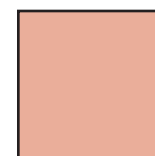
Números

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Para a la bajada de texto que se utilizará en la imagen se escogió una fuente más simple, sin serif, y en mayúscula, para darle un mayor énfasis. Utilizando la fuente Carleton por poseer estas características.

## Código cromático

En cuanto a los colores a utilizar, se eligió el color negro para la tipografía y trazos del icono, por ser un color pregnante y sólido. Por otro lado, se quiso dar calidez a la imagen, por medio del fondo del icono, con un tratamiento gráfico por medio de manchas creadas con tintas que posteriormente fueron digitalizadas, estas manchas están en los rangos de color de los tonos rojos y amarillos.



C: 5  
M: 35  
Y: 34  
K: 1



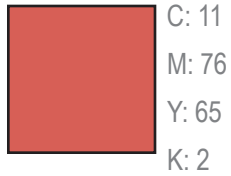
C: 11  
M: 76  
Y: 65  
K: 2



C: 5  
M: 45  
Y: 89  
K: 1



Los colores utilizados en la frase de enlace es el mismo utilizado en una parte del icono.



## Composición y diagramación

La imagen del logotipo esta compuesta por un trazo suelto e irregular, representando conceptos de tranquilidad y descanso, que caracteriza a la comuna (datos sacados del testeo donde el 75% del encuestado percibe estos conceptos), por otro lado, siguiendo el estilo de mano alzada se compuso la imagen por medio de manchas de colores que pasan por la gama de los rojo y amarillo (C: 5 M: 35 Y: 34 K: 1 y C: 5 M: 45 Y: 89 K: 1), connotando de esta manera conceptos de energía, dinamismo y fuerza transmitida por las manchas construidas, estos conceptos pretenden dar un posicionamiento a la imagen donde el usuario pueda reconocer estos conceptos por medio de la gráfica utilizada. Estos elementos se encuentran ubicados en el lado izquierdo del plano, ya que el otro extremo (lado derecho) se encuentra ubicado el nombre de la comuna con su slogan, la construcción tipográfica esta basado en la fuente llamada Daniela, donde se manipulo la distancia del interletrado y se modifico el tamaño y forma de la curva de la letra "A", donde esta se fusiona con la imagen de la Iglesia Santa Teresita, donde una parte de la letra forma al mismo tiempo una parte del trazo de la entrada de la Iglesia.



## 5.2.2.- Imágenes por área

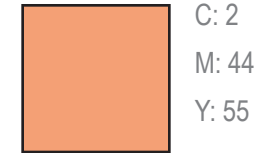
En cuanto a las imágenes desarrollada por secciones, se mantuvo el estilo del trazo, de forma irregular y creada por recursos de tintas antes de su digitalización. Además, se conservó la misma tipografía utilizada en la imagen principal (fuentes; Daniela y Carleton).

### Imagen Algarrobo Gastronómico

Bocetos

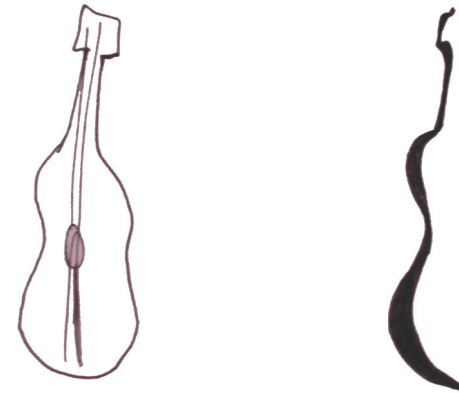


### Código cromático

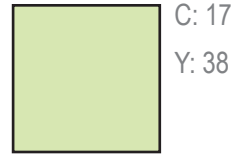
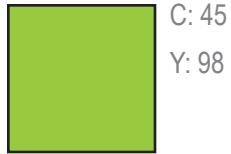


### Imagen Algarrobo Entretenido

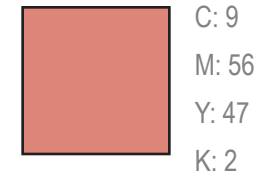
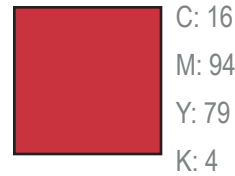
Bocetos



## Código cromático



## Código cromático



## Imagen Algarrobo Patrimonial

### Bocetos



## Composición y diagramación

Al igual que el logotipo principal, los logotipos por área se componen por una imagen de características irregulares de trazo suelto, ubicada al extremo izquierdo del plano, en donde cada figura representa lo que identifica el área de la imagen, en el caso del logotipo “entretencción”, su figura se determina a partir de un detalle de una guitarra, apuntando a los eventos culturales que realiza la comuna, en el caso del logotipo de gastronomía, este al igual que el anterior, representa el área al cual esta dirigido, donde su figura son unos cubiertos, relacionándolos con el área de alimentación, así mismo, el logotipo para el área patrimonial, también cumple con las características de composición de los logotipos antes mencionado, este en su imagen icónica se ve representado por un detalle de la Iglesia La Candelaria.

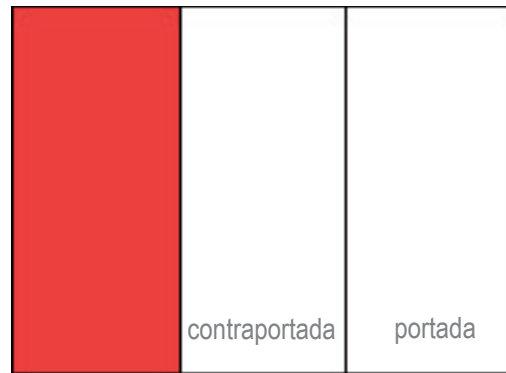
Estos tres logotipo, poseen la misma forma de composición, lo único que cambia es el icono que representa cada área y su bajada de texto que reafirma el concepto que se quiere transmitir, el trazo utilizado en los iconos son los mismos en los tres, donde el trazo gestual es el principal elemento de construcción, por otro lado, cada imagen tiene en su fondo un rectángulo que cambia de color según la temática (verde; entretencción, naranja; gastronomico, patrimonial; rojizo), este representa una ventana, que al introducirse en ella se encuentra el área a descubrir. Reafirmado el slogan de la Agrupación Turística de Algarrobo, “una comuna que abre tus sentido”.



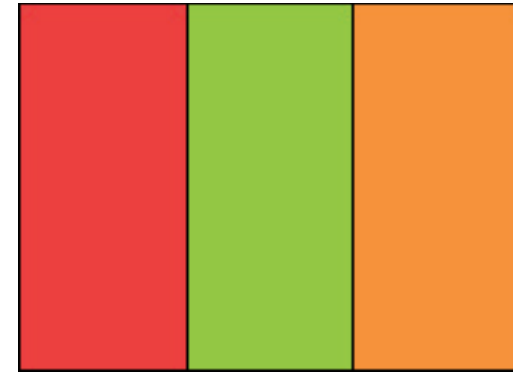
## 5.2.3.- Piezas gráficas

### 5.2.3.1.- Tríptico

Para iniciar las aproximaciones gráficas dentro de nuestro tríptico debemos definir el área real a trabajar en cuanto a medidas concretas. Para ello se definió un tamaño estándar, arrojado por la búsqueda de referentes, que resultara despegable, no fuera tan grande y tampoco tan pequeño, y que pudiese aprovechar cada cara como elemento independiente según los intereses del turista. Para ello, se determinó el formato oficio 21,7 x 33 cms, dejando un margen de impresión de 21x 32,5 cms. Donde cada cara del retiro contendrá una sección para cada área. En cuanto al tiro del tríptico, se maneja también en tres zonas, una como portada, otra como contraportada y la tercera zona, se introducirá material informativo.

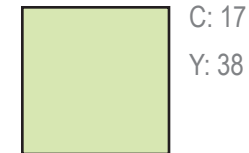
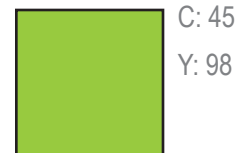
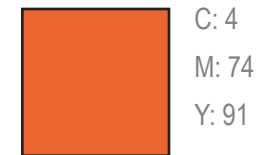
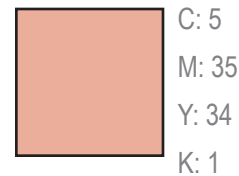


Tiro



Retiro

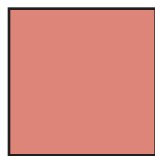
En cuanto a la definición del código cromático, la construcción de las piezas gráficas se desarrollo con la utilización de los colores pertenecientes a cada imagen construida, ocupando los siguientes colores para el tríptico;



## Código cromático



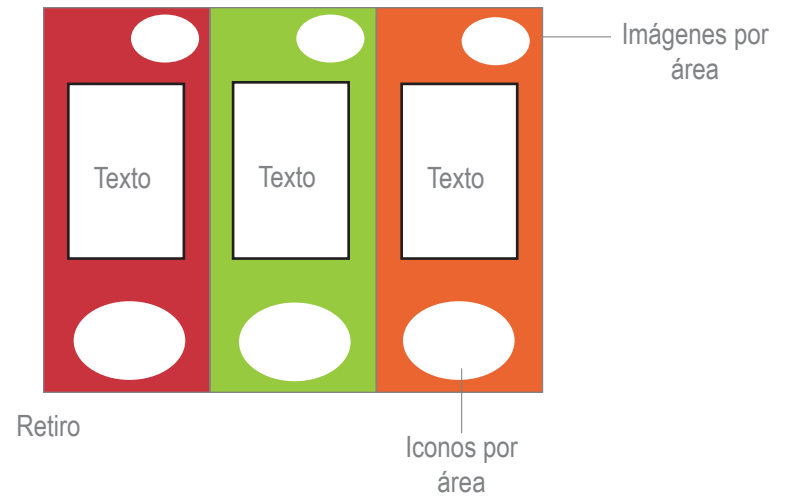
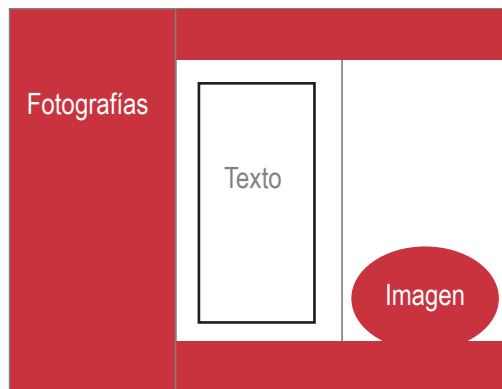
C: 16  
M: 94  
Y: 79  
K: 4



C: 9  
M: 56  
Y: 47  
K: 2

## Composición y diagramación

El tríptico tiene un formato oficio (21,5 x 33 cms) extendido, donde el tiro esta compuesto por tres área, la primera cara compuesta por fotografías que dan a conocer algunos atractivos que integran este proyecto, la segunda cara compuesta por un texto informativo que da a conocer los objetivos de la agrupación y la tercera cara compuesta por el logotipo principal de la Agrupación.

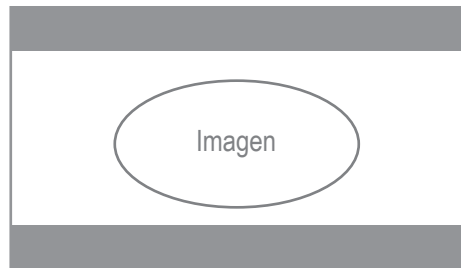


En cuanto al retiro del tríptico este esta diagramado en tres áreas correspondiente a los sectores mencionados anteriormente, cada cara contiene el logotipo de la sección al cual se informa en el lado superior derecho, posteriormente nos encontramos con un texto informativo que explica en detalle cada área por separado y en la parte inferior se encuentra un icono perteneciente al rubro del cual se esta informando, encontrando en el caso del área patrimonial el icono de una cadenas, pertenecientes a una playa ubicada en el centro de la comuna, las cuales según el testeado realizado, esta dentro de los elementos que los usuarios más reconocen en Algarrobo, en el área de entretención, encontramos un icono del vuelo en parapente, por tratarse de una actividad que esta dentro de los atractivos de Algarrobo, y por último encontramos un camarón perteneciente al área gastronómica, por ser unos de los productos que tiene el área y que el usuario puede consumir.

## 5.2.3.2.- Invitación

El formato de la invitación, será de 18,5 x 11 cms. Por ser un tamaño manejable en cuanto a usabilidad y de fácil manejo para el usuario, además, se quiere aprovechar al máximo el pliego de papel de impresión.

Contendrá un portada y el la parte del retiro tendrá la información detallada del evento.



Tiro



Retiro

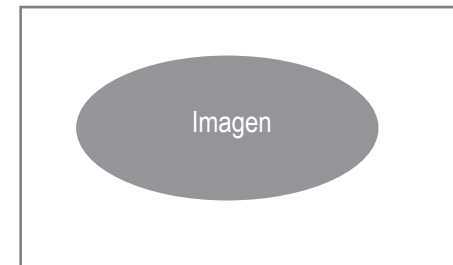
### Código cromático

Para las invitaciones, se utilizó el siguiente código cromático;

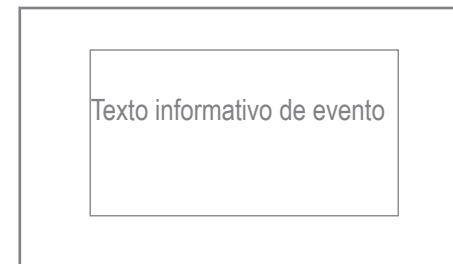


## Composición y diagramación

La diagramación de la invitación, esta compuesta en su tiro por el logotipo principal de la Agrupación que se encuentra centrada en el plano, en el fondo de la pieza gráfica, encontramos una trama de figuras con características decorativas, estas figuras fueron sacadas de una matriz creadas a partir de las protecciones de las ventanas de las casas más antiguas de la comuna. En el caso del retiro de la invitación, esta compuesta por un texto que informa sobre los detalle del evento a producir, junto con el logotipo municipal, para dar a conocer el respaldo por parte de esta entidad.



Tiro



Retiro

## 5.2.3.3.- Interactivo

La medida del interactivo será estándar ya que se manejará con la forma full screen, para poder ser visto a tamaño completo y dependiendo del formato del computador que se visualizara será el número de píxeles visto.

### Código cromático



R: 199  
G: 51  
B: 62



R: 153  
G: 203  
B: 63



R: 233  
G: 102  
B: 50

### Composición y diagramación

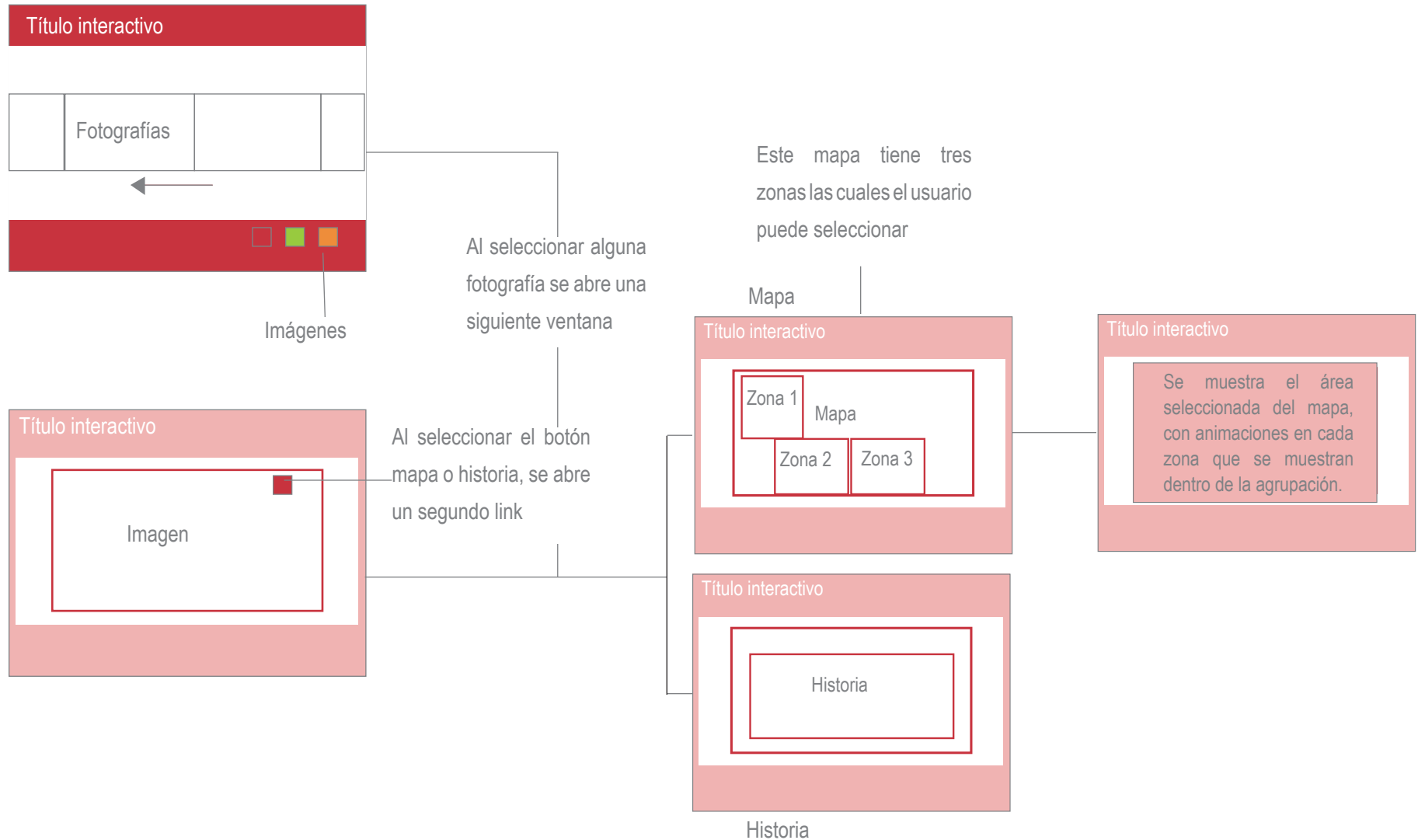
En cuanto al interactivo a ocupar, este se basará en cuatro áreas, una perteneciente a la historia de la comuna y las otras pertenecientes para cada sección de la agrupación, la primera etapa esta compuesta por una página de inicio donde en primer plano esta ubicado el logotipo principal, al cargarse el interactivo, se puede ingresar a segunda página, donde se puede informar la historia de la comuna, encontrando un texto que relata la historia de la comuna, ubicada al extremo izquierdo de la pantalla, además encontramos al extremo inferior derecho una serie de imágenes que van rotando mostrando de esta manera algunas fotografías que integran esta agrupación.



En el lado inferior derecho, encontramos tres botones, estos representan a cada sección, al introducirse en ellos el usuario se dirige a otra página interactiva, en esta encontramos una serie de fotografías pertenecientes a la sección señalada, estas fotografías se encuentran rotando en el plano, de manera que el usuario al situarse arriba de una de ellas puede ingresar a conocer más detalles de la imagen, abriéndose una nueva ventana, que muestra la fotografía real en un tamaño más amplio. Esta ventana fotográfica posee dos botones ubicados en el lado derecho, uno perteneciente a un mapa interactivo y el otro botón que da a conocer aspectos históricos de la fotografía mostrada.



Estructura Interactivo



Las piezas gráficas expuestas, están construidas bajo el mismo estilo gráfico, compuestas por trazos irregulares, y formas decorativas a partir de la matriz mencionada anteriormente, proveniente de una simplificación de las formas de las protecciones de ventanas que algunas construcciones significativas de la comuna poseen.



Por otro lado, las piezas gráficas tiene en su fondo sectores con degrade, esto hace alusión a los atardeceres en la comuna, de una manera simplificada y cambiando sus colores. Además, se utilizó las mismas fuentes tipográficas para todas las piezas gráficas utilizando la fuente Daniela y Carleton.

## 5.3.- Aspectos técnicos

### Tríptico

El sistema de impresión propuesto para este proyecto es el off set, por permitir un amplio tiraje, perfecto calce de tiro y retiro, además de excelente calidad de impresión a cuatro colores.

- Papel Couche mate 103 grs. La elección de este papel se debe a que no emite un brillo reflector, considerando que se usará al aire libre a plena luz solar por parte del turista.

- Terminaciones de plisado para el doblado de sus caras.

### Invitación

Sistema de impresión off set, papel Couche mate 100 grs.

500 invitaciones se imprimirán con las mismas características, pero se les incorporará un cuño seco en el tiro, para hacer una pieza gráfica más elegante y con terminaciones finas, ya que estas serán entregadas a un número de usuario que el municipio considera importantes.

### Mapa

El sistema de impresión será off set, en un papel Couche mate de 100 grs.

6.- PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Imagen Agrupación de Atractivos Turísticos



Imagen Algarrobo Patrimonial



Imagen Algarrobo Gastrómico



Imagen Algarrobo Entretenido





ESTA AGRUPACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE ALGARROBO TIENE COMO OBJETIVO, DAR A CONOCER Y ACERCAR A LA POBLACIÓN DE LA COMUNA, LUGARES Y ACTIVIDADES QUE PUEDEN DISFRUTAR JUNTO A SUS FAMILIAS...ABRIENDO LOS SENTIDOS... PARA PODER PERCIBIR Y LLENARSE DEL ESPÍRITU ALGARROBINO.

ESTA AGRUPACIÓN SE DIVIDE EN TRES ZONAS, LA PATRIMONIAL (QUE INTEGRA LOS LUGARES HISTÓRICOS DE NUESTRA COMUNA), GASTRONÓMICOS (INTEGRA LOS RESTORANT DE LA ZONA) Y ENTRETENCIÓN, ENFOCADO A DAR A CONOCER A LAS FAMILIAS, LAS DIVERSAS ACTIVIDADES QUE SE PUEDEN HACER EN ALGARROBO DE MANERA DE DAR UNA ALTERNATIVA EXTRA A LA ESTADÍA EN LA COMUNA.



## Folleto retiro



ALGARROBO PATRIMONIAL, INTEGRA TODAS AQUELLOS ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS Y NATURALES QUE TRAEN CONSIGO LA HISTORIA DE LA COMUNA, INVITANDO A LA POBLACIÓN ALGARROBINA A CONOCER ESTOS SITIOS QUE HABLAN DE LA ESENCIA DE LA ZONA.



ALGARROBO ENTRETENIDO, INTEGRA LAS ACTIVIDADES RECREATIVAS QUE POSEE LA COMUNA, TANTO CULTURALES Y DEPORTIVAS, INVITANDO A TODAS LAS FAMILIAS A INTEGRARSE Y PARTICIPAR EN LOS EVENTOS Y ESPACIOS QUE ALGARROBO A PREPARADO.



ALGARROBO GASTRONÓMICO, REÚNE LA CADENA GASTRONÓMICA QUE POSEE LA COMUNA, INVITANDO A LAS FAMILIAS A DEGUSTAR LAS ESQUISITECES QUE ESTAN GUARDADAS PARA LISTEDES, ACOMPAÑADOS DE UN PAISAJE ACORDE CON LA TRANQUILIDAD CARACTERÍSTICA DE LA ZONA.



Atractivos turísticos



**Algarrobo**  
PATRIMONIAL

Algarrobo



Atractivos turísticos

EDIFICIO CONSISTORIAL

MAPA  HISTORIA



Algarrobo



Atractivos turísticos



IGLESIA SANTA TERESITA

EDIFICIO FUNDACIONAL (MUNICIPALIDAD)

Algarrobo



Atractivos turísticos

EDIFICIO CONSISTORIAL

MAPA  HISTORIA

ESTE EDIFICIO POSEE EL ATRACTIVO DE SU ESTILO COLONIAL CON UN FRONTIS SOLARIEGO COMPUESTO DE TRES ARCOS, ENCONTRÁNDOSE EN SUS JARDINES ESPECIES AUTÓCTONAS.

Algarrobo



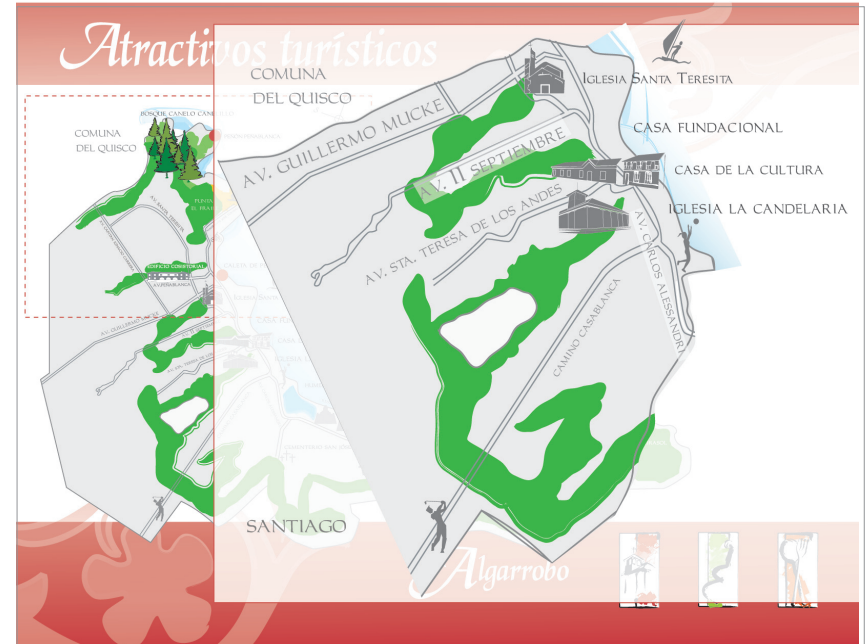
Mapa de ubicación

Página 3.2



Página 3.2.1

Página 3.2.2



Página 3.2.3



Pendón



Modelo de stand



**PRESUPUESTO**

**Invitaciones personalizadas \$ 110.000**

Papel Couche mate 200 grs.  
3/4 colores  
Cuño seco  
500 unidades

**Invitaciones simples \$ 223.000**

Papel Couche mate 200 grs.  
3/4 colores  
10.000 unidades

**Folletos \$ 580.000**

Papel couche mate 100 grs.  
4/3 colores  
15.000 unidades

**Interactivo \$ 630.000**

3.000 unidades

**Stand \$ 115.000**

4 unidades

**Autoadhesivos \$ 105.000**

Papel autoadhesivo transparente  
150 unidades

**Total medios gráficos \$ 1.763.000**

**Recursos Humanos**

**Gestor Cultural \$ 1.000.000**

**Diseñador Gráfico \$ 1.200.000**

**Diseñador Industrial \$ 120.000**

**Programador Web \$ 500.000**

**Total recursos humanos \$ 2.820.000**

**TOTAL PROYECTO \$ 4.583.000**

## 8.- CONCLUSIÓN

Algarrobo en los últimos años, ha estado en una constante búsqueda de factores y conceptos que los identifique como comuna, que le permita posicionarse en el mercado turístico del litoral central, proponiendo en sus proyectos de identidad imágenes y conceptos que por diversos motivos (falta de difusión, poca identificación por parte del usuario con los conceptos expuestos), no han dado con el resultado esperado, como por ejemplo el concepto que se utiliza hoy en día, de que Algarrobo es la “Capital Náutica del Litoral Central”, pero esta imagen trae consigo algunos problemas, ya que en primer lugar Algarrobo no posee mares navegables y en segundo lugar sólo el 15 por ciento de su población tanto estable como flotante, utilizan recursos para la navegación.

Es por eso, que se determinó que este concepto utilizado no era el propicio para la comuna, ya que no identificaba a la mayoría de la población.

En la búsqueda de identidad comunal, se estudio algunos postulados de expertos, sociólogos y urbanistas (Jorge Larraín y Kevin Linch), llegando a la conclusión, que el primer paso para dar una identidad a algún lugar determinado, es necesario conocer la opinión y de su población, rescatando cuáles son los hitos, espacios, conceptos con los cuales el usuario más identifica a la comuna, es por ello que se formuló un testeo a la población flotante, donde el 75 por ciento

aproximadamente dio a conocer que no identificaba a Algarrobo con un espacio o hito ya que sólo conocía unos pocos lugares, ubicados en un tránsito obligado para ingresar a la comuna.

Es por esto, que se concluyó, que ante cualquier proyecto de identidad comunal es primordial ante todo, dar a conocer a la población los hitos, espacios y actividades que posee la zona, creando para esto, una agrupación que tiene como integrantes todas las actividades y espacios que es necesario dar a conocer a la población. Esta agrupación se dividió en tres áreas de atractivos turísticos, el patrimonial, gastronómico y de entretenimiento, esta asociación tiene como objetivo dar a conocer sus potenciales a la comunidad conjuntamente para poder fortalecer y manejarse con conceptos cohesionantes unos con otros para dar mayor fuerza y que el usuario los reconozca a todos por igual.

Esta agrupación pretende aportar un primer acercamiento en la búsqueda de identidad comunal para Algarrobo, creando un concepto unificador y cohesionante que permita al municipio manejar todos sus proyectos turístico, culturales, gastronómico y de actividades recreativas, bajo un sólo parámetro de construcción y difusión. Además, este proyecto daría un espacio a futuros negocios relacionados con la microempresa, ya que se podrían sumar a esta agrupación, respaldada por el municipio.

Como condición del proyecto para poner a prueba su viabilidad, se debe crear una instancia de análisis con las asociaciones involucradas, con lo que determinará el grado de factibilidad del proyecto, incorporando si es necesario, ajustes y cambios para hacer de este una realidad.

Como conclusión se quiere lograr con este proyecto ser un aporte para la comuna en el ámbito turístico y de identificación comunal, permitiendo que Algarrobo sea conocido y reconocido por la población, bajo un concepto cohesionante que integre los potenciales de la comuna, y por que no decirlo, crear como un futuro proyecto una imagen global de Algarrobo que sea un factor de exportación de imagen comunal dentro y fuera del país.

## BIBLIOGRAFÍA

**BONSIEPE**, Gui. Del objeto a la interfase; mutaciones del diseño. Ediciones Infinito.

**CHAVES**, Norberto. La Imagen Corporativa. Teoría y Metodología de la Identificación Institucional. Editorial Gustavo Gili; s.d.: s.d.

**COSTA**, Joan. Identidad Corporativa. Editorial Trillas; México: 1993

**COSTA**, Joan. Imagen Global; evolución del diseño de identidad. Editorial CEAC, Barcelona, 1994. Vol. 2.

**COSTA**, Joan. La esquemática. Barcelona, Paidós, 1998.

**FRASCARA**, Jorge. Diseño Gráfico para la Gente Comunicaciones de Masa y Cambio. Infinito; Argentina: 1997

**LARRAÍN**, Jorge. Identidad chilena. Ediciones LOM, Chile, 2001.

**LYNCH**, Kevin. La Imagen de la Ciudad. The MIT Press; Boston: 1960

## Entrevistas

Patricio Caneza, encargado del Departamento de Cultura de Algarrobo.

Gonzalo Fuentes, encargado del Departamento de Planificación de Algarrobo.

Natalia Cepeda Villagrán, Relacionadora Pública.

Franklin Baywaters, comunero de más de 100 años en generación familiar.

## Páginas Web

[www.municipalidadalgarrobo.cl](http://www.municipalidadalgarrobo.cl)

[www.vivealgarrobo.cl](http://www.vivealgarrobo.cl)

[www.municipalidadvalparaiso.cl](http://www.municipalidadvalparaiso.cl)

[www.bcn.com](http://www.bcn.com)

## ANEXOS

## Antecedentes generales de la Quinta región de Valparaíso.

Capital: Valparaíso.

Provincias: Petorca, San Felipe de Aconcagua, Quillota, Los Andes, Valparaíso, San Antonio e Isla de Pasacua.

DIVISION POLITICO ADMINISTRATIVA Y AREA URBANA RURAL	SEXO			
	Ambos sexos	Hom bres	Mujeres	Índice de masculinidad
<b>05 Región de Valparaíso</b>	<b>1.539.852</b>	<b>752.828</b>	<b>787.024</b>	<b>95,66</b>
Urbana	1.409.902	684.120	725.782	94,26
Rural	129.950	68.708	61.242	112,19

Provincia de San Antonio				
<b>San Antonio</b>	<b>87.205</b>	<b>42.843</b>	<b>44.362</b>	<b>96,58</b>
Urbana	83.435	40.884	42.551	96,08
Rural	3.770	1.959	1.811	108,17
<b>Algarrobo</b>	<b>8.601</b>	<b>4.369</b>	<b>4.232</b>	<b>103,24</b>
Urbana	6.628	3.361	3.267	102,88
Rural	1.973	1.008	965	104,46
<b>Cartagena</b>	<b>16.875</b>	<b>8.396</b>	<b>8.479</b>	<b>99,02</b>
Urbana	15.302	7.568	7.734	97,85
Rural	1.573	828	745	111,14
<b>El Quisco</b>	<b>9.467</b>	<b>4.815</b>	<b>4.652</b>	<b>103,50</b>
Urbana	8.931	4.520	4.411	102,47
Rural	536	295	241	122,41
<b>El Tabo</b>	<b>7.028</b>	<b>3.537</b>	<b>3.491</b>	<b>101,32</b>
Urbana	6.604	3.313	3.291	100,67
Rural	424	224	200	112,00
<b>Santo Domingo</b>	<b>7.418</b>	<b>3.811</b>	<b>3.607</b>	<b>105,66</b>
Urbana	4.737	2.370	2.367	100,13
Rural	2.681	1.441	1.240	116,21

Fuente: Instituto nacional de estadística de Chile. (INE)

## Antecedentes geográficos

## Clima

El Litoral Central de Chile posee el clima Templado Cálido Occidental, dicho clima está determinado por corrientes marinas frías que barren las costas y los vientos del mar que moderan las temperaturas. Como consecuencia, poseen poca diferencia de temperatura durante el año y en general son zonas de moderadas lluvias de invierno y sequía en verano.

La temperatura de la corriente de Humboldt determina el clima que, en Valparaíso, alcanza a una temperatura media en verano de 20 ° C a las 13 horas y en invierno 15 ° C. La diferencia media entre las temperaturas del día y la noche en invierno y verano es de 5°C. La humedad media relativa del aire a mediodía en verano es de 65%. La precipitación anual tiene una media de 462 mm., de lluvia, concentrada en los meses de mayo a octubre; los meses de noviembre a abril son considerados secos.

## Hidrografía

En la parte norte fluyen los ríos Petorca y La Ligua, de escaso caudal y de gran similitud a los ríos de Coquimbo. El río más importante es el Aconcagua. Tiene un régimen de alimentación en donde recién empieza a predominar la nieve, con crecidas en las épocas de primavera y verano. Se forma en la Cordillera de los Andes a partir de la unión de los ríos Juncal y Blanco. Sus principales afluentes son el Colorado y Putaendo. Sus aguas se utilizan intensamente en la agricultura, para usos industriales y para el consumo de agua potable.



## Vegetación

El paisaje de tipo mediterráneo se hace presente a partir del río Aconcagua. Consiste en arbustos bajos, más tupidos que en la estepa. Comienza a aparecer vegetación arbórea esclerófila: litre, peumo, boldo, quillay.

## Agricultura

El clima y la calidad de los suelos convierten los campos de la región en los más fértiles del país, y se dispone de suficiente agua de riego que se distribuye a través de una importante red de canales y embalses. Entre estos últimos, los más importantes son el de Peñuelas, Lo Orozco, Lo Ovalle, Catapilco, Chepical, Las Palmas y Pitana. Son importantes los cultivos de fruta, legumbres, hortalizas, cereales. La región aporta el 29,7% (1992) de la producción nacional de uva y el 30% de la producción total de duraznos; en sus zonas de microclima produce el 41% del total de las paltas del país, y una gran parte de la producción de chirimoyas. La producción forestal también cobra importancia: pino insigne y eucaliptus (especies introducidas a Chile).

## Industria

La Quinta Región es la tercera en importancia industrial en el país, después de Santiago y Concepción. Genera el 20% del P.I.B. y emplea el 12% de la población económicamente activa. Encontramos industrias conserveras, de cemento, textiles y de alimentos. La refinería de Concón, ubicada en la desembocadura del río Aconcagua, refina el petróleo crudo importado y distribuye los subproductos a gran parte de la región central del país. Al norte de Quintero está la planta procesadora de cobre de Ventanas, que cuenta con una central térmica para su funcionamiento. En el sector del valle de Aconcagua, la ciudad de Quillota tiene importantes industrias alimenticias,

textiles y de plástico. Está unida a la rica zona de primores agrícolas de La Cruz – La Calera, y esta última también con la industria de cemento. Llay-Llay tiene una industria química y de alimentos, favorecida por su posición de encrucijada caminera. Las ciudades de San Felipe y Los Andes, además de su tradicional industria conservera y de fibras duras (cáñamo), han desarrollado la agroindustria relacionada con el aumento significativo que ha tenido la fruta de exportación en la región, creando empresas afines: las empacadoras, bodegas frigorizadas y conserveras entre otras. En el norte de la región se destaca la industria de tejidos de punto de La Ligua y en la parte meridional de la región, el puerto San Antonio (segundo puerto más importante del país) es importante en la actividad pesquera, además de ser el punto de salida de los concentrados de cobre del mineral El Teniente. En general, la Quinta Región es una zona minero-agrícola e industrial.



Universidad de Chile  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Escuela de Diseño