Memoria de Título

Quillota

Marcelo Barros Sandoval

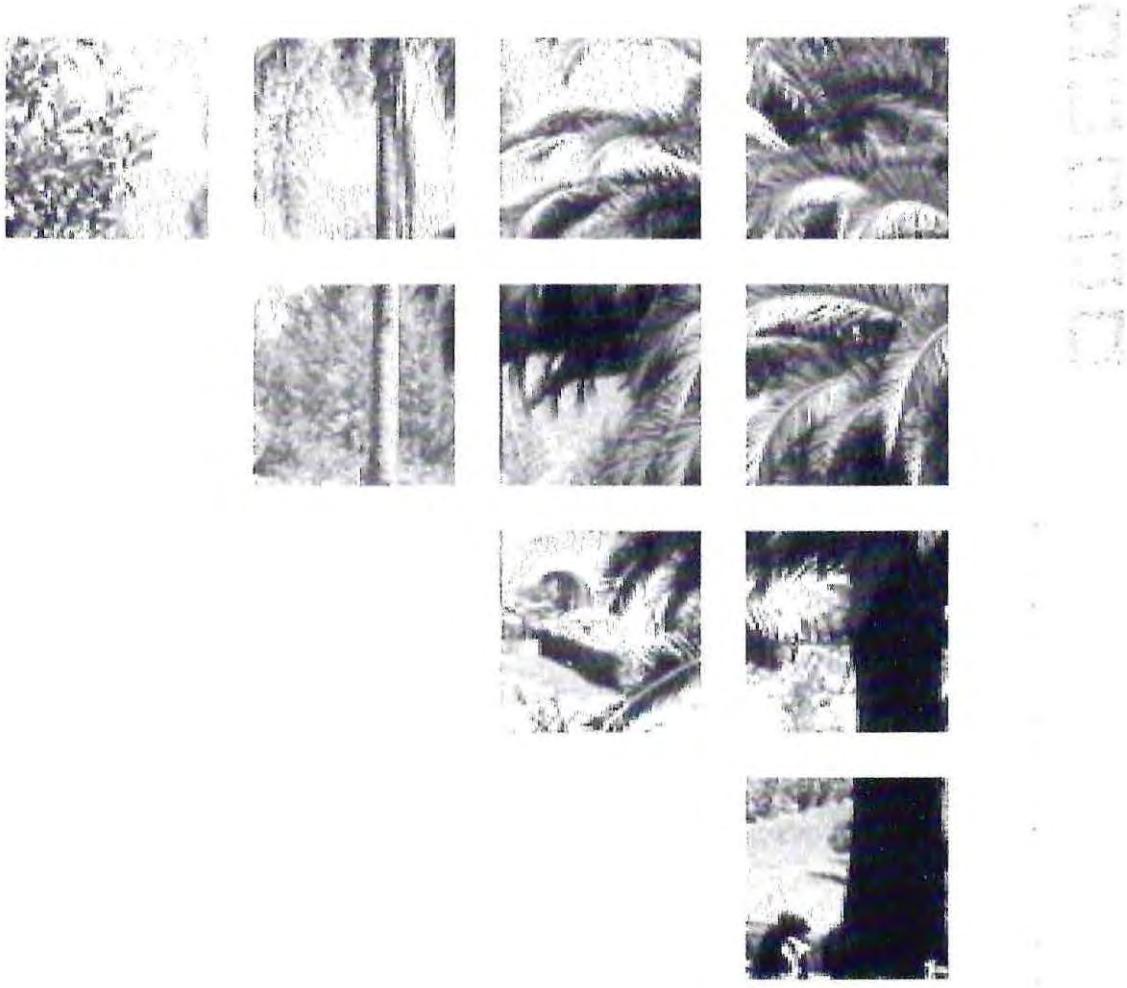
Allan Browne Escobar

Diseño Gráfico

Universidad de Valparaíso

1999

Indice



Tema

Título

Quillota; Retrato Gráfico de su Identidad.

Sistema Editorial.

Introducción

El Proyecto nace motivado por la preocupación del Taller de Título de abordar una realidad tan compleja y variada como es la **Identidad Nacional**.

Identidad concebida como el soporte humano-valórico fundamental en nuestro pensar, sentir y actuar.

Bajo esta señal el proyecto se enfoca en el tema de la **Identidad-Ciudad**, entendida como la resultante de la relación entre Hombre y su espacio entorno la ciudad.

Observar la ciudad como el conjunto de elementos generadores de una dinámica activa, soportada por una estructura en constante movimiento. Se presenta para el Diseño como una fuente inagotable de nuevas experiencias.

Explorar esta dinámica físico-social llena de múltiples elementos, unidos a través del tiempo y el espacio nos permite obtener signos de una identidad propia, auto-referente y orientadora del camino gráfico a tomar en relación a este tema.

Panorama General

De cara al nuevo milenio, las tecnologías han acortado las distancias entre los pueblos invadiendo a través de éstas las mentes humanas, con una incontrolable cantidad de información. Diluyendo de esta manera nuestras identidades, haciendo propio lo venido de otras culturas.

Es así como estos intercambios culturales irresponsables están provocando una globalización carente de contenido y forma.

La mediatez de la información, la cultura del zapping, entre otras, ha provocado que el Hombre sienta que su "conección" con el mundo tenga que estar siempre a la altura de lo "nuevo". Todo esto se expresa por ejemplo, en la angustia que se genera cuando nos sentimos excluidos de alguna información o cuando creemos no dominar algún tema.

El Hombre por esencia necesita comunicarse y participar de su entorno a través de sus sentidos y afectos. Es entonces, que el panorama actual se ve tremendamente dañado ya que las tecnologías han encerrado al Hombre en un círculo, del cual no puede salir o le es muy difícil "desconectarse".

La falta de seguridad y de libertad para la expresión,

esta provocando en el Hombre una atrofia difícil de tratar, su mirada ya no tiene el dominio de sentirse pertenecedor a un lugar o una sociedad. El dilema entre la integración y la exclusión es constante.
Comenzar a distinguir aquellos elementos de carácter local que reafirmen la posición física y espiritual del Hombre, hacen pensar en que esta busqueda renovará aquella mirada, ya que considera al Hombre desde su propia estructura.

Situación Particular

El desconcierto que existe a nivel mundial respecto a la identidad, producto en gran parte a lo que ya hemos mencionado ralativo a la invasión de las tecnologías y a comportamientos culturales adoptados. Hacen ver al Hombre en la relación con su espacio inmediato, su casa, su barrio, su ciudad, como un ser ageno, lejos de poseer un arraigo respecto al lugar que habita.
El habitante se diluye, se consume, perdiendo su capacidad de diálogo con el entorno que lo rodea.
La pérdida del valor cultural que aporta el diálogo permanente con el espacio-ciudad deteriora los procesos de aprendizaje, participación y encuentro del habitante consigo mismo.

El habitante de Quillota no se escapa a esta realidad.
El quillotano carece del arraigo hacia su ciudad, no maneja la información suficiente que lo haga identificarse con élla. Busca la información en el orden cotidiano que maneja y que obviamente éste lo aleja del contenido esencial que debe recibir en relación a su ciudad.
Por lo tanto el quillotano comienza a sentir que la ciudad no se identifica con él, y que su experiencia no se une con el relato que la ciudad le entrega, produciéndose un gran distanciamiento entre la comunicación Hombre-Ciudad.

La Cultura

Podriamos decir que cultura es todo aquello que el hombre hace ligado a sí mismo, en vinculación con su medio y en la búsqueda del cumpliminto de sus sueños.
También la cultura es el reflejo que determina las características de un pueblo.
Por lo tanto la cultura es el ámbito donde se crean e instauran los valores que involucran a los habitantes de un lugar. Es un espacio para la creación y la participación común de valores, uniendo así la espiritualidad de los Hombres, haciéndolos partícipes de su particular diálogo.

La prática y el desarrollo de este diálogo entrega un sentido de pertenencia que se manifiesta abiertamente, se extiende y transmite a las nuevas generaciones.

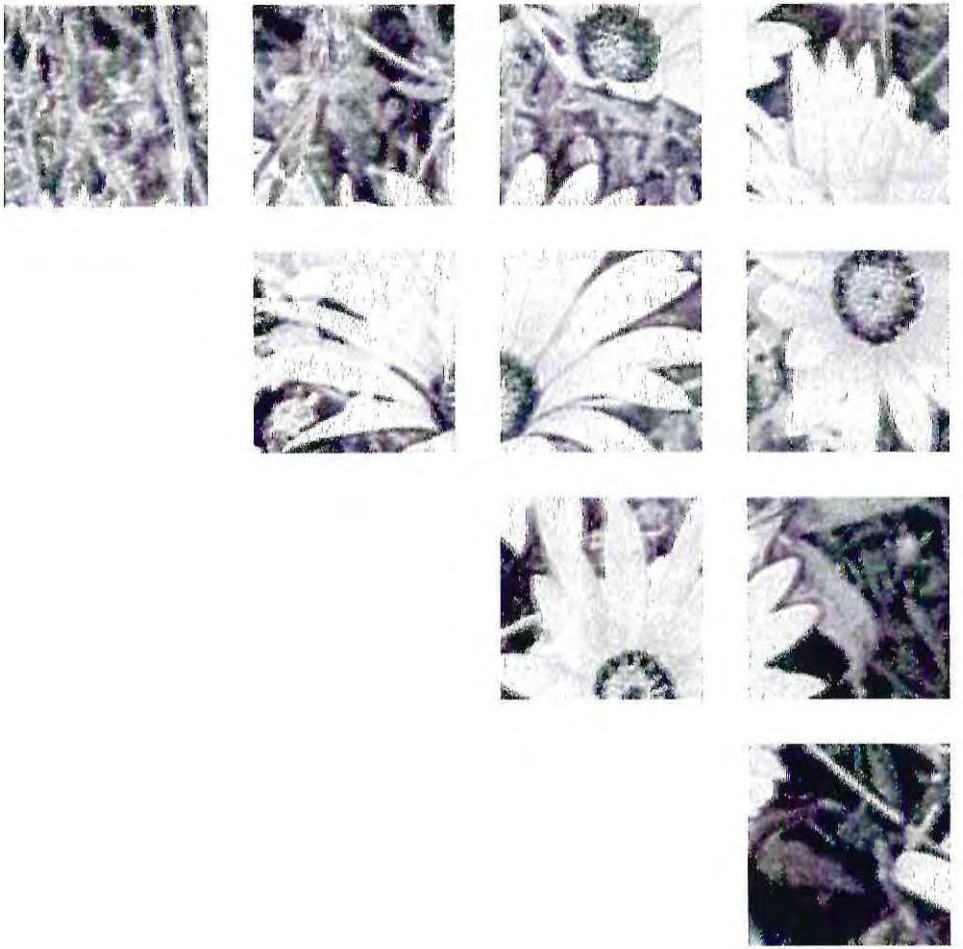
La Identidad

Tiene que ver con el manejo de los valores que se han creado en el espacio cultural.
La relación y el reconocimiento de estos valores genera seguridad y confianza en cada individuo. Los vínculos afectivos que se logran permiten la constante revisión de los valores y el avance de la autoreferencia .
La identidad nos va entregando signos de una estructura que esta constantemente cambiando y que se suma a los intereses personales de cada individuo respecto al tema.
Es así como vamos heredando una propia manera de representación tanto individual como grupalmente.

La Ciudad

Aparece como el espacio depositario de esta representación o mejor dicho de los elementos que conforman la identidad del habitante.
La ciudad poco a poco se transforma en una verdadera biografía de la Humanidad.

Ciudad significa encuentro y por esta razón debe comprenderse como la reunión consciente de personas que son conscientes de sus intereses comunes.
Este encuentro debería involucrar y comprometer emocionalmente a cada individuo, permitiéndole desarrollar su sentido de pertenencia, consciente y extensivo en el lugar donde se vive, haciendo propio su territorio.
La voluntad de compromiso personal hace posible consolidar la identidad, valorarla y heredarla.
Por lo tanto, podemos decir que el Hombre va construyendo su identidad en el espacio ciudad a través de las acciones que realiza en ella, junto con las posibilidades que la misma le ofrezca.
El crecimiento de las ciudades exige a sus habitantes nuevas maneras de interactuar con ella. La relación Hombre-Lugar, exige una organización y coherencia adecuada, siendo la Cultura uno de los espacios más fértiles para afianzar la identidad.



Quillota

Quillota

Para entender el carácter propio del quillotano se hace necesario realizar una breve reseña histórica de Quillota.

Quillota es una ciudad antigua, con tradiciones, viejas calles de adoquines, un centro colonial español tipo damero y rodeada por maravillosas casas de campo que bordean la ciudad. Está considerada entre las primeras del Reino de Chile y además, tiene la fama de haber sido importante. No en vano se cuenta que pudo haber sido la capital y que tenía bajo su administración el puerto de Valparaíso, que era el jardín de Chile y tantas otras cosas que dan fé de su importancia.

Quillota surge del encuentro de dos razas, la indígena y la española. El numeroso grupo de indígenas que allá por el 1400 habitaba el Valle del Aconcagua, eran principalmente Picunches, que conocían el uso de la cerámica, el manejo de algunos cultivos y la domesticación de animales. Mantenían relación con los indios Changos, provenientes de la costa, con quienes podían intercambiar productos de la tierra por productos del mar.
El imperio de los Incas también extendió sus dominios sobre el Valle de Quillota, allá por 1485 instala en este

lugar su último Mitimáe, durante el gobierno de Tupac Yupanqui. Esta colonia indígena era gobernada por emisarios venidos desde el Cuzco. En el valle reclutaron a Michimalonco, lo llevaron a sus dominios, en la zona actual del Perú, y allí lo educaron para que liderara a los indios de nuestra zona. La idea de los Incas era avanzar sus dominios lo más al sur posible, objetivo que fué impedido a la altura del Maule por los Mapuches. Ya posterior a la llegada de Colón a América se establece en Quillota el primer español que llega a Chile, en el año 1533. Ya en 1536 el descubridor de Chile Diego de Almagro permanece cerca de tres meses en Quillota antes de regresar al Perú.

Hacia 1540 Pedro de Valdivia el conquistador, manda construir la "Casa Fuerte de Quillota o de Chilli" para vigilar los lavaderos de oro de la región.

Los españoles que en un primer momento tomaron el Valle de Quillota como lugar de descanso, por sus especiales condiciones climáticas y geográficas, poco a poco fueron asentandose en el lugar y ya en 1555 la encomienda de Quillota abarcaba desde la cordillera al mar; perteneciendo primeramente a Pedro de Valdivia, posteriormente pasaría a manos del primer obispo de Chile Rodrigo González de Marmolejo.

En 1607 el Cabildo de Santiago otorga a Quillota solamente el título de Aldea, quedando así bajo su jurisdicción.

Tras importantes gestiones y solicitudes de las autoridades locales, el 11 de Noviembre de 1717 el Gobernador Interino del Reino de Chile, Don José de Santiago Concha y Salvatierra, funda la "Villa de San Martín de la Concha". Llamada así en honor al patrono de nuestro valle y de su ilustre fundador. Junto a los vecinos congregados en lo que sería el centro de la villa, el Gobernador y el Obispo Luis Francisco Romero, toman cada uno de un extremo una soga con la medida de una cuadra y trazán el cuadrado o manzana, donde quedaría ubicada la plaza de la ciudad. Tan sólo en esta fecha se acaban las adiosas tramitaciones sufridas por Quillota para el cumplimiento de tan antigua y postergada fundación. Nuestra ciudad comenzó con 35 cuadras que fueron compradas por la Junta de Poblaciones en 150 pesos al rico encomendador Arturo de Pizarro. Se desarrollará por casi un siglo, una larga disputa entre los vecinos dispuestos a ser ciudadanos de la villa y los hacendados y su gente que no querían centros urbanos en el corazón de las ricas y productivas haciendas de la zona. La disputa entre lo rural y lo urbano postergará el crecimiento de Quillota.

El 17 de Octubre de 1721 el Rey Felipe V nos envía el título y el escudo de armas reales. El escudo está dividido en dos cuarteles, teniendo en la parte superior tres flores de Lís dentro de una conha, en el cuartel inferior un león sosteniendo una antorcha encendida y dos letras C en cada cuartel, que significan "Ciudad Construida Con Cariño".
Durante el siglo XIX, en el 1800 la población urbana de la villa de San Martín de la Concha, en el Valle de Quillota, era según el censo de 1813 de 1.070 habitantes. Había entonces 250 casas de las cuales 152 eran de tejas y 107 de techo de paja. Una estimación sobre la composición racial indica que había un 89% de españoles, un 7% de indígenas y un 4% de negros y mulatos.
Ya estaban establecidos los conventos de los religiosos Domínicos, frente a la plaza; de los Agustinos en lo que hoy es el Instituto Rafael Aristía, y de los Mercedarios en el mismo terreno que ocupan actualmente, calle Merced.
El 6 de Agosto de 1822 el Director Supremo y actual Padre de la Patria Bernardo O"Higgins Riquelme, nos confiere el título de "Ciudad de San Martín de Quillota", en una fiesta que duró más de una semana.
Muchos años y muchas historias hay para contar, pero Quillota crece y aún se ve hermosa, todavía verde, y de campos ordenados, con calles bien trazadas sobre

este tablero de ajedrez que es su eje central.
El nombre de Quillota se va en las lúcumas, paltas y chirimollas que viajan hacia otros mercados, hablando así de nuestra capacidad agrícola.
Quillota se proyecta hacia el futuro con grandes esperanzas, desafíos y trabajo.
Quillota se proyecta hacia el nuevo milenio con el ánimo de valorar cada día más el lugar donde se vive, luchando por satisfacer todas las necesidades de sus habitantes, y entregando el espacio necesario para desarrollar armónicamente sus actividades.
El proceso para afianzar las raices del habitante de Quillota está en marcha, el desafío es grande y el trabajo mucho mayor.
Saber encausar los objetivos que Quillota se plantéa es la gran esperanza que cobija el espíritu de esta ciudad.

Datos Específicos

Nombre: Durante la época de la conquista y la colonia los cronistas hablan del Valle de Quillota o de Chile, en términos que enmarcarían el mismo territorio. El cronista español Antonio Vásquez Espinoza dice en sus manuscritos que "el Valle de Quillota era llamado Chile, de donde toma el nombre todo el Reino".
Los españoles la llamarían Quillota. En 1717 se le llama "Villa de San Martín de la Concha". En 1822 Bernardo O"Higgins Riquelme la nombra "Ciudad de San Martín de Quillota", hoy es conocida sólo como Ciudad de Quillota

Significado: Existen varias versiones, una de ellas dice que el origen de la palabra Quillota vendría según la versión más acertada de la voz indígena, "CHILLELLOX" que los españoles mediante el uso la castellanizaron en Quillota.
Otra versión dice que viene de la lengua Aimará "QUILLUTA" y significaría "andar entonado".
Y la otra versión dice que Quillota significaría "valle angosto y risueño", del Quechua, Quillu (angosto) y Ta (risueño).

Ubicación: En la zona central del país, al interior del

Valle de Aconcagua en la Quinta región. Ciudad Capital Provincial que incluye las ciudades de La Calera, Limache, Nogales, Hijuelas, LaCruz y Olmué.

Habitantes: En la Provincia estimación 1995 215.000 hab. en la ciudad de Quillota estimación 1995 70.000 hab.

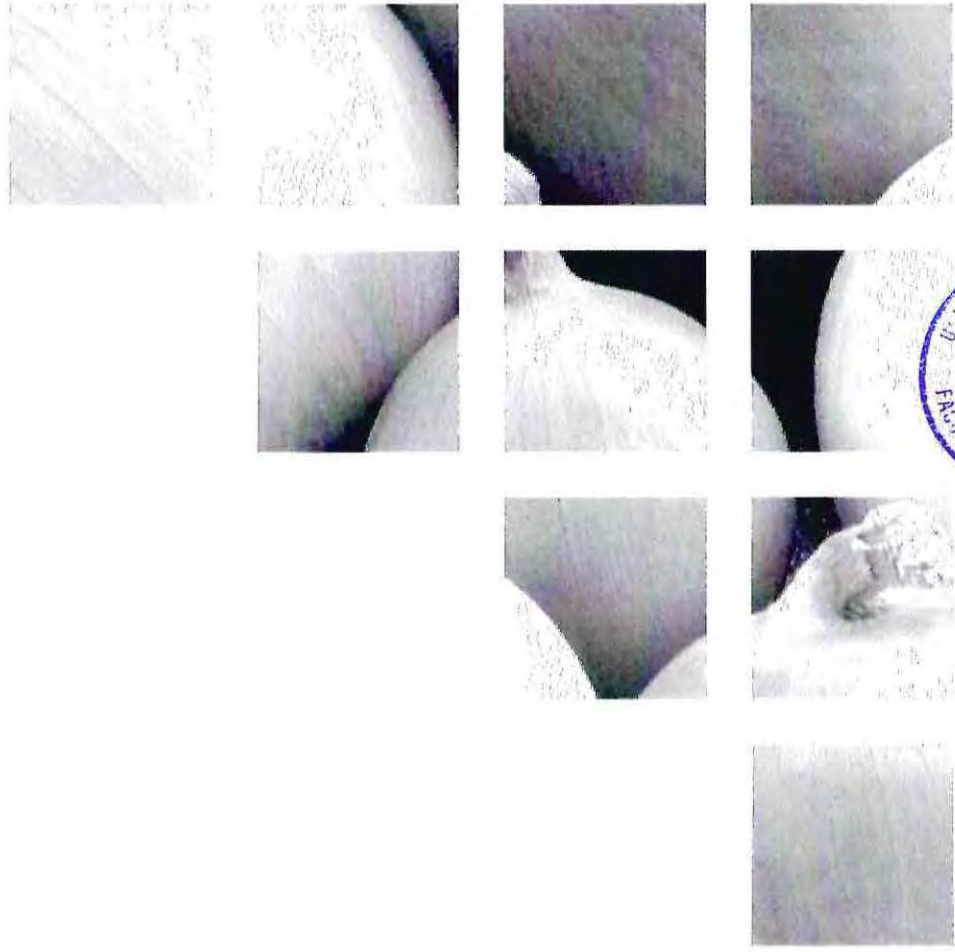
Fisonomía General: Con un clima mediterraneo, con sus cuatro estaciones. Surge Quillota al interior del Valle del río Aconcagua, de verde y extensas tierras de cultivo. Quillota es la típica ciudad colonial estructurada con el esquema urbano español de Damero, empleado en la construcción de las ciudades que se proyectaron en Chile y gran parte de América. Este diseño se proyectaba sobre una plataforma de seis por seis cuadras las mismas que hoy conforman el centro colonial de la ciudad.
Es una ciudad tranquila, ordenada, con su centro orientador que es la Plaza de Armas de la ciudad.
Sus habitantes se reparten entre urbanos y rurales.
Su arquitectura comienza con sus casas uniformes, de poca altura, con sus fachadas lisas y sus patios interiores. Es ciudad caminable, donde el contacto cercano con lo rural esta siempre presente.

Característica Particular

Es importante mencionar como la geometría de Quillota regulariza, condiciona y ordena todos los elementos que tienen relación con ésta . Todo gira entorno a su centro fundacional la plaza, éste es el lugar donde todo sale y a donde todo llega. Desde sus inicios la plaza se transformó en el contenedor de las actividades más importantes que acontecen en la ciudad, tradición que en la actualidad sigue desarrollandose. Tanto como para el comercio, el gobierno, la diversión, la cultura, etc. Es interesante este aspecto ya que el habitante posee en su inconsciente esta estructura, de centro. Además existen dos factores que se suman a esta importante característica:

Primero la geografía del Valle del Aconcagua, rodea la ciudad con sus cerros dando la sensación de estar contenido en este espacio geográfico.

Segundo la arquitectura de sus casas coloniales, donde todo gira entorno a su centro, sus patios interiores. Todo esto nos hace visualizar la ciudad como vertida hacia adentro, totalmente interior, protegida.
El centro interior es la referencia común del habitante.



Problemática

Panorama Local

Es importante señalar la preocupación local que se tiene por destacar la identidad cultural de Quillota.

La Ilustre Municipalidad de Quillota, dirigida por su Alcalde Luis Mella Gajardo, ha planteado objetivos bastante claros respecto al tema, creando proyectos que se han ido materialazando con el paso de los años. Por mencionar algunos:

Campaña para la ciudad, "Yo Creo en Quillota", incluida marca gráfica, afiches, folletos, aplicaciones en dependencias y vehículos municipales.

Desarrollo de eventos culturales destinados a mostrar la ciudad, como *Hecho en Quillota, Expo Quillota, Expo Agro, Encuentro de Nuestras Raices, Fiesta Típica Criolla*, además de festivales y conciertos.

Seminarios para el desarrollo sustentable de la ciudad.

Creación del *Parque Aconcagua*, recreación y centro de eventos.

Desarrollo de un *Parque Industrial* y próximamente un *Parque Técnico Industrial* para reunir todas las actividades productivas en un solo lugar.

Creación de *Leasing habitacional* y *Renovación urbana*, para ordenar y dar valor al suelo.

Difusión regional, nacional e internacional de la ciudad; en participación con reportajes, entrevistas, seminarios, exposiciones, intercambios culturales con ciudades de Canada y Argentina.
Remodelación y conservación del casco colonial de la ciudad, principalmente su plaza y el entorno que la rodea. Entregando la condición de valor histórico a muchos espacios de este lugar, edificios y casas, incluso una és monumento nacional.
Renovación vial y ordenamiento del transporte para beneficiar el disfrute de la ciudad.
Rescate de antiguas tradiciones como por ejemplo los rodeos, la fiesta de la primavera y las galas culturales.

También existen otras instituciones públicas y privadas que manifiestan su preocupación respecto al tema de la identidad en Quillota.

La *Casa de la Cultura* realiza constantes cursos entorno al rescate de las tradiciones de la ciudad: exposiciones pictóricas, fotográficas e instalaciones.
El *Museo Municipal* constantemente preocupado de conservar aquellos vestigios históricos y testimonios arqueológicos que aún hoy se siguen encontrando.

La *Casa de la Juventud* preocupada de mantener un espacio abierto para los jóvenes con actividades para su enriquecimiento cultural.

Medios informativos como la *Empresa El Observador*, con su semanal *El Observador, Radio Quillota, Radio Nexo y Radio La Calera*. Constituyen uno de los aportes más constantes en cuanto al desarrollo de la cultura en Quillota. Es gestor de eventos tan importantes como la Exposición *Hecho en Quillota*, concursos de pintura, seminarios, edición de libros, programas radiales y la diaria información necesaria sobre la ciudad a través de reportajes, ediciones especiales, etc.

También los colegios están tomando un rol activo importante, en el sentido de unir el contacto con la zona rural de la ciudad, organizando visitas y cooperaciones entre colegios.

Otras instituciones importantes están siendo los Institutos y Universidades, como por ejemplo, la *Facultad de Agronomía de la Universidad Católica de Valparaíso*, mediante la cooperación y el apoyo a los pequeños agricultores,con el fín de que mantengan la tradición de las actividades del agro.

La Universidad privada *El Libertador*, con su constante apoyo a las actividades culturales de la ciudad, también

con la creación de talleres culturales para el desarrollo local.

La *Universidad de Playa Ancha* realizó a través de dos alumnas una importante labor de restauración de monumentos en la plaza de la ciudad.

La difusión turística que desarrollan conjuntamente las agencias de turismo con el *Departamento de Turismo de la Municipalidad*, a través de la implementación de varias actividades, como por ejemplo el agroturismo, cuyo objetivo es dar la oportunidad a que familias urbanas de Quillota, tengan la experiencia de vivenciar un poco la vida rural. Los tours educativos, donde se invita gratuitamente a cualquier persona a un recorrido en bus por los puntos más interesantes de la ciudad, tanto urbanos como rurales. Ofreciendo así una perspectiva nueva para el propio habitante.

El *Centro Turístico El Edén*, posée un entorno que desarrolla ampliamente sus espacios, rescatando siempre lo más típico del lugar; arquitectura colonial, comidas típicas, media luna, carreras a la chilena, etc.

Las Depovias son otras actividades organizadas por los Centros Deportivos y la Municipalidad, y que consiste en cerrar determinados sectores urbanos, para dedicarlos por algunas horas al deporte y la recreación.

Encuestas

Pero este panorama local no esta completo, si no tomamos encuenta la opinión del propio habitante de la ciudad. Por lo tanto, dentro de la metodología de trabajo establecida para este proyecto se determinó realizar tres encuestas, referentes al tema.
Su objetivo, desarrollo y conclusión es el siguiente:

El objetivo general de estas encuestas y entrevistas, nace del interés por establecer un contacto directo con el posible usuario, ya que su información es pieza fundamental en cuanto a la determinación del contenido más representativo para el proyecto.
Buscar respuestas frente al nivel de sensibilidad del habitante quillotano respecto a su ciudad fué la meta que guió estas encuestas.

Encuesta Primera: encuesta del tipo rápida, de respuesta breve, dirigida a cualquier persona. Esta encuesta se realizó en las calles de la ciudad.

Encuesta Segunda: Encuesta de tipo temática, en donde las preguntas requieren de un nivel de respuesta más extenso. Encuesta realizada principalmente a profesionales

Encuesta Tercera: Encuesta de tipo temático familiar, dirigida y realizada para todos los integrantes de un grupo familiar.

Resultados encuesta primera:

Encuesta diseñada con 20 preguntas, más unas palabras donde el encuestado contesta lo primero que piense.
La encuesta tiene por objetivo determinar a través de respuestas breves varios aspectos sobre Quillota.
-Cuál es el conocimiento histórico sobre Quillota.
-Cuáles son los referentes físicos más importantes para el quillotano.
-Cuál es el nivel de compromiso y preocupación por la ciudad.
-Qué opinión se tiene frente al tema editorial.

Frente al primer objetivo, cuál es el nivel de conocimiento histórico sobre Quillota. Se realizaron tres preguntas específicas:
¿Qué le dice la siguiente frase, "Ciudad Creada Con Cariño" ?.
¿En qué año se fundó Quillota?.
¿Conoce algún personaje de la historia de Quillota?.

Sobre un universo de 40 encuestados, sólo el 7% contestó acertadamente, un 12% contestó parte de las respuestas correctamente y un 81% de los encuestados no tenía nungún conocimiento.

Observación

Los resultados son claros, existe un bajo conocimiento respecto al tema historia de Quillota; existe un 93% de los encuestados que no sabe nada o tiene un vago conocimiento de la información solicitada.
Queda la sensación de que los encuestados no se preocupan mayormente de no saber la información.
Hay que hacer mención a que esta información no se imparte constantemente en la educación escolar.

Frente al segundo objetivo, cuales son los referentes físicos más importantes para el habitante de Quillota.
Se realizaron las siguientes preguntas.
¿Qué lugar de Quillota le mostraría a un turista?.
¿A qué lugar no lo llevaría jamás?.
¿Qué considera que es lo más representativo de la ciudad?.

Frente a estas preguntas un 75% nombró la Plaza como el punto más representativo de la ciudad. Este elemento

se transforma en el más nombrado, otros elementos nombrados son la escultura El Arbol de la plaza y los cerros que rodean la ciudad. El centro turístico El Edén, se nombra en un 25 %, el campo y el río sólo en un 5%.

Observación

Los resultados son bastante positivos ya que en este sentido, las respuestas fueron instantáneas, la plaza se transforma en un verdadero punto referencial para los quillotanos, también se destacaron algunos elementos de la plaza, como, la escultura *El Arbol, la Pajarera,* la vejetación, en general cada parte de la plaza es apreciada con mucho orgullo ya que es conocida como la plaza más bonita de Chile.

Otro análisis significativo es ver como el quillotano deja en un segundo plano el sector rural de la ciudad, como referente importante para ellos, los sectores campesinos son nombrados en una segunda instancia.

También es importante señalar la poca mención del cerro Mayaca, elemento físico que convive con la ciudad y que lamentablemente no es conciderado como significativo. Esto demuestra el poco conocimiento

histórico- geográfico que se posée del lugar; la causa probablemente se debe a que este sitio es habitado por personas de bajo nivel económico lo que ha desprestigiado bastante el lugar.

Frente al tercer objetivo, cuál es el nivel de compromiso y preocupación por la ciudad. Se realizaron las siguientes preguntas:
Diseñe un slogan para que la gente se venga a Quillota.
¿Cómo hacer para que Quillota se incluya en guías y programas turísticos?.
¿A qué ciudad debemos aspirar a parecernos?.
¿Cómo va a ser Quillota en 50 años más?
Defina Quillota en tres palabras.

Frante a estas preguntas, los encuestados manifestaron gran interés por responder, un 95% de estas personas dieron respuestas que demostraron mucho interés y preocupación por la ciudad. Temas como el trabajo, la contaminación, la labor de las autoridades, el futuro, fueron los temas más nombrados.
Cabe señalar la comparación que hace la gente de Quillota con Viña del Mar, en el sentido de que esta ciudad explota sus características al máximo, lo que Quillota no hace.

Observación

Prácticamente todos los encuestados demostraron grán preocupación por la ciudad, sintiendose muy partícipes de élla y de sus problemas. Es aquí donde se percibe un espíritu ciudadano.
Este sentimiento especial no se manifestó en las otras preguntas.

Frente al cuarto objetivo, cual es la opinión frente al tema editorial. Se realizaron las siguientes preguntas:
Si tuviera que escoger entre un libro, un video o un C.D. Rom sobre Quillota, ¿cuál escoge y por qué?.
Si tuviera que comprar un libro sobre Quillota, ¿Cómo le gustaría que fuera?.

Acá los encuestados dieron respuestas diversas, frente a la primera pregunta un 55% optó por un libro, ya que lo consideran más útil, práctico y asequible de tener.
El video está en una segunda opción, ya que la entrega de la información es automática y la fuerza de la imagen es muy importante.
El C.D. Rom es el menos escogido, ya que es necesario tener equipo computacional y no todos tienen acceso.

Frente a la segunda pregunta un 85% de los encuestados mencionó la importancia de las imágenes en el libro, se pide mayor cantidad de fotos, dibujos, textos más breves, económico y práctico.

Resumen general encuesta primera:

Los resultados quedan claros, el habitante de Quillota maneja muy poca información respecto a la história de la ciudad.

Respecto a la identificación con los elementos típicos de la geografía urbana y rural la plaza se convierte en el elemento más nombrado, mostrandose un cariño muy especial por este lugar.

Importante es mencionar la tradición provinciana de disfrutar de la plaza como el corazón de las actividades más significativas de la ciudad.

Existe un sentimiento un poco escondido respecto al cariño por la ciudad, este sentimiento aparece cuando se hablan temas que tienen relación con el futuro de ésta, con los cuidados y el respeto por élla.

También es importante señalar lo desprotegido que se observa el sector rural de Quillota, su presencia geográfica no presenta una mayor identificación con el habitante, éste parece no haber mirado lo que le rodea.

¿ Cual és el conocimiento histórico de la ciudad ?.

81% no tiene ningún conocimiento.

12% sabe algo.

7% tiene información precisa.

¿ Cuales són los referentes físicos urbano-rurales más identificatorios para el quillotano ?.

75% nombra la Plaza de Armas.

20% nombra el Centro Turístico El Edén.

5% nombra el campo.

¿ Cual és el nivel de compromiso y preocupación por la ciudad ?.

95% mostró interés por los temas trascendentes para Quillota.

5% no demostró ningún interes.

Porcentajes obtenidos sobre un universo encuestado de 40 personas.

Resultados encuesta segunda:

Encuesta del tipo temático, donde las preguntas requieren de una respuesta más meditada. Esta encuesta fué dirigida especialmente al sector profesional de Quillota.

El objetivo de esta encuesta es tomar nota del nivel de compromiso por parte de un sector de la población, abordando temas como el amor por la ciudad, el entorno familiar, la imagen de ciudad.

Respecto al tema del amor por la ciudad y de como generar actitudes de compromiso con ésta, muchos de los entrevistados manifestaron que el amor por la ciudad nace, crece y se desarrolla en el diario vivir. El amor nace cuando ésta nos acoge, satisfaciendo nuestras necesidades físicas como espirituales.

Es aquí donde aparece muy destacado el tema de la familia, en un 98% los entrevistados la mencionaron como un pilar fundamental en la construcción de los valores hacia la ciudad.

La familia es la base de la sociedad, por lo tanto los valores que en ella se fundan son para toda la vida; es así como las familias son las encargadas de traspasar el cariño por la ciudad.

Respecto al tema de la imagen, un 85% resalta las

campañas publicitarias y un desarrollo corporativo de Quillota, sería totalmente beneficioso para lograr un desarrollo único de la imágen de Quillota.

Respetar la historia, respetar el campo, respetar la vida en provincia, fueron temas relevantes en esta entrevista. En particular un tema destacado es el de la vida en provincia. Quillota posee un ritmo de vida muy similar a cualquier ciudad regional provincial del país; la diferencia se produce en que Quillota es una de las ciudades coloniales más antiguas de Chile, con una ubicación geográfica privilegiada , al centro de la quinta región y muy cerca de la capital Santiago.

Esta particularidad ha provocado en el habitante, sentimientos encontrados ya que el sistema de vida de las grandes ciudades es muy distinto al que ocurre en Quillota. La vorágine se contrapone al pausado ritmo de la provincia, provocando una desvalorización de sentimientos de apego por ésta ya que la presión externa es grande.

Por esto no podemos dejar de lado lo ventajoso de vivir en la provincia y sobre todo en Quillota; esta característica, favorece la vida en familia, el disfrutar de lo natural es una ventaja poco apreciada por los quillotanos.

En Quillota se mezcla lo urbano y lo rural siendo estos

elementos dependientes uno del otro, el equilibrio entre ambos da vida a esta ciudad. La vida en provincia debe permanecer y la fuerza profesional tiene en gran parte el deber de hacerlo.

Resultados encuesta tercera:

Encuesta de tipo temático planteada para ser desarrollada a nivel familiar.

Se plantean tres preguntas con el objetivo de establecer de que manera se trata el tema de la identificación con la ciudad dentro de un grupo familiar.

Esta encuesta se realizó bajo un universo de 10 familias.

En las dos primeras preguntas referentes al tema del amor por la ciudad y qué elementos la construyen, el 100% de los encuestados saben del rol que cumple la familia en la formación de la base valórica de una sociedad. Pero, también saben del abandono en que están. Este abandono se refleja según ellos, en el poco apoyo dado por las autoridades y los educadores respecto a la motivación y creación de espacios culturales para fomentar el compromiso con la ciudad.

Un 70% cree que la relación colegio-familia, es un buen espacio para desarrollar un acercamiento hacia la ciudad del grupo familiar.

Respecto a la opinión sobre un apoyo editorial para el habitante de Quillota. El 100% lo considera un aporte muy interesante de desarrollar, sobre todo en satisfacer de alguna manera parte del vacio cultural de Quillota.
Se considera como apoyo editorial libros, revistas, folletos y juegos. Todo este tipo de material fué nombrado, siempre se dijo que un factor motivador para su uso en la familia, sería la carga lúdica o bién plantear diréctamente un juego en base a Quillota.
También se mencionan elementos necesarios para hacerlo atractivo como: fotografías, ilustraciones, volúmenes, colores vivos, etc.
Respecto a los textos se menciona que éstos deberían ser breves, para no saturar con mucha información.
Se mencionó fuertemente la falta del hábito por la lectura que sería en cierto modo la problemática que debería solucionarse, pero también se agrega que complementos como regalos, premios, etc. Potencian su atractivo.
No se hace mucha mención al costo económico que tendría, obviamente se planteó un valor razonable.

Hecho en Quillota

Un aspecto importante de mencionar y que tiene que ver con la creación de espacios culturales que se desarrollan en Quillota. El que mejor refleja un profundo sentido por fortalecer la identidad de la ciudad, es la exposición *Hecho en Quillota.*

A continuación una breve reseña del origen y desarrollo que ha tenido esta feria:

La exposición *Hecho en Quillota* es la muestra más importante que se realiza todos los años, durante el mes de Noviembre en la plaza de Quillota; donde se junta lo más destacado de la ciudad en sus aspectos económicos, de comercio, gestión municipal, cultura, productos, eventos musicales y diversión en general.

El *Hecho en Quillota* nace en el año 1990, producto de la necesidad de crear un espacio cultural que reafirme la imagen de la ciudad.

Visión que tuvo muy clara, el Profesor de Historia y Director del semanario *El Observador*, Roberto Silva Bijit, quien junto a su padre Leopoldo Silva diseñaron esta exposición y con apoyo municipal le dieron forma, realizando la primera exposición los primeros días de Noviembre de 1990.

La exposición desde su inicio logró provocar el entusiasmo

de los habitantes, reuniendo durante sus cuatro días de duración una gran cantidad de personas.

Hoy la exposición se ha consolidado enormemente sobre todo en su espíritu, el de mostrar una imagen de la ciudad tanto a sus propios habitantes como a los visitantes.
Si bién la exposición en los últimos años adquirió un enfoque mas bién comercial en cuanto a la muestra y venta de productos de la ciudad. Estos van desde las artesanías, productos de exportación, hasta servicios.
El aspecto cultural, no se ha dejado de lado aunque está más bién en un segundo plano; las exposiciones, eventos teatrales, rescate de tradiciones son más bién un acompañamiento. Lógicamente, la posibilidad de recuperar este espíritu está totalmente abierta, y ciertamente es un desafío que los organizadores deben replantearse.
Es aquí donde el Proyecto encuentra su espacio de expresión, en el sentido de ser parte de esta muestra y aportar de manera concreta con un producto diseñado especialmente para ella.
El espíritu del *Hecho en Quillota* y la posibilidad de llegar con un mensaje a miles de personas, es una buena

razón para para realizar el proyecto. La posibilidad de tener un stand de exhibición, una promoción especial para el proyecto, y además un público con una actitud de interés por conocer aspectos de su ciudad son otras poderosas razones.

Aquí es importante mencionar que el *Hecho en Quillota,* tiene una asistencia de público altísima durante los días de exposición. Entre 15.000 y 20.000 personas diarias, tanto quillotanos como del resto de la provincia.

Esto significa que aproximádamente un 40% de la población quillotana visita la exposición y un 15% aproximádamente de la población provincial.

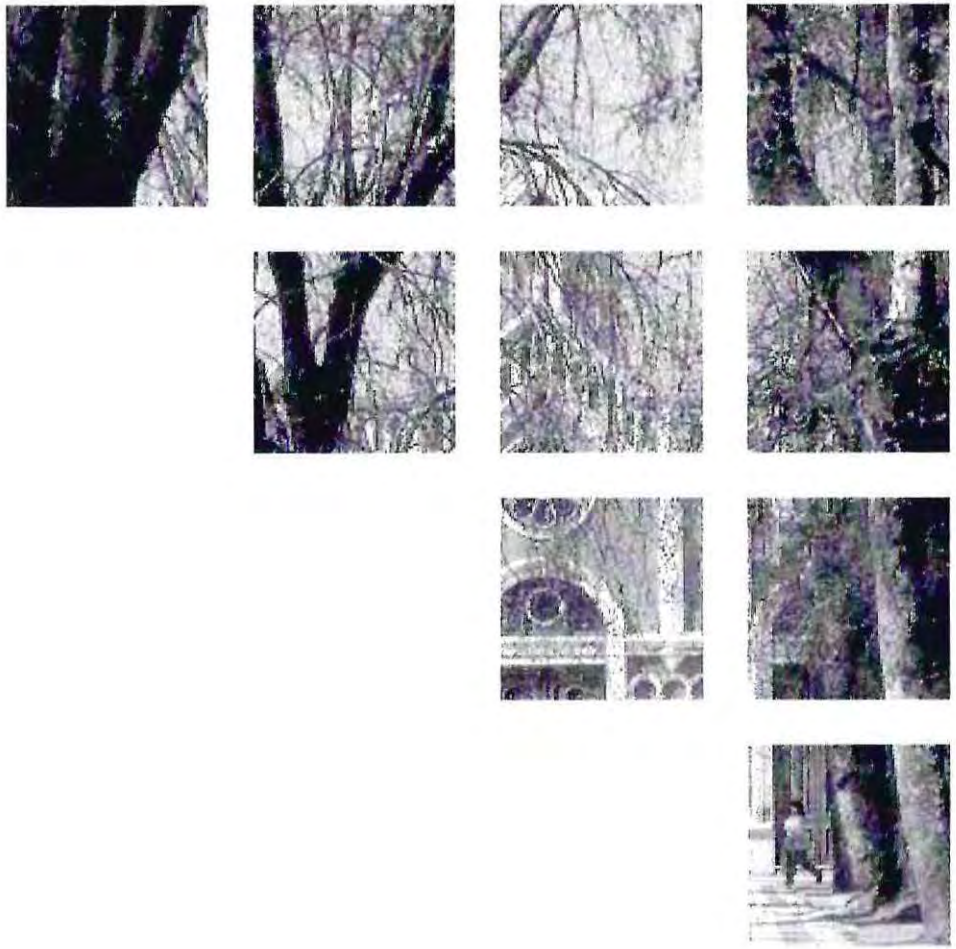
Todas estas ventajas crean un espacio interesante de tomar en cuenta al momento de definir donde expresar un proyecto de diseño que apoye la cultura.

Síntesis General

Después de esta visión general del panorama actual en Quillota respecto al tema de la identidad, la problemática se concentra en dos puntos:

La ciudad de Quillota como espacio físico-humano, carece de elementos gráficos referenciales concretos en cuanto al tema de la identidad. Su importante,pero, improvisada vida cultural no consigue mostrar una imagen sólida de la ciudad, diluyendo las manifestaciones que efectivamente, tienen un gran potencial cultural.

Esta falta de coherencia en las señales culturales de la ciudad se debilita más con la gran cantidad de información que invade sin control nuestros procesos culturales. Esto sin duda, crea la pérdida del sentido de pertenencia y el arraigo con Quillota por parte de sus habitantes.
La ciudad pierde identificación, no habla, se diluye y al final cada uno asume lo suyo, dejando los procesos culturales desvalorizados, flotando en su breve existencia.



Marco Referencial

El Soporte

Si bién la problemática del proyecto, respecto a las carencias que tiene Quillota en relación al trabajo que se hace entorno a la cultura están bastante claros y definidos. La opción por desarrollar este proyecto, en base al tema editorial libro tiene su fundamento, no sólo en la necesidad que pueda manifestar la ciudad respecto al tema, también tiene su sustento en la siguiente reflexión:

Los libros han tenido un papel único en la historia, ya sea como recipiente de las ideas o como una forma de expresión artística. Pero siempre ha estado inserto como el elemento transmisor de cultura clásico más importante del mundo.

El libro significa la continuidad de un pensamiento que no se detiene, no es fugaz, no desaparece, ya que queda registrado, permaneciendo en el tiempo.

El libro nos permite la dinámica de ir y venir moviendo nuestro pensamiento a través de la lectura. Lectura que puede avanzar, retroceder,en fín, remontarse a su origen. En el libro se puede morar. En cierto sentido esta siempre presente, disponible, ofrecido en su integridad. Se puede buscar en él cualquier pasaje o página que interese;

se le puede hojear sin que se desvanezca su integridad, aislar un fragmento mientras la estructura permanece. Pero a la vez tiene una estructura temporal y sucesiva que no se diluye en elementos aislados, es un camino que lleva de una información a otra de modo encadenado.

El libro como transmisor cultural tiene una función en apariencia sencilla, pero tremendamente decisiva en el futuro de los procesos culturales del hombre. La unidad cultural que el libro realiza, también es una labor que cumple dentro de la identidad de un pueblo.

La humanidad hereda a través del libro una experiencia que hace suya, la aprende, la imita. Hereda tradición y cultura. Todo lo que los hombres han ido descubriendo e inventando; se ha conservado y transmitido de generación en generación; conocimiento, saber, sentimientos, valores, ideas y creencias, aspiraciones y dudas, logros y fracasos. Compleja tradición que se mantiene y transmite en su forma y contenido.

El libro es la voz dormida de una cultura que una vez fué pensamiento vivo, y que renace cuando otro hombre, con su propia mirada, la despierta.

El libro es entonces, el instrumento privilegiado para proseguir la tarea, siempre inacabada, de formar nuestro propio reflejo a través de las manifestaciones culturales de un pueblo.

Retomar el Libro bajo esta percepción, hace posible soñar con mantener esta tradición cultural tan trascendente para la Humanidad. Renovarlo es nuestro deber.

Deber que se hace necesario cuando vemos que la globalización cultural del mundo, a través de las telecomunicaciones, obliga al Hombre a sumergirse en un vertiginoso mundo de información y conocimiento. Haciendo que el Hombre perciba múltiples realidades, debilitando su idiosincracia, su perfil cultural.

El Libro ha sido por siglos la fuente depositaria del pensamiento y ha sido el instrumento más firme en la conservación y la transmición de la cultura.

Cultura que vigoriza al Hombre, lo eleva equilibradamente, lo motiva.

Una búsqueda formal que rescate en escencia la estética del Libro y que aumente su cualidad expresiva, es probablemente, el nuevo valor que se le debe otorgar.

Referentes Teóricos

Es importante mencionar algunos antecedentes teórico gráficos como referentes para el proyecto.

Estructura tradicional del Libro:

Nomenclatura y definiciones sobre este impreso editorial.

Libro: Cierta cantidad de hojas generalmente impresas, dobladas, unidas entre sí y protegidas por una cubierta o tapa.

La UNESCO sugiere esta definición oficial:

Libro: Todo impreso, sin ser periódico, que reuna en un sólo volumen 46 o más páginas, excluidas las cubiertas.

Según su extención las ediciones o libros tienen diferentes nombres:

Entrega: cuando la publicación de una obra se hace a intervalos y pueden presentarse en fascículos con cubierta o sin ella.

Folleto: si es una publicación, consta de cierto número de pliegos.

Volumen: si la publicación consta de cierto número de folletos.

Tomo: cuando una obra consta de varios volúmenes.

Obra: si la publicación comprende varios tomos.
También se llama obra aunque tenga un solo volumen.

El orden de las páginas por lo general siempre es el mismo, pero puede variar según el autor o editor.
El siguiente es un orden preliminar, bastante usado por editores.

Orden de Páginas:

-Ante portada o Pre-portadilla
-Página vacía o blanca (o del imprimatur)
-Portadilla principal.
-Página de los Créditos
-Dedicatoria
-Vacía o blanca
-Nota introductoria delpresentador
-Vacía o blanca
-Prefacio del autor
-Vacía o blanca
-Autorizaciones de reproducción (también pueden ser después del prefacio o en página de créditos)
-Vacia o blanca

-Indice
-Fe de erratas (después del índice): ojalá que no exista
-Vacía o blanca
-Indice de ilustraciones
-Vacía o blanca
-Indice de tablas
-Vacía o blanca
-Indice de abreviaturas
-Texto
-Portadilla inferior (si la obra se compone de varias partes)
-Vacía o blanca
-Apéndices
-Notas
-Glosario
-Bibliografía
-Fuentes iconográficas
-Indice alfabético
-Anexos sueltos
-Colofón

Portada (tapa uno): es la cara de presentación del libro, consta generalmente del título de la obra, el nombre del autor y de la editorial. Ilustraciones o fotografías.

Pre-Portadilla: falsa portada ó anteportada,

se emplea generalmente sólo en obras de importancia o de bastante extensión; debe preceder a la portada. La portadilla se compone generalmente de una línea donde esta escrito el título de la obra en forma escueta.

Origen de la Portadilla: los primeros libros impresos carecían de portada, siendo una característica de los Incunables, (los Incunables son ediciones hechas desde la invención de la imprenta -año 1450- hasta principios del siglo XVI.). La portadilla es como la cara del libro y debe estudiarse de acuerdo con el estilo y tema de la edición. Antiguamente la composición de la portada era el máximo exponente de la belleza tipográfica y su forma clásica imitaba un vaso, un jarrón u otra figura análoga.

Dorso de la portada: el ideal sería dejar esta página absolutamente en blanco, pero las conveniencias editoriales y comerciales aconsejan poner todos o algunos de los siguientes datos:

-Propiedad literaria o copyright
-Firma o sello del autor
-Declaración del autor con alguna contraseña
-Número de orden en los ejemplares

-Número del depósito legal
-Fecha de impresión, imprenta
-Otras indicaciones editoriales. Diseñador, ilustradores.

Dedicatoria: no es más que la frase con que el autor ofrece su obra a determinada persona. Se coloca comúnmente en la primera página impar después de la portada. Debe ser breve.

Fe de Erratas: es la lista de erratas o errores advertidos en el libro durante su impresión. La fe de erratas es absolutamente necesaria sólo en obras científicas o de texto, donde una palabra, una formula o una cifra equivocada pueden ocacionar errores graves o confusiones. Se puede colocar al principio o al final de la obra.

Preámbulo, Prólogo o Prefacio: es un texto más o menos extenso de presentación de la obra. Escrito por el autor o por una persona autorizada, se compone en tipografía distinta, cursiva, del mismo cuerpo que el texto o bién redondo algo mayor. Se coloca después de la portada y de la dedicatoria. En el prefacio hay observaciones referidas a la producción del trabajo, da cuenta de la finalidad, límites o alcances del trabajo.

Introducción: la introducción prepara al lector para el tema que se desarrolla en la obra, pues en ella el autor expone por ejemplo, los antecedentes históricos de los asuntos o hechos que narran el libro. Con frecuencia ocupa varias páginas. Un trabajo, no tendrá necesariamente que tener introducción o un final propiamente dichos. La tipografía generalmente va en un cuerpo algo más pequeño que el texto, se coloca después del prólogo y precede al primer capítulo del texto.
La introducción es parte importante del trabajo y en ella el autor ofrece explicaciones de lo que ha hecho.

Otros elementos que se intercalan a veces son:
Declaración del Autor: que consiste en algunas frases con fines diversos, acción de gracias, invitación, etc.

Tabla de Abreviaturas: es la lista de palabras que se abrevian con frecuencia en el curso de la obra. Es muy útil en los diccionarios, libros de consulta, etc.

Sumario: es el resumen de la parte o capítulo, enumera los títulos, subtítulos y expone brevemente el argumento que se desarrollará.

Notas: las notas son explicativas o aclaraciones que

acompañan al texto y se relacionan con él mediante: números, letras, asteriscos, etc. Generalmente sigue el texto al pié de caja página por página, pero pueden colocarse también al final de cada capítulo o al fín del libro. Su tipografía es mucho más pequeña y de ser posible de la misma familia que el texto.

Colofón: inscripción puesta en una página al final del libro referida a circunstancias especiales de la ejecución del libro.

Folios Numéricos y Explicativos: los folios sirven para indicar la normal sucesión de las páginas.
En libros de textos y de consulta son absolutamente necesarios, en otras publicaciones pueden ser únicamente un elemento decorativo. No hay normas fijas para su colocación, pueden ir al pié o a la cabeza de la página, centrados o al extremo de la línea o en el margen exterior.

Epígrafe o Sumario del Capítulo: es un título o resumen que precede a cada uno de los capítulos o divisiones de una obra.

Títulos y Subtítulos: el título principal del libro

es el que consta en la portada, en el debe estar sintetizado todo el contenido de la obra. El desarrollo de las materias exigirá dividir la obra en partes, secciones, capítulos, párrafos, etc. Por consiguiente, habrá títulos, subtítulos, que deben destacarse dependiendo de su importancia.

Letra inicial o Capital: es la letra grande que se coloca al inicio de un libro o de un capítulo.

Indice: es la lista ordenada de las divisiones, títulos y subtítulos de la obra, con la indicación de la página en que se encuentran.
Los índices pueden ser de muchas clases y ciertas ediciones contienen varios, los más usados son:
Indice Sumario: o breve, aquí exponemos las materias por el orden en que están en el libro.
Indice Alfabético: es aquel que presenta por riguroso orden alfabético las materias cuestiones, autores, que se citan en el libro, abreviaturas, etc.
Indice Cronológico: es aquel que ofrece una lista ordenada de los sucesos contenidos en la obra, con la indicación de la fecha en que se sucedieron.

Copyright: autorización de reproducir parte o total de la obra (derechos de copia).

Complementos del Libro:

Cubiertas o tapas: cubierta es la envoltura de papel, cartón u otro material que viste y protege al libro. El uso de la cubierta impresa es relativamente reciente, se cree que fue introducido a mediados del siglo XVIII. Sus finalidades son principalmente dar más solidez al volumen y servir de elemento publicitario para atraer la atención. Se desglosan en tapa 1, 2, 3, y 4.
Hoy en día el libro se ha ido complementando poco a poco con otros elementos que si bién, no son productos propiamente editoriales, se deben mucho a las demandas publicitarias y de marketing que el mercado exige.
Por ejemplo hay libros que vienen en cajas de diversos materiales, acompañados por discos compactos o Cd Rooms poleras, revistas, diarios, en fín. En este campo el Libro esta tomando un rumbo bastante novedoso.

Libro Objeto

El Libro objeto es una alternativa actual, que adquiere mucha fuerza al momento de renovar en cierto modo, la estructura clásica del Libro tradicional.
La siguiente reflexción se refiere al tema:

Tal parece que los libros ya no serán el medio primordial,

para conservar y difundir la información. Dejarán de ser el centro focal de la conservación y desarrollo del conocimiento humano en la civilización moderna,como lo fueron en este milenio.

El libro hace que nos involucremos en forma activa, por medio de la mente. Esta actualiza las imágenes, sonidos, hechos e ideas que describen los libros.

El libro tradicional propone un recorrido secuencial para ser visualizado y comprendido, es decir, supone una forma monótona de entregar el contenido. Esto lo podemos ver en su estructura formal, por ejemplo la secuencia de las hojas, los parrafos etc. Todo se presenta linealmente.

De esta manera la información es recibida en forma plana, donde no es posible advertir intenciones de ningún tipo.

Es así como el libro objeto otorga la posibilidad de intervenir el soporte, a través de pliegues, cortes,cambios de formato, relieves, texturas, materiales, creando una realidad completamente distinta para el usuario.

El libro objeto exita la mente o estremece el corazón.

El libro objeto captura al lector, el cual debe estar abierto a nuevas experiencias, nuevos significados y nuevas formas de descubrir estos significados. De hecho el

lector debe esforzarse por entender, disfrutar y consumir un libro objeto.

Muchos artistas que realizan libros objetos, lo ven como una galeria manual, como algo personal, misterioso, siempre táctil, y hacen de sus obras una experiencia única para cada acontecimiento.

Los artistas han tenido la suficiente curiosidad para experimentar con la respuesta visceral ante las texturas, formas y materiales. Todo el acto de "leer" es un desafío para el artista e implica siempre la participación del lector involucrado en cada página.

El libro objeto otorga una interesante forma de comunicar, porque nos plantéa una propuesta emocional, potente, vivida y genuina.

El libro objeto es expresivo, arquitectónico e íntimo.

Capacidad Sensorial

El Hombre para estar en contacto con el mundo que lo rodea debe hacer uso de sus órganos sensoriales. Las impresiones provocadas por el contacto directo con las cosas que nos rodean dan por resultado las sensaciones. Las sensaciones van ordenando nuestra existencia. Nuestras sensaciones equivalen a nuestros sentimientos, asi como la razón a nuestros pensamientos.

Antes de las sensaciones deben exitir las percepciones. Las sensaciones se definen como una interpretación a nuestras percepciones. Cuando la calidad y la intensidad de éstas las relacionamos con los estímulos que las han provocado, nos damos cuenta de los colores, formas, dimensiones de los objetos, peso, distancia, etc.
Las experiencias sensoriales nos hacen tomar conciencia de nuestro entorno, el Hombre es un ser pensante, un ser emocional lleno de sentidos, que más allá de su razón, actúan solos frente a un hecho que los estimule constantemente. Esta estimulación provoca en el Hombre, el acercamiento a experimentar sensaciones que le produzcan agrado, las cuales, si bién no cumplen una funcionalidad física, la cumplen en el ámbito espiritual. Mientras las necesidades físicas y espirituales del Hombre esten satisfechas, éste se sentira un ser integral.
Las sensaciones provocan actos reflexivos; se entiende por acto reflexivo, la respuesta a un estímulo que involucra detención y recogimiento de las partes, comprendiendo un análisis voluntario de ellas. Se crea un espacio íntimo. Es así como el Hombre a través de sus experiencias sensitivas, emotivas y de la razón, va definiendo su identidad, que se proyecta en el espacio físico que habita. Define su territorio, lo valora y toma conciencia de su sentido de pertenencia.

La imagen y la percepción

Una manera de enfrentar y de percibir el espacio que nos rodea tiene relación con la imagen que tenemos de éste. La percepción en este caso es un proceso complejo, sometido a variantes e interrupciones. Estas se deben, en parte, a la complejidad del campo visual que constituye nuestro sistema circundante normal, y a las limitaciones de la capacidad perceptiva del observador. Durante el transcurso de la vida el Hombre aprende a percibir más correctamente, especialmente cuando lo guía algún interés o cuando ha recibido alguna educación especial.

La imagen como manifestación visual, crea un lenguaje que se presenta de diferentes maneras:

Símbolo: es la síntesis gráfica que comunica conceptos de identidad, buscando tener una única representación.

Señal: es la síntesis gráfica de un mensaje específico. Puede haber varias maneras de representar ese mensaje, pero se produce un proceso de selección natural que define la más eficiente, por convención llega a una sola representación que es el signo.

Signo: es la señal que llega a ser exclusiva representación de un mensaje en particular.

Toda la comunicación visual incluida los signos, símbolos, y señales poseen tres dimenciones distintas:

-**Semántica**: se refiere a la relación visual y su contenido, las referencias que el signo puede suscitar, la capacidad de provocar sugerencias, tiene relación con la conceptualización de la imagen.

-**Sintáctica**: se refiere a la relación visual de una imagen con otra, compatibilidad entre estilo gráfico y los recursos de la imagen, tiene que ver con lo formal de la imagen y su relación con el medio cultural en que se encuentre.

-**Pragmática**: se refiere a la relación de la imagen visual, con el usuario. Legibilidad, retención, memoria.

Sistema

Sistema Gráfico: sistema es un conjunto de partes orgánicas que concurren a un mismo fín o realizar una misma función. En todo sistema gráfico se debe considerar que los elementos visuales o sus atributos tienen relaciones entre sí. Los sistemas gráficos hoy en día son piezas fundamentales para el manejo y logro de objetivos comunicacionales de cualquier temática.

Todo sistema debe considerar cuatro principios básicos:

Principios Simbólicos: lo constituye el universo de símbolos y signos. Se entiende como las referencias que el signo o símbolo puede suscitar, es la capacidad de provocar sugerencias.

Principios Estructurales: se sustenta en la idea de estructura, comprende las leyes de combinación, de los elementos gráficos y la normalización que los hacen ser sistema.

Principio Sinérgico: es donde la propia estructura sígnica es fecundada en una serie de interacciones dinámicas que se constituyen en un recurso.

Principio de Universalidad: un sistema esta hecho para durar, para expandirse, es por eso que debe expresarse con su propia personalidad. Debe considerar su proyección en todos los segmentos sociales. Con preferencia del que se ha elegido.

Principales características que debe tener un Sistema:

Unidad: se logra por la integración de los elementos componentes ya sea color, tipografía, imágenes, actuando en una totalidad.

Coherencia: se logra a través del contenido y la forma. Que sus componentes se encuentren relacionados y que confluyan orgánica y armoniosamente con el total.

Legibilidad: tiene que ver con la facilidad de captación del mensaje visual; mensajes simples, con exactitud, en significaciones inmediatas para la comunicación de los fines propuestos.

Principales Elementos Gráficos que debe considerar un Sistema:

Estos elementos son aquellos que conceptualizan gráficamente la imagen, entregando los atributos diferenciales que regirán el sistema en su globalidad. Entre ellos tenemos: **la marca o simbolo, unidad del color, formas propias y la unidad tipográfica.**

La Marca o Símbolo: su función es asentar y destacar el sistema a modo de proyectar su identidad. La marca hoy se ha transformado en el elemento gráfico, esencial para establecer una diferenciación del sistema, y su conceptualización .
La marca debe cumplir con algunos requisitos básicos para que cumpla su función, ellos son:

Originalidad: es el factor de diferenciación y de personalización.

Valor simbólico: es el grado de evocación conceptual y emocional de la marca con respecto a su referente.

Pregnancia Formal: es la medida en que la forma se impone en el espíritu del receptor, tiene que ver con el factor de impacto.

Cualidad Estética: es la representación formal armónica entre la plástica y el concepto, es decir la relación de equilibrio entre forma y contenido. Tiene que ver con el factor de fascinación.

Repetición: es la función que tiene que ver con la impregnación mental.

Elementos que componen una Marca:

Logotipo: es el nombre de la marca. Puede ser un tipo de letra creada especialmente para el producto. El logotipo es la versión gráfica estable del nombre de la marca.

Isotipo: es la imagen gráfica abstracta o figurativa del producto, es la parte icónica formal. Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permita una identificación rápida.

Elemento que apoya una Marca:
Slogan: es una frase que acompaña a la marca, redactada con la brevedad y originalidad suficiente para que repetida constantemente quede grabada en la memoria del receptor.

Unidad Cromática: supone la elección de aquellos colores que de acuerdo con los conceptos extraidos, conforman otra vertiente de identificación y creación. Básicamente la unidad del color jerarquiza la información y potencia la unidad del sistema.

Formas Propias: se encargan de definir la personalidad del sistema, organiza y unifica los soportes, entregando una lectura global del mensaje.

Unidad Tipográfica: por sí mismas entregan una mayor connotación y significados complementarios al sistema. Son las que darán una segunda capa de significados enriquecedores de la función general del sistema.

Tiene que ver con la actividad que se desarrolla conjuntamente al trabajo gráfico del proyecto. La función como editor es importante en la medida que nos abre el camino hacia las soluciones que como gráficos debemos dar.

La visión, el olfato que un editor debe poseer,es sin duda la clave al momento de definir y seleccionar lo que se va a publicar. La experiencia en este campo es fundamental.

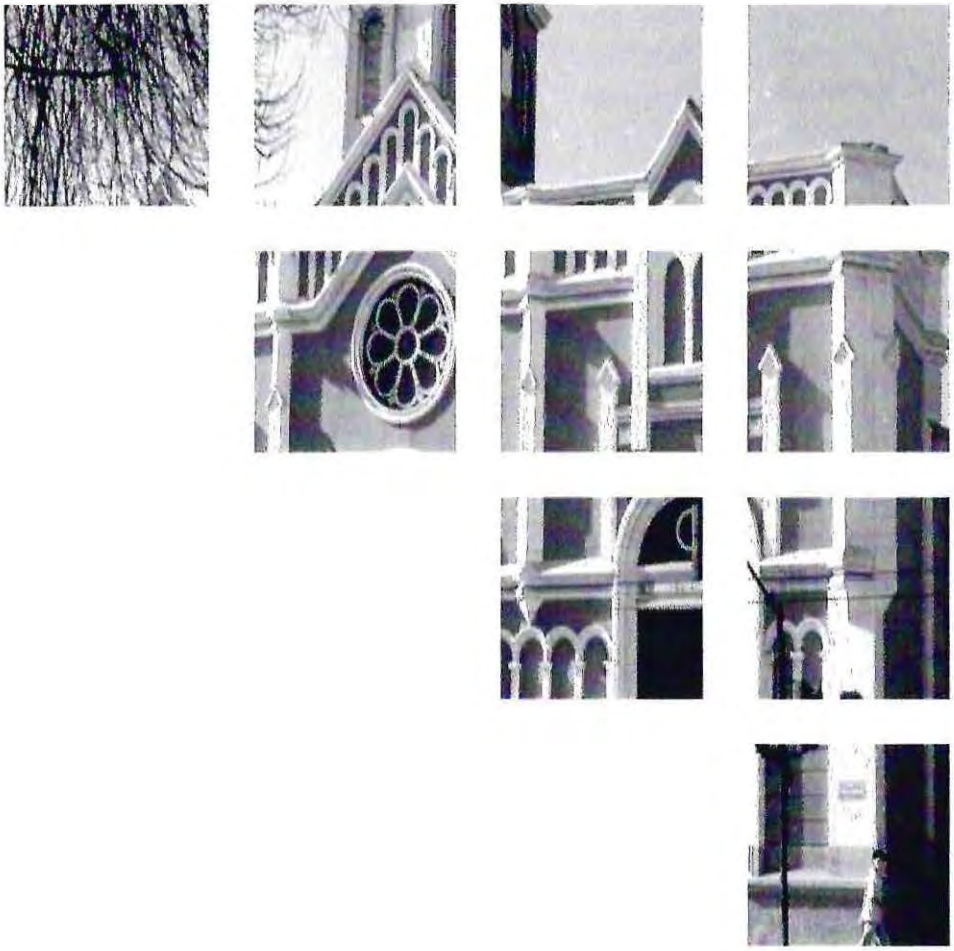
Existen editores importantisimos que han cambiado incluso la tendencia narrativa de un país. Un ejemplo de ello es el norteamericano Maxwell Perkins, de quien se habla en el artículo *El fantasma de un editor*, del libro de José Donoso, *Artículos de incierta necesidad.* La siguiente es una breve cita de este artículo:

"Max Perkins, editor of genius, por A. Scott Berg. Inteligente, liviano, erudito, este libro evocó completa por primera vez a esta curiosa figura adjetiva que siempre prefirió mantenerse en la sombra, pero que tuvo una influencia mayúscula en la creación de la novela norteamericana de este siglo...

...El "editor" particular de cada autor no sólo lee el manuscrito y decide su publicación, sino que aconseja

sobre el título, elige o encarga la portada, escribe la solapa, da instrucciones a los vendedores, planea la estrategia publicitaria adecuada a cada libro de cada uno de "sus" autores, sugiere cortes, agregados, propone trabajar más cierto personaje o atenuar otro, reescribir cierto trozo, consigue adelantos más o menos sustanciosos para el autor, lo invita a restoranes de lujo o a su casa cuando está de paso por la capital, se interesa por la vida privada (tanto económica como sentimental) de su escritor, con el que mantiene una nutridísima correspondencia..."

Maxwell Perkins, editó a Thomas Woolfe, Fitzgerald y Hemingway.



Propuesta

Idea

El proponer una instancia protagónica para el habitante de Quillota, que recoga con fuerza la personificación de la ciudad y su gente. Que surga desde su núcleo referencial más importante, extendiendo así, su mensaje hacia el consciente del habitante; para establecer un vínculo físico y espiritual con su medio y consigo mismo. Es la idea fuerte que engloba el proyecto.

Conceptual

Ciudad significa encuentro,
Quillota surge del encuentro de dos razas
la Indígena y la Española.
Quillota se construye a través del encuentro
de lo rural y lo urbano.
Quillota es ciudad rodeada por la geografía
del Valle del Aconcagua, envuelta por la
tierra y su naturaleza.
Proyectada urbanísticamente con el trazado
colonial de damero español.
Colonial en su arquitectura, con sus casas y
patios interiores.
Es ciudad de personalidad introvertida.

Es ciudad vertida hacia adentro
por lo tanto la proyección conceptual propone:
un viaje interior...
Donde la obra gráfica invita al habitante a un
encuentro con su ciudad.

Propuesta Gráfica

En el contexto de la revisión de los valores culturales de una ciudad y del comportamiento que asume el habitante frente al reencuentro con su lugar físico y espiritual.

Se propone la personificación gráfica de Quillota, a través de un Sistema Editorial de minilibros concebidos como una colección de temas relevantes para la ciudad.
Sistema creado para ser proyectado en la exposición *Hecho en Quillota.*

Objetivos

General

Potenciar la Identidad Cultural de la ciudad de Quillota.

Específicos

Situar al habitante de Quillota en un contexto identificatorio propio, proyectado a través de un sistema editorial.

Motivar en consecuencia, el sentido de pertenencia del habitante hacia su ciudad.

Fomentar a través de este proyecto, un posterior desarrollo corporativo para la ciudad.

Objetivos de Diseño

Retomar el Libro en su valor como elemento transmisor de información cultural y como soporte tradicional de lectura personal.

Interrogar este soporte libremente con el fín de establecer una instancia de busqueda formal que le otorgue un nuevo valor a lo tradicional.

Generar un sistema editorial abierto, cuyo contenido temático pueda variar año tras año, otorgándole así una vigencia mayor.

Incorporar este sistema como un produto de diseño permanente que ofrece la ciudad a través de la exposición *Hecho en Quillota.*

Otorgar al usuario una pieza gráfica que responda a la necesidad de tener un espacio personal ligado a la lectura, que motive la contemplación, exploración y la imaginación hacia Quillota.

Sistema Comunicacional

Emisor: I. Municipalidad de Quillota.

Medio: Sistema Gráfico Editorial Municipal, para la exposición Hecho en Quillota.

Receptor: El habitante de Quillota.

Emisor: se establece que sea la Municipalidad de Quillota, principalmente por el factor de coherencia y unidad de los mensajes culturales, que ésta institución genera hacia la comunidad. Su desarrollo dentro de ésta, le otorga la proyección y respaldo que necesita el proyecto.

Medio: sistema gráfico editorial, diseñado para la exposición Hecho en Quillota. Editorial por la carencia que existe de este tipo de material en Quillota. Y en la

exposición por ser el espacio cultural más importante que posee Quillota hoy en día.

Receptor: se establece en general el habitante de Quillota, especialmente el urbano ya que, es éste el que en su mayoría visita la exposición. Si bién el rango de edad del receptor es difícil de determinar, básicamente por lo diverso del público que visita la exposición. El receptor del proyecto, se enfoca hacia el sector joven adulto (25 a 35 años), que gusta de la lectura y que como se demostró en las encuestas, posée un alto interés por apoyar este tipo de proyectos.

Desarrollo Formal

Se propone el desarrollo de tres instancias formales:
-Primero el desarrollo de la colección de minilibros, con su respectivo contenedor.
-Segundo el desarrollo del stand de exhibición de los libros, para la exposición Hecho en Quillota.
-Tercero el desarrollo de una promoción simple para el proyecto, antes y durante la exposición.

Los Libros

Antes de buscar la solución formal más adecuada, es necesario mencionar varios aspectos que se tomaron en cuenta:

-Que fuera una colección práctica, fácil de leer y de llevar, que en su valor semántico sea apreciada como un producto de la ciudad.

-Que tenga la posibilidad de variar su estructura sin perder la unidad total. Esto nace de la búsqueda por tomar la estructura tradicional del Libro, libremente.

-Que su estructura permita el uso de una o varias personas a la vez. Esto ayuda a que el receptor pueda compartir la información sin tener que dejarla totalmente, es decir, puede hacer partícipe a otras personas.

-Que el sistema permita variar las temáticas de cada publicación, sin efectar su estructura. Esto nace de la necesidad de que el proyecto, se convierta en un producto permanente, abierto. Y que cada año se exprese con nueva información, asegurando así su vigencia y renovación dentro de la exposición Hecho en Quillota.

Se propone lo siguiente:

Libros

Someter varios libros de formato pequeño a la geometría que establece la ciudad, con su trazado fundacional tipo damero español, es decir, se toma como requisito la proporción y la secuencialidad. Formando la colección un mosaico que relaciona lo urbano y lo rural.

Además se propone en su centro una colección de postales,

que permitan hacer extensivo el sentimiento por la ciudad hacia otras personas.

Respecto al contenido temático de los libros, para esta edición se proponen crónicas referidas a lugares de Quillota. Enfocando esta publicación a resaltar sitios físicos de Quillota. Por lo siguiente:
Se busca establecer a través de los textos, una relación o encuentro mental con lugares físicos destacados de la ciudad.
Se elige la crónica como expresión literaria, por la característica general que tiene este tipo de relato, la de ser muy descriptiva y vivencial de quien las escribe. Descripciones que parten de impresiones personales y que se expresan con un punto de vista autoral. Las crónicas suelen ser intensas y muy representativas de lo que ha vivido el autor y como reflejo para otras personas.

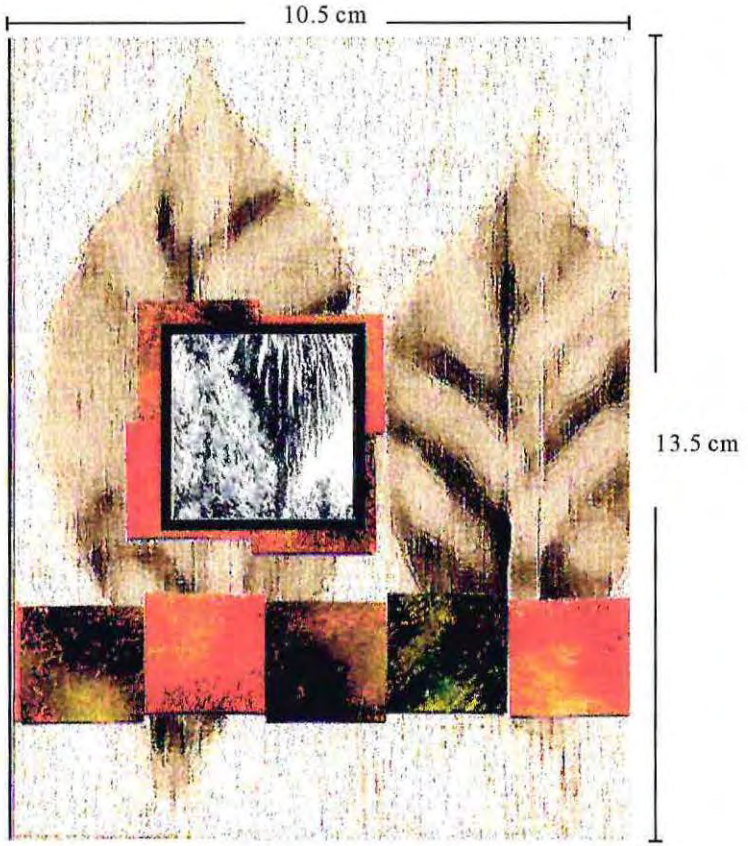
Para este proyecto se tomarán crónicas de dos autores que han hablado de Quillota. Gustavo Boldrini de su libro *Quillota, una relación personal*. Y de Orlando Arancibia con su libro *Al pié del Mayaca.*

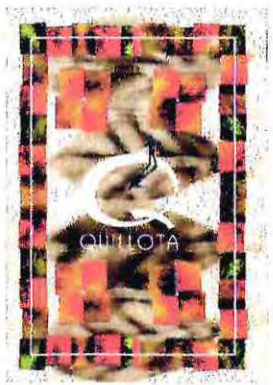
La expresión gráfica, parte del pensamiento de la relación que se produce entre hombre y naturaleza.
Es tan fuerte nuestro entorno geográfico, que de alguna manera todo lo que vemos tiene esa carga textural y matérica. Cada uno acarrea su experiencia con el paisaje.
No es solamente una cosa exterior que uno mira hacia afuera, esta dentro del ser humano. La memoria trae colores, formas, texturas, etc.
Por lo tanto, la imagen gráfica propone aunar la forma y el significado con una expresión que va de lo real a lo abstracto, de la fotografía a la ilustración, elementos que se complementan para unificar el mensaje.
La fotografía, ubica, entrega información real.
La ilustración, imagina, trae las sensaciones.

El Contenedor

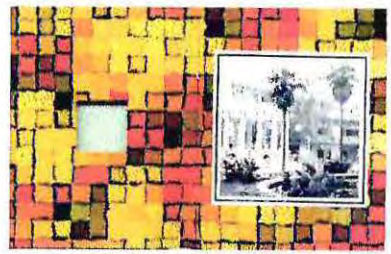
El contenedor de los libros, es el que le dará la condición de objeto a la colección. La inspiración para su creación, se basa en la antigua tradición de los almacenes, por envolver los productos que ellos vendían. Hasta hoy en día algunos de ellos, especialmente en el campo, mantienen la tradición. Por lo tanto el concepto de envolver dando un valor único al producto, es el que se desarrolla en el contenedor.

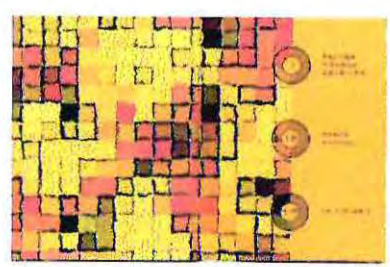

QUILOTA


10.5 cm
13.5 cm


QUILOTA

Páginas interiores





Maquetas sujetas a variaciones

Stand

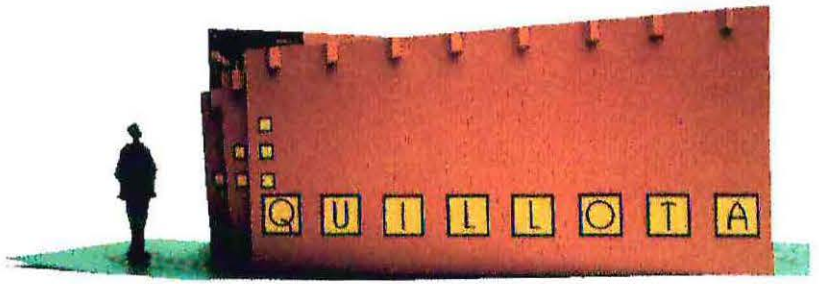
El stand se fundamenta en las siguientes consideraciones:

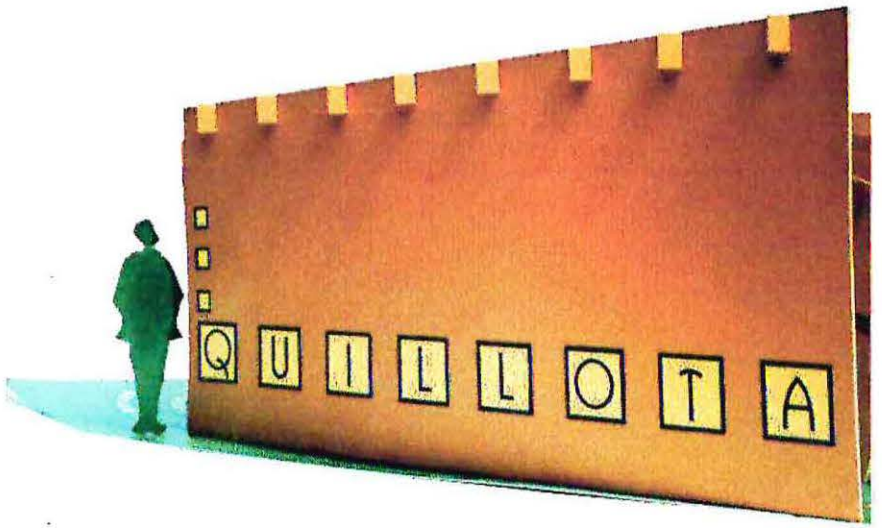
La herencia recibida por la obra fundacional española, nos dejó la geometría de los interiores, pero ésta, ya estaba definida en Quillota desde antes, los indígenas sabían de ella. Esta era la topografía del Valle del Aconcagua, valle interior, templado, que acoge con toda su fuerza la huella del hombre.

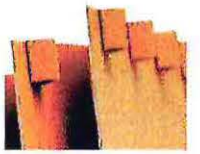
El stand se abre hacia el exterior develando su interioridad, y señalando su comunicación con el resto del paisaje.

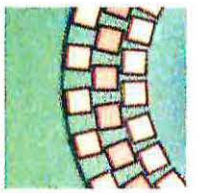
El stand se genera con una simplicidad volumétrica, de lectura fácil, que permite destacar la textura y el color. Los dos límites definen el espacio interior, sus accesos y ejes de circulación. Los planos curvos encierran y dejan fluir.

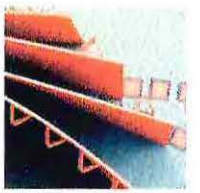
El exterior protector y sólido, el interior cálido, abriga, mostrando un producto de su tierra.


QUILLOTA

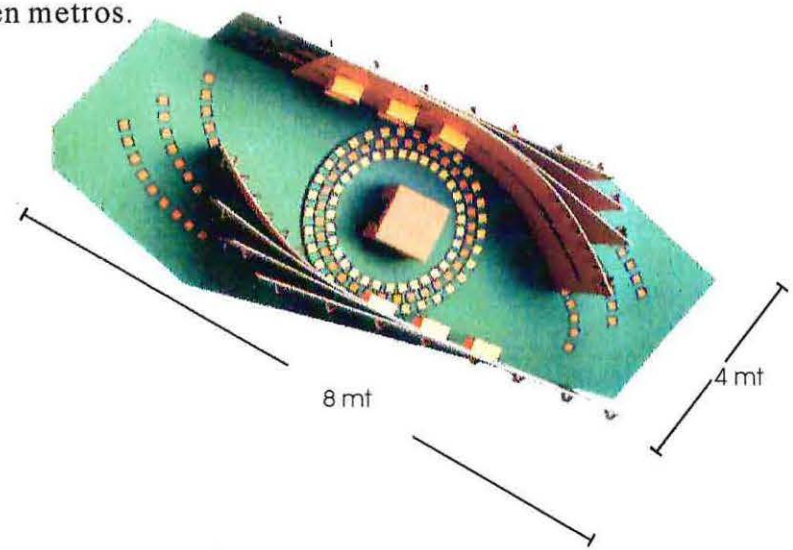

QUILLOTA

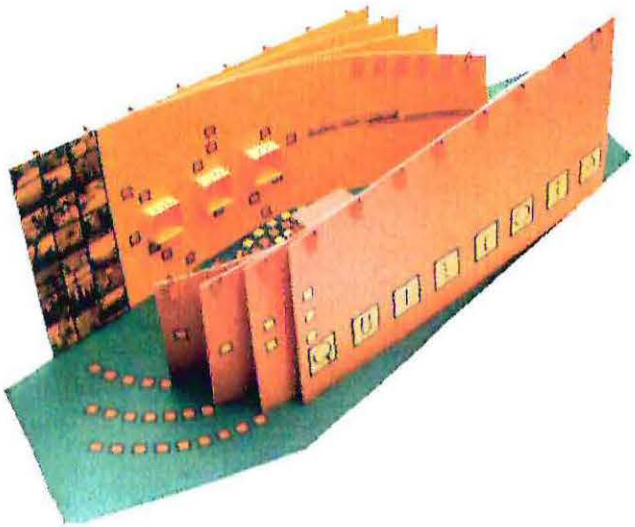


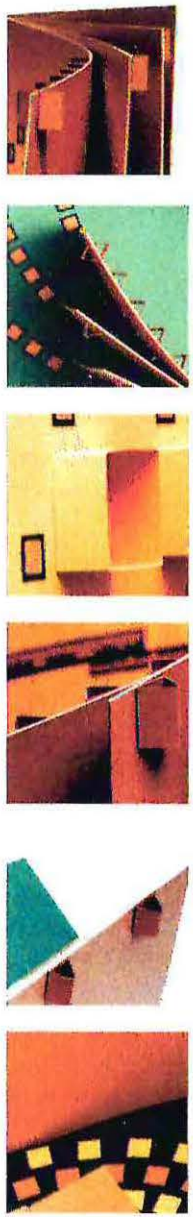


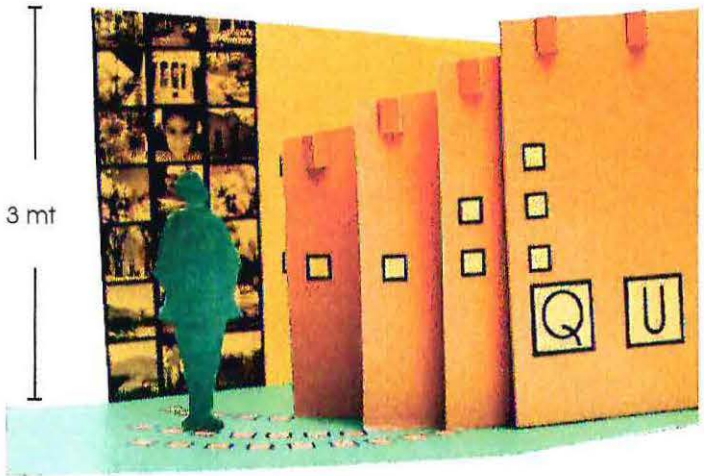


Medidas reales en metros.

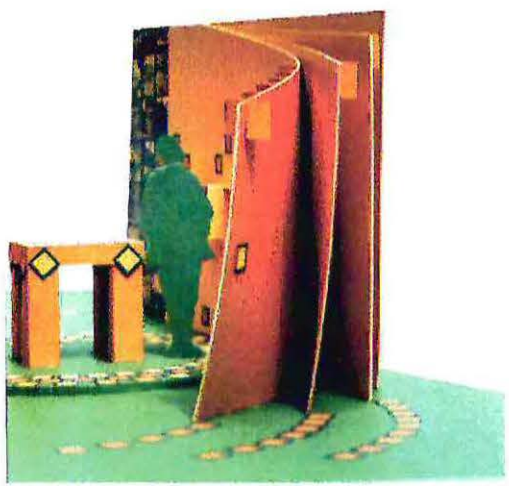


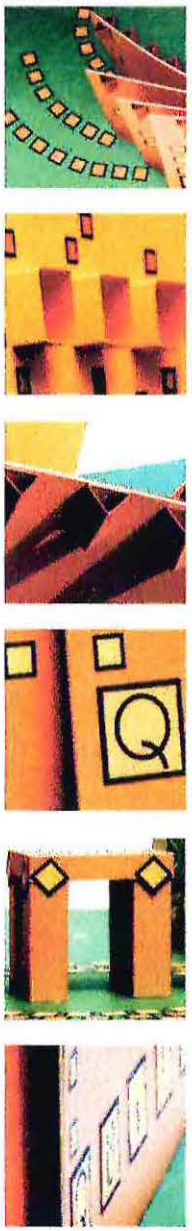


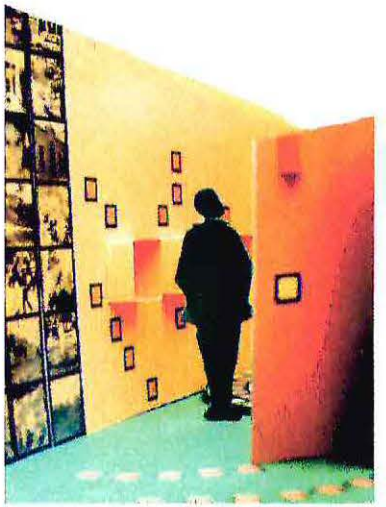


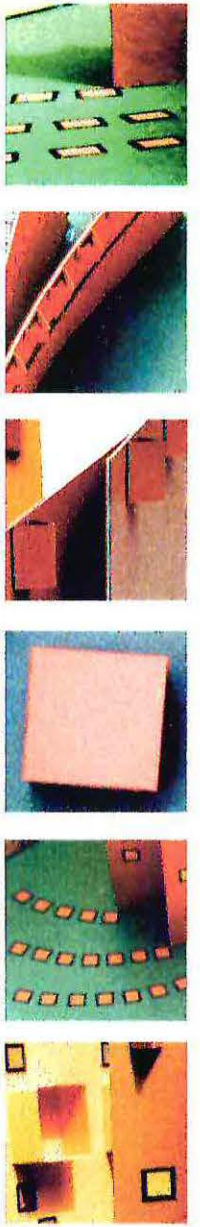


Medidas reales en metros.









Promoción

Para la promoción del proyecto se establecen dos instancias

Primero la difusión previa del proyecto antes de la exposición, a través de avisos de periódico, en el semanario El Observador de Quillota y el semanario Dimensión.

También como etapa previa a la exposición se propone la entrega de un volante, en el cual se motive la participación a través de la respuesta a cierta pregunta referida a la ciudad, si la respuesta es correcta se obtiene una entrada gratis a la exposición.

Segundo y siguiendo la dinámica de los volantes, en el interior de la exposición se harán preguntas a los asistentes, y quienes respondan acertádamente se gana una colección completa y gratis.
Además en el propio stand habrá personal dedicado a otorgar toda la información respecto el tema.

Dentro de la promoción y además para darle una imagen al proyecto se propone una marca gráfica, que será aplicada en todas las piezas que se necesiten.

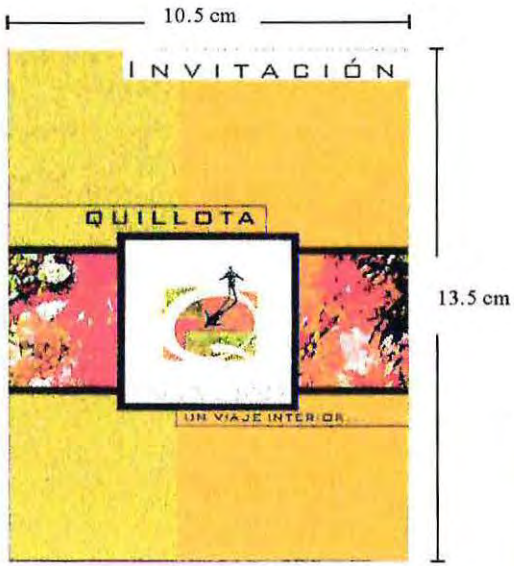
Marca o Símbolo:

La marca se inspira en la idea conceptual del proyecto, el viaje interior...

Tomando para crear el isotipo dos elementos simbólicos como son el Hombre y la Tierra.
El Hombre mirando hacia ella, se refleja, hace sombra, se extiende y se plasma sobre la Tierra.
El logotipo se construye con la palabra Quillota

Se complementa con el slogan Ciudad Creada Con Cariño, frase que también está en el escudo de armas de la ciudad.

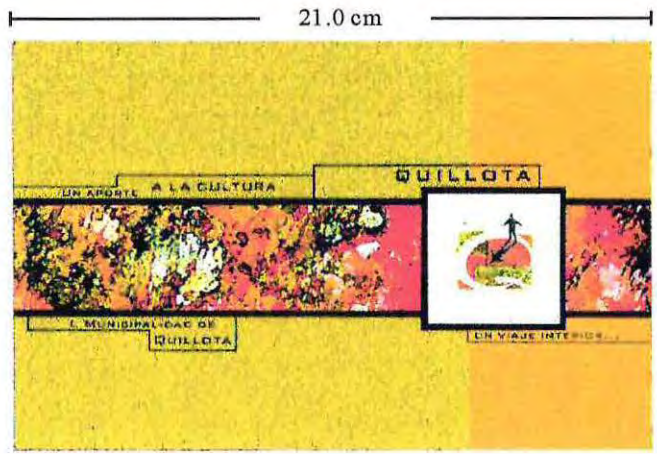
Tiro


10.5 cm
INVITACIÓN
QUILLOTA
UN VIAJE INTERIOR
13.5 cm

Retiro


RESPONDE LA SIGUIENTE PREGUNTA.
¿CUÁNTOS AÑOS CUMPLE QUILLOTA?
PRESÉNTALA EN LA BOLETERÍA DE LA PLAZA
Y CANJÉALA POR UNA ENTRADA PARA
LA EXPOSICIÓN HECHO EN QUILLOTA.
ADEMÁS TE INVITAMOS A CONOCER LA
COLECCIÓN DE MINILIBROS.
QUILLOTA. UN VIAJE INTERIOR...
COLECCIÓN QUE INTENTA RESCATAR
A TRAVÉS DE LA LECTURA NUESTRA
IDENTIDAD.

Tiro


21.0 cm
13.5 cm
UN APORTE A LA CULTURA
QUILLOTA
QUILLOTA

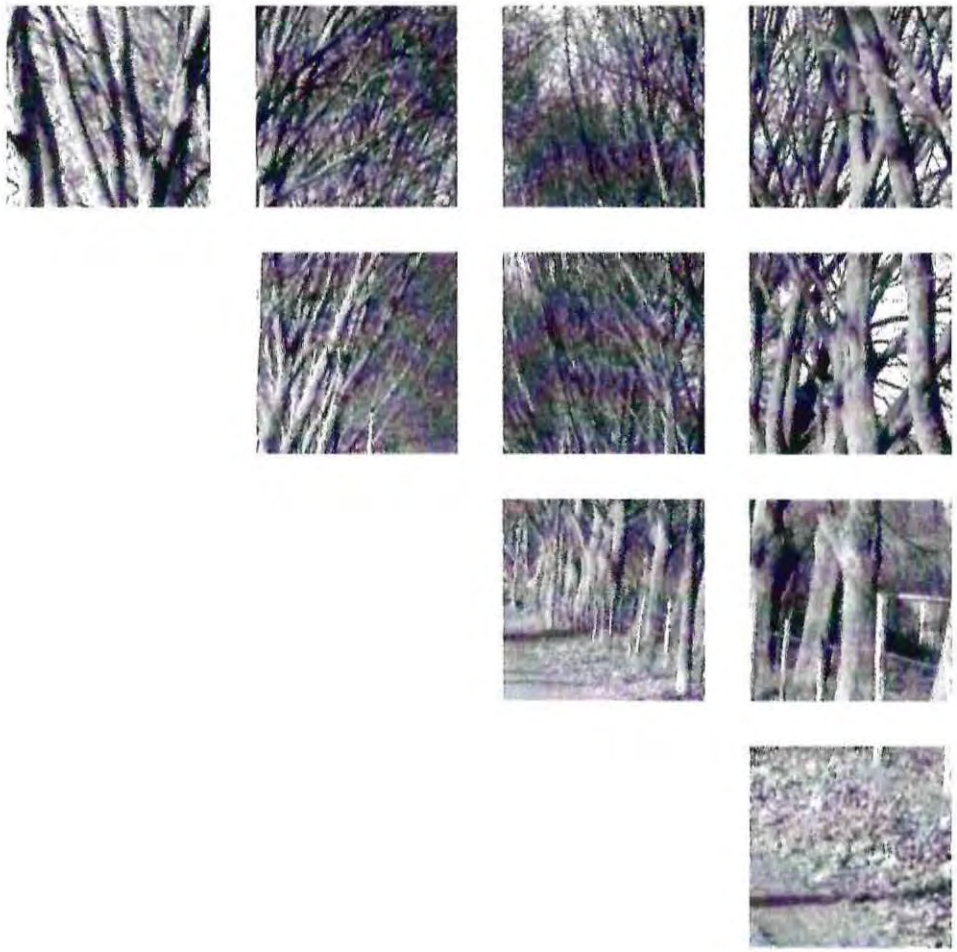
Retiro


TE INVITAMOS A RESPONDER LAS SIGUIENTES PREGUNTAS.
SI TUS RESPUESTAS SON CORRECTAS,
OBTENDRÁS TOTALMENTE GRATIS UNA COLECCIÓN
DE MINILIBROS "QUILLOTA, UN VIAJE INTERIOR."
VÁLIDO SÓLO POR HOY 5 DE NOVIEMBRE
¿EN QUÉ AÑO SE FUNDÓ QUILLOTA?
¿CUÁL ES EL PATRONO DE LA CIUDAD?
NOMBRE TRES CALLES COLONIALES DE QUILLOTA
¿CUANTAS IGLESIAS RODEAN LA PLAZA DE ARMAS?
1
2
3
4


QUILLOTA

Marca Gráfica

Marca Gráfica



Final

Conclusiones

Creo importante señalar lo positivo que fué el desarrollo de este proyecto en tres aspectos fundamentales:
Primero la posibilidad de enfrentar el tema de la identidad, entorno a la ciudad donde he pasado gran parte de mi vida, lo que me ha permitido ahondar bastante en el conocimiento que tenía de ésta. Su historia, el pensamiento de la gente, que pasa con las autoridades, además de poder vivenciar directamente el lugar.
Este contacto me ha permitido entender que el Diseño, como profesión, puede ser una disciplina entendida y valorada por el común de las personas.
Segundo desarrollar un producto gráfico para la ciudad, que naciera de ella misma, y expresarlo a través de un espacio cultural propio de élla, sin duda, me acercó a una realidad nueva y a la vez muy alentadora del trabajo que como diseñador se puede hacer a nivel regional y provincial.
Tercero el acercamiento logrado hacia la función de editor, amplía la visión que el diseño me ofrece. Este ha sido un aporte muy valioso, ya que la interacción con otras disciplinas son las que enriquecen nuestros propios referentes.
Creo que la posibilidad de unirse al trabajo de institu-

ciones públicas, que tengan un real interés por la cultura de sus lugares, es un interesante campo para los diseñadores.

Las regiones tienen mucho que aportar, los pueblos y las gentes están ahí. Sólo tenemos que ir hacia ellos.

Agradecimientos

Agradezco a:
Allan por su gran labor y amistad,
Teresa y Octavio mis padres por todo
el cariño y comprensión,
Alejandro mi hermano por la confianza
Y a mis amigos por su voluntad.