

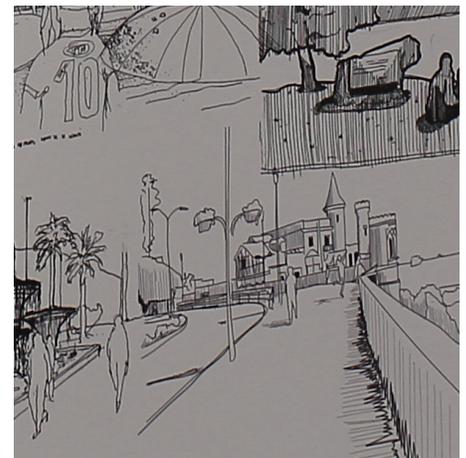
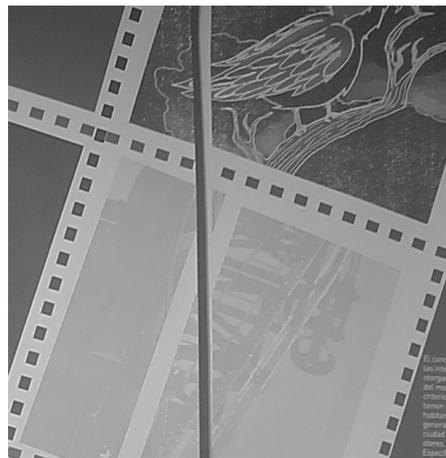
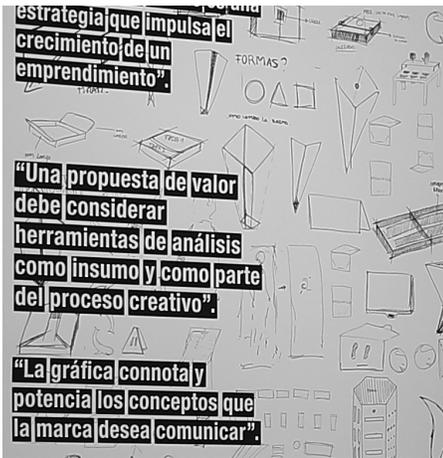
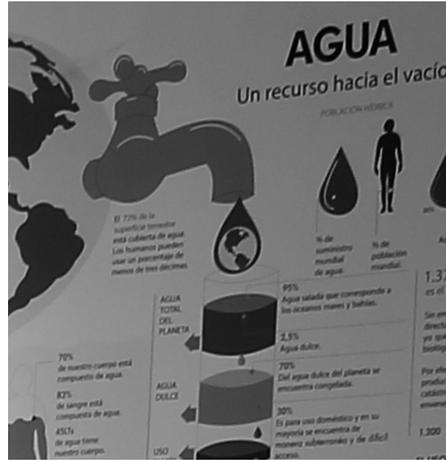
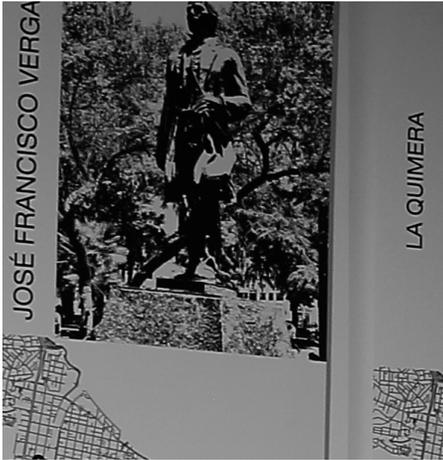
# RONDA DE TALLERES

2018 02



**eadlab**  
escuela de arquitectura y diseño



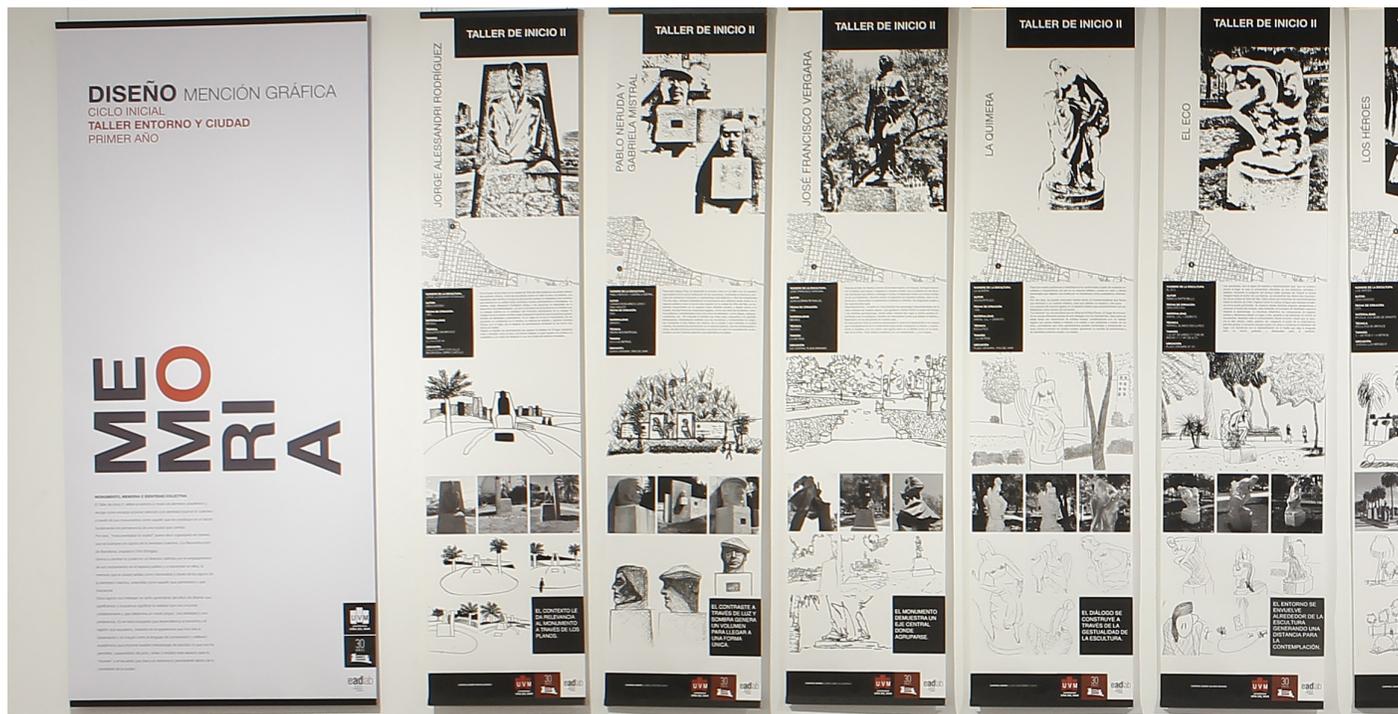


## PROFESORES PARTICIPANTES

Oscar Acuña P.  
 Xavier Adaros M.  
 María Angélica Alfonso B.  
 Eduardo Aravena V.  
 Allan Garviso D.  
 Allen Rosenberg A.

## RONDA DE TALLERES 2018 02

Universidad Viña del Mar  
 Escuela de Arquitectura y Diseño  
 Talleres de Proyecto  
 Semestre lectivo 2018.02



## TALLER DE INICIO II ENTORNO Y CIUDAD

### CICLO INICIAL

Xavier Adaros M.

El Taller deambula de monumento en monumento, de memoria en memoria, de distancia en distancia, de lugar en lugar y conecta en ese recorrido el caminar por una suerte de ruta que da cuenta en la observación y el croquis de las particularidades de la escultura como lenguaje simbólico y propio que pone en valor lo memorable de cada lugar a través de sus actores políticos, históricos, del mundo de la cultura y las artes de alcance local, regional y nacional como también de otros alcances.

La escultura monumental en el espacio público en Viña del Mar y su diversidad simbólica, remite, en opinión de este Taller, a la oportunidad de resignificar su sentido en la ciudad y su lectura en tanto hito que determina lugar para el encuentro ciudadano y medida al pie como una forma de itinerar y de distanciar la ciudad caminable desde el punto de vista de la industria del turismo como una forma de aportar a los atractivos identitarios de carácter local.

El Taller de Inicio II del entorno, en coherencia con estos conceptos trae a presencia la dimensión monumental de nuestra ciudad y la pone en valor en la construcción de esta muestra que ordena y conecta conforme a un registro colectivo, el estado del arte de esta retórica presente en la ciudad que no ha sido visibilizada con suficiente distinción y que por lo mismo no tiene presencia quedando mimetizada en la complejidad urbana.

La secuencia de la presentación vincula a la ciudad caminable en dos de sus extremos más recurrentes del paseo público (desde la Quinta Vergara hasta la Avenida Jorge Montt, también conocida como Recta Las Salinas) y traza un recorrido monumental de

carácter diverso en donde nuestros alumnos dejan referidos los espacios de emplazamiento de las obras escultóricas a modo de ruta y registro.

El monumento tiene presencia en el espacio público y construye la retórica de la memoria de la ciudad que por circunstancia diversa simboliza en estas presencias mudas, valores que se desean perpetuar y compartir colectivamente y de paso narrar la cultura de lo propio en este sentido.

Los entornos que se nos encarga estudiar dicen relación con la comprensión del territorio que habitamos en todas sus manifestaciones posibles, ejercicio preliminar y permanente para que nuestros alumnos alcancen y recobren su capacidad de asombro en la práctica de la observación en la vigilia que nos permite quedar suspendidos de juicio y poder volver a mirar estos entornos como por primera vez abriendo con ello espacios creativos de exploración académica.

XA



## MONUMENTO, MEMORIA E IDENTIDAD COLECTIVA

El Taller de Inicio II, refiere al entorno a modo de derrotero académico y recoge como encargo el poner atención a la identidad local en lo colectivo a través de sus monumentos como aquello que se constituye en un factor fundamental de permanencia de una ciudad que cambia.

Por esto, "monumentalizar la ciudad" quiere decir organizarla de manera que se subrayen los signos de la identidad colectiva. (*La Reconstrucción de Barcelona, arquitecto Oriol Bohigas*). Vamos a caminar la ciudad en un itinerario definido por el emplazamiento de sus monumentos en el espacio público y a reconocer en ellos, la memoria que la ciudad señala como memorable a través de los signos de la identidad colectiva, entendida como aquello que permanece y que trasciende.

Estos signos nos interesan en tanto aprendices del oficio de diseñar que significamos o buscamos significar la realidad que nos circunda cotidianamente y que determina un modo propio, una identidad y una pertenencia. Es en esta búsqueda que desarrollamos el recorrido y el registro acá expuestos, basados en la experiencia que nos trae la observación y el croquis como el lenguaje de comprensión y reflexión académicos que propone nuestra metodología de estudios lo que nos ha permitido, suspendidos de juicio, visitar o visitar este espacio para la "monere" o el recuerdo que trae a la memoria lo permanente dentro de lo cambiante de la ciudad.

*En su sentido estricto, un monumento (del latín monere, recordar) es un objeto que contribuye a mantener el recuerdo del pasado a través de la referencia a un personaje o a un hecho histórico. Precisamente porque se trata de un recuerdo del pasado, se constituye en un factor fundamental de la permanencia de la ciudad a través de las azarosas vías de su transformación física y social. Esta cualidad de permanencia lo hace aglutinador y representante de ciertos aspectos de la identidad colectiva, del grupo social que lo rodea... La permanencia, la identidad visualizada se convierte, por tanto, en el factor más trascendental del monumento desde el punto de vista urbanístico, superando incluso la pura función de recuerdo del personaje o el acontecimiento histórico que quería rememorar. Esta hace que sea preciso ampliar el concepto de monumento y que haya que entender éste como todo aquello que da significado permanente a una unidad urbana, desde la escultura que preside y aglutina, hasta la arquitectura que adopta un carácter representativo y, de manera especial, aquel espacio público que se carga de significaciones. Por esto, "monumentalizar la ciudad" quiere decir organizarla de manera que se subrayen los signos de la identidad colectiva en los que se apoya la conciencia urbana de esta colectividad, base de su capacidad de intervención en el porvenir de la ciudad".*

*La Reconstrucción de Barcelona, arquitecto Oriol Bohigas.*



## TALLER IV PORTAFOLIO CICLO PORTAFOLIO

CICLO PORTAFOLIO  
Allan Garviso D.

## COMUNIDADES, DISEÑO Y EMPRENDIMIENTO

En la última década el escenario del Diseño ha cambiado, hoy se desenvuelve en un territorio inmaterial e hiper conectado, en un contexto de transformación social que evoluciona a una velocidad inédita y con un futuro que abre un sin número de oportunidades para la disciplina del Diseño.

Diseñar productos para su posterior comercialización, especialmente en un contexto formativo, implica asumir esta realidad cambiante comprendiendo cómo se comunican y adaptan los procesos de emprendimientos locales y a baja escala, lo que nos permite diseñar soluciones de valor considerando siempre la sustracción y la economía de la forma en una propuesta. Lo anterior con tal de “materializar” un fundamento sin equívocos basado en la observación.

Para este propósito el Taller de Segundo Año vincula a estudiantes de la carrera, estudiantes de la Escuela de Negocios y micro empresarios de la ciudad de San Antonio, apoyados por la Fundación de Desarrollo San Antonio Siglo XXI y la Unidad de Desarrollo Económico de la Municipalidad de la misma ciudad. Así, este trabajo se desarrolla sobre la base de planes de negocios y análisis situacionales de los emprendimientos, que derivan en

propuestas de estrategias de valor originadas en la co-creación entre estudiantes y emprendedores.

De esta manera las propuestas que aquí se exponen pretenden sentar las bases en la formación de los estudiantes para enfrentar un nuevo contexto en permanente transformación, como una oportunidad de diseño.



## COMUNIDADES GLOBALES Y EL VALOR DEL DISEÑO LOCAL

Hoy vivimos en una sociedad que está permanentemente ajustando la relación entre el mundo digital y el análogo, redefiniendo el territorio que parece desmaterializarse al construir relaciones elásticas entre comunidades globales, en una sociedad hiperconectada que se transforma a una velocidad inédita, donde el proyecto de diseño se traduce en una imagen accesible desde cualquier lugar y donde el software, junto con sus aplicaciones cada vez más complejas, aceleran los procesos proyectuales y su obsolescencia.

Al mismo tiempo, en este escenario donde todo parece posible, también se ha trastocado la escala. El mundo cada vez más global y elástico permite pensar localmente en una lógica donde una aparente pérdida de la relación natural con el territorio nos hace volver a lo local, esta vez desde la lógica del individuo y nuestras comunidades que abren un escenario de economías locales a baja escala y bajo coste de implementación, donde el diseño aporta en una propuesta de valor ya no tan solo desde la forma estética del producto, sino conectando el nuevo paradigma en una propuesta o una estrategia de innovación que solo es posible en la interdisciplina.

De esta manera los diálogos de la disciplina del diseño cobran una dimensión distinta al transitar desde el eslabón en la cadena de valor de un producto a una disciplina “proactiva en la propuesta de escenarios futuros que re imaginan nuevas relaciones y experiencias”. Así, debemos abrir un debate en torno a los contenidos y las metodologías en la enseñanza del Diseño para lograr construir una postura que nos desafía a redefinir el concepto de lo contemporáneo donde lo único permanente es el cambio, y donde la observación y el fundamento cobran vigencia en cuanto a la construcción de esta postura.

*Carmelo di Bartolo. (2017). Innovación y Diseño para un Nuevo Modelo de Ciudad. Experimenta, 73, 98.*



## TALLER VI EDICIÓN Y ENTORNOS DIGITALES

### CICLO DISCIPLINAR

Allen Rosenberg A.

María Angélica Alfonso B.

### EDICIONES PARA EL JBN, NUEVOS ALIADOS ESTRATÉGICOS:

Hoy la colaboración entre individuos, organizaciones e individuos y entre organizaciones se encuentra normalizada, es necesaria y esencial para la proyección de nuestro espacio y bienestar.

El taller se hace cargo de esta realidad y la búsqueda se centra en facilitar la cooperación entre instituciones.

El objetivo: construir una pieza para Jardín Botánico Nacional de Viña del Mar generar alianzas estratégicas, para llevar adelante sus proyectos y respaldar sus desafíos locales y globales. Para esto utilizamos de insumo la Memoria Anual 2017 del JBN, con el foco en un target con intereses y características bien específicas, como es el caso de las áreas de RSE de una organización.

A través de este caso se buscó alcanzar varios objetivos, en primer lugar, relevar una problemática que hiciera sentido a través de un concepto con la capacidad de sensibilizar y cautivar al público objetivo. En segundo lugar, estructurar un relato que diera cuenta de la función del JBN a través de argumentos racionales y emocionales, y en tercer lugar la creación de un "Producto Comunicacional", donde las estudiantes pudiesen poner en práctica los conocimientos formales y técnicos asociados al Diseño Editorial.



## “DISEÑO EN TANTO FACILITADOR DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN ENTRE LOS DIVERSOS INTEGRANTES DE LA CIUDAD”

Los ciudadanos se encuentran empoderados, de eso ya no hay ninguna duda. Hoy existen los medios que facilitan la coordinación de nuestras comunidades. Estas se han vuelto más exigentes, críticas y participativas con respecto a las decisiones e influencias de las organizaciones y empresas que afectan el entorno. Es habitual que eleven su voz y se hagan escuchar. Los chilenos hace tiempo que formamos parte de este fenómeno y el país ha sido escenario de casos de connotación mundial como “Patagonia Sin Represa”, “No Más AFP” o el “Movimiento Estudiantil 2011” por nombrar sólo algunos de los más recordados.

En la vereda de enfrente, las instituciones se ven obligadas a tener una postura y una opinión para poder impulsar sus proyectos y tangibilizar su visión. Las negociaciones se multiplican debido a este entorno más complejo. Por medio de éstas, pueden crear adhesiones y facilitan su participación de las conversaciones con los otros actores, que posibilitan la construcción de nuestro futuro y explica, en parte, el crecimiento económico y tecnológico de los últimos 15 años.

Sin embargo, no deja de parecer extraño tener conciencia de que entablamos relaciones con entidades que surgen de nuestra capacidad humana de generar convenciones. Además, y aún más sorprendente, debemos “negociar” con ellas sobre la intervención de nuestro entorno y la construcción de nuestro futuro. Es así como su existencia se encuentra tan arraigada en nosotros, que incluso le atribuimos la figura de “persona jurídica” validándolas tanto a ellas como a su opinión, por lo que buscamos crear instancias para poder comunicarnos con ellas.

Esta situación ha puesto a la comunicación y a la comunicación estratégica como una disciplina fundamental para el entendimiento de los actores que conviven en un determinado lugar. Las organizaciones, empresas, gobierno e individuos han comenzado a entablar conversaciones transversales que se traducen en: reclamos, convergencias, coordinaciones, opiniones, acuerdos y uniones en áreas muy diversas (colaboraciones multidisciplinares) y que, en consecuencia, transforman y modifican el espacio de forma acelerada.

En el diálogo y personificación de la organización, encontramos que el diseño juega un rol destacado. Se trata de un agente de comunicación (visual) que comúnmente se vincula a la identificación de las instituciones por medio de su caracterización y visualización, dimensión real, vigente y fundamental de la disciplina. Junto a lo anterior, permite la generación de mensajes y el establecimiento de conversaciones bidireccionales, apropiándose de diversos canales y puntos de contactos, que aparecen en la medida que se perfecciona el desarrollo tecnológico.

A partir de este punto, nos damos cuenta de que el Diseño es un elemento bisagra en la relación entre organizaciones y la comunidad, facilitando la coordinación de ambos, y por tanto se trata de un factor que impacta y orienta nuestro desarrollo. En ese sentido, la coordinación y el establecimiento de acuerdos que permiten asegurar los intereses de todos los involucrados es crucial, así como el conocimiento de las partes, que facilita finalmente el entendimiento.



Frente a este contexto el diseño editorial cumple una triple función, aún vigente e independiente a las nuevas tecnologías. La primera tiene relación con su capacidad de transmitir mensajes, la segunda con el establecimiento y preservación de relatos y la tercera con su función en cuanto registro de discusiones entre diferentes actores que convergen en un espacio dado y que sientan las bases para futuras conversaciones.

Las piezas editoriales son canales de comunicación y por tanto contenedores de mensajes. Responden a objetivos definidos con anterioridad por emisores con intereses, características e identidades precisas. De esta manera, los creadores de este material buscan relevar un concepto o una idea fuerza para que se posicione en la mente del lector, le provea de una información (según Bateson esa "diferencia que provoca una diferencia"), sea recordado y provoque una acción/respuesta.

El mensaje además está contenido en un relato, que es la segunda función en el que participa el diseño editorial y quizás el rol que le resulta más propio. Si no hay una historia que contar, no hay edición que construir. A través de las historias se busca empatizar con los lectores, cautivar y predisponer para que presten atención y disponerlos a que interioricen la información que busca entregar. Los relatos orientan los cambios, a través de ellos encontramos la inspiración que moviliza y motiva a los individuos. De la misma forma, a través de ella se crean los marcos que establecen las bases para las conversaciones entre los actores.

La última función de la pieza editorial que vale la pena mencionar, es su capacidad de registrar los resultados alcanzados por los participantes de una conversación. A través ellas se da cuenta de los acuerdos, descubrimiento e informaciones que se dan entre los participantes y que consolidan su coordinación. A partir de estos registros se resguarda la información que los participantes van generando y desde ahí se generan nuevos acuerdos y



conversaciones.

Para finalizar dos consideraciones: la primera asociada a la toma de conciencia respecto al rol editorial en tanto herramienta de vinculación entre organismos, que permite la coordinación para proyectar acciones que impactan nuestro espacio. En segundo lugar, no dejar de mencionar los cambios que debe integrar el diseño editorial frente a las nuevas tecnologías, donde los relatos dejan de ser lineales y cada persona busca descubrir y crear historias individuales, según sus intereses y necesidades. Es vital la incorporación de códigos y lenguajes puesto que modifican la interacción con el documento que debe responder a las expectativas de los futuros usuarios.

## DE LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO, LA CIUDAD POSIBLE

María Angélica Alfonso B.  
DG Docente Escuela Diseño UVM

### DISEÑO PARA NUEVOS CIUDADANOS

*“Hoy en día, los humanos dominan completamente el planeta, no porque el individuo humano sea mucho más inteligente, y tenga los dedos más ágiles que el chimpancé o un lobo, sino porque Homo sapiens es la única especie en la Tierra capaz de cooperar en forma flexible en gran número”.*

*Del libro, HOMO DEUS, Breve historia del mañana  
Yuval Noah Harari, 2018*



En tiempos donde la tecnología nos permite construir y producir infinidad de elementos, ella también ha transformado habilidades, integrándose a los procesos de aprendizaje en las diferentes disciplinas, incluyendo la enseñanza del Diseño.

Definir qué debemos aprender y enseñar para diseñar es ser parte de las soluciones que deben encontrarse en este contexto cambiante y complejo. Por lo tanto, surge la pregunta: ¿cómo debe ser este diseñador a futuro?

Las ciudades del futuro plantearán problemas a solucionar que hoy no existen.

El espíritu original del aprendizaje en Diseño es el desarrollo de proyectos. Así fue desde el inicio de la enseñanza formal del Diseño en 1919 con la creación de la Escuela de la Bauhaus, en Weimar, Alemania, en una sociedad que vivía entre dos grandes guerras. Esta escuela buscaba integrar las artes y los oficios para aportar a la construcción de ciudades más armónicas. De esta manera, el objetivo que se plantearon fue aportar desde lo más cotidiano, desde el diseño de una silla o el de utensilios de cocina hasta tipografías que comunicaran mejor los mensajes o casas más habitables, entre otros cientos de proyectos.

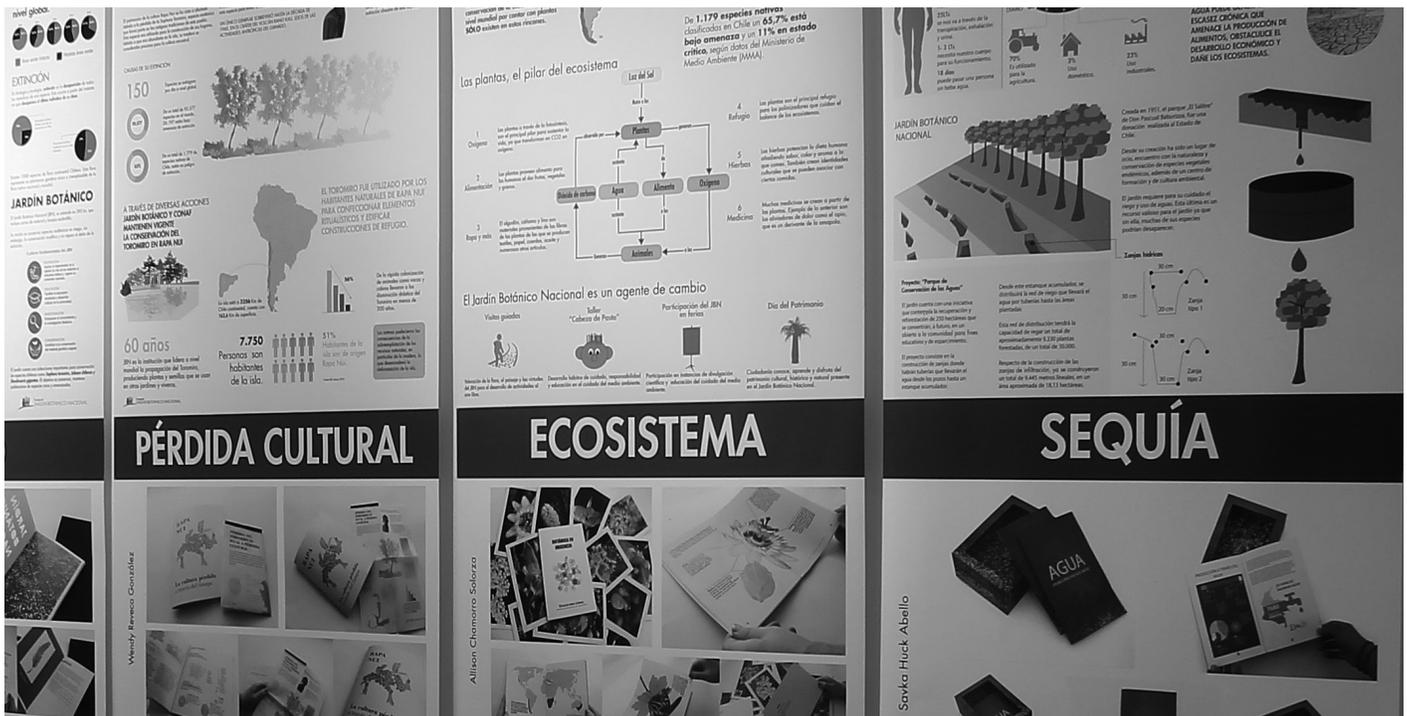
Buscaban pensar una estructura de futuro para los ciudadanos. Hoy, un profesional del Diseño Gráfico tiene que conocer lo específico sobre ediciones, publicaciones, lenguajes gráficos, tecnología digital, identidad corporativa, packaging, tipografía, diseño web, manejo y aplicación de datos en servicios de comunicación, redes sociales y plataformas digitales de todo tipo; todo esto significa ser capaz, gracias a un pensamiento creativo, de dar soluciones en diferentes contextos.

Las exigencias de la vida en las ciudades de hoy también plantea pensar en cómo lo estamos haciendo y qué rol deberán cumplir los futuros diseñadores, cuáles serán sus requerimientos, qué herramientas deben preparar -tanto técnicas como conceptuales- y qué capacidades están llamados a potenciar.

Los problemas que nos plantean estas ciudades son abiertos y complejos, generando además respuestas diferentes que requieren ciertas habilidades para definirlos y enfrentarlos de modo interdisciplinar. No se trata solamente de dar respuestas; se trata de plantear un modo de ofrecer soluciones que están en continuo cambio.

No sólo el mundo digital tiene la respuesta a futuro. Esas respuestas en muchos casos son estandarizadas, por lo que se hace necesario generar métodos de trabajo donde se consideren las variables de una sociedad cada vez menos homogénea, pensando y diseñando respuestas y experiencias variables de acuerdo con cada nuevo contexto.

Sin duda, el mejor lugar para aprender a pensar sigue siendo el ejercicio que se da en el proceso de aprendizaje común entre profesores y alumnos, en el trabajo de observación, de prueba y error, de aprender a dar impulso al trabajo autónomo de cada futuro diseñador con una metodología y lenguaje que permita comunicar ideas, planificar, dar forma y sentido a los proyectos. También es clave el trabajo colaborativo de formación de cada diseñador, mediante el que se desarrolla un pensamiento capaz de generar respuestas y habilidades que permitan comprender, interactuar y visualizar soluciones para personas en circunstancias cambiantes.



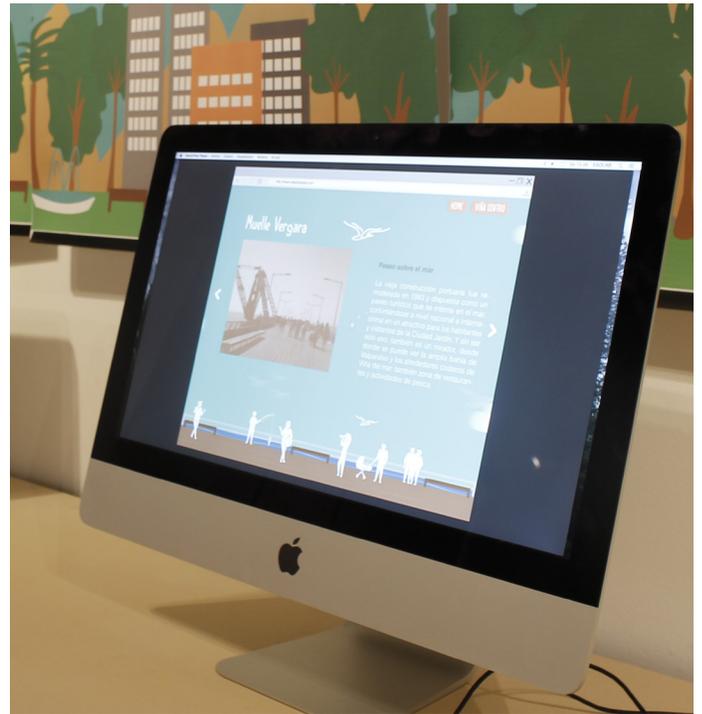
Las disciplinas crecen a partir de las experiencias reconocidas por su comunidad. Por lo tanto, si no interactuamos activamente con la ciudad, si no somos capaces de ocuparnos de dar soluciones para sus habitantes, si no aplicamos herramientas eficaces de comunicación, la gestión del Diseño no logrará dar respuestas. Pensar como Diseñador es una herramienta estratégica clave en la sociedad futura. Si la cooperación y el pensamiento flexible fueron fundamental hace 300.000 años, esa forma de pensar hoy también es la que nos permite enfrentar nuevamente contextos complejos. Pensar los nuevos desafíos que plantea la ciudad, no es sólo pensar soluciones; es estar en constante aprendizaje y alfabetización visual para comprender una realidad diversa y estimulante.

Estos Diseñadores se enfrentarán a cambios constantes, como el uso de teléfonos inteligentes para obtener datos que faciliten su movilidad, la realidad virtual, información tanto de urgencia como turística, recopilación de información para proyectos futuros, reconocimiento del territorio, facilitación de aprendizajes en contextos diversos, mejoramiento de experiencias de ocio, cambios culturales, sociales y políticos, deporte, enfrentar las consecuencias del calentamiento global, comercialización e intercambio de productos, la optimización de servicios y el bienestar de las personas, entre otros.

Diseñar para el futuro es enseñar a aprender a pensar, con el objeto de relacionar conocimientos previos con nuevos contextos que permitan respuestas que sean significativas para generar cambios y conectar nuevas experiencias de colaboración ciudadana. Enseñar este pensamiento “flexible” es el desafío que tenemos

desde el aula para que los futuros Diseñadores desarrollen proyectos que cumplan una función interdisciplinaria, diversa, multicultural, sustentable, creativa y acogedora para ciudades complejas y sus nuevos ciudadanos.

El profesional del Diseño no solo soluciona problemas en contextos conocidos, sino que debe ser capaz de visualizar otros escenarios posibles.



## TALLER VII MULTIMEDIA

### CICLO DISCIPLINAR Eduardo Aravena V.

Dentro de este semestre el taller multimedia se encargó de abrir preguntas, posibilidad y espacio de reflexión en torno a la comunicación y la ciudad, ésta comprendida como espacio común en donde se construyen relaciones, experiencias, vínculos e interacciones humanas, espacios habitables de permanencia o movilidad en la ciudad, herencia histórica/preservación/resignificancia. Desde este origen conceptual (comunicación/interacciones/multimedia) el estudio recoge observaciones, croquis, textos, ideas y reflexiones compartidas dentro del taller, esto sumado al desarrollo autónomo y bagaje de cada estudiante, incrementando un orden y una línea de trabajo a cada proyecto y el como estas observaciones y pensamientos articulan un discurso, una postura ante los encargos y el fundamento. Se observan los modos en como se construyen vínculos, entre quienes habitan y la ciudad. Se han abierto distintos cuestionamientos, posibilidades y reflexiones, modos de abarcar problemáticas de comunicación insertas dentro de la ciudad de Viña del Mar (ciudad /ciudadano), esto desde la perspectiva de las interacciones y los multimedia presentes en cualquier acto comunicativo, desde una dimensión social, la resignificancia desde el valor territorial la experiencia de la permanencia y articulación de espacios comunes, de esta manera los proyectos de diseño buscan clarificar, resignificar y ampliar las posibilidades de interacción entre habitantes y la trama de la ciudad de Viña del Mar.

# DISEÑO MENCIÓN GRÁFICA

## CICLO TITULACIÓN

### TALLER SEMINARIO DE TÍTULO

#### CUARTO AÑO

#### ORIENTACIÓN TURÍSTICA

El Taller de Título I es un Taller en Vinculación con el Medio que recoge el encargo del "Departamento de Turismo de la Ilustre Municipalidad de Viña del Mar" como mandante para el desarrollo del proyecto "Sistema de Señalética vial peatonal en la ciudad de Viña del Mar, con indicaciones de sus atractivos turísticos-patrimoniales como orientación a turistas y visitantes".

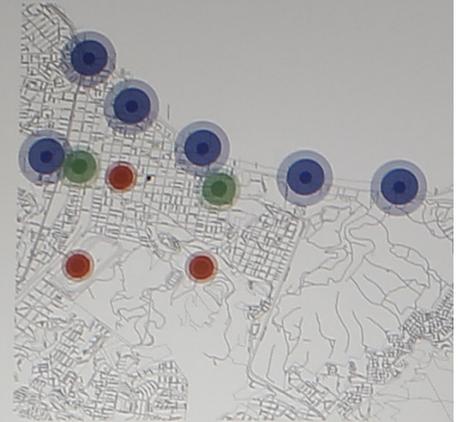
El Concepto Central que inspira este proyecto es la "Orientación en la ciudad de Viña del Mar con Identidad de Diseño definida y uniforme", conforme al brief recibido que orienta la propuesta que se expone y que se encuentra en etapa de estudio preliminar tomando la experiencia precedente en el estudio del estado del arte en que el diseño se encontraba al momento del encargo.

El carácter funcional del encargo plantea el diseño de elementos físicos independientes pero interrelacionados, como paneles con planos de la ciudad y postes indicadores de atractivos multidireccionales ubicados en lugares céntricos y de alto flujo turístico y peatonal.

Este Taller se ocupa en esta primera parte en la modalidad de Seminario, del estudio del estado del arte de la señalética turística de la ciudad, de levantar información respecto a la experiencia del usuario y los grados de satisfacción del servicio y de la observación del comportamiento del turista y/o visitante en tiempos de ocio.

El resultado de estos antecedentes lleva a orientar una propuesta conceptual como punto de partida para el desarrollo proyectual del encargo con una mirada de futuro en términos del lenguaje de diseño como interface que se haga cargo de dar respuesta a la pregunta

# ORIENTACIÓN TURÍSTICA



#### ESQUEMA TURÍSTICO

Puntos y zonas georreferenciadas, sobre los puntos con más flujo de turistas en la ciudad, mostrando las zonas peatonales (marcando estos puntos el lugar de gran afluencia de personas donde tomar fotografías).

Flujo Alto (en tono azul con referencia al fondo céntrico)

Flujo Medio (en tono verde con referencia a ubicación céntrica de la ciudad).

## TALLER DE TÍTULO I

### CICLO TITULACIÓN

Xavier Adaros M.

### ORIENTACIÓN TURÍSTICA

El Taller de Título II es un Taller en Vinculación con el Medio que recoge el encargo del "Departamento de Turismo de la Ilustre Municipalidad de Viña del Mar" como mandante para el desarrollo del proyecto "Sistema de Señalética vial peatonal en la ciudad de Viña del Mar, con indicaciones de sus atractivos turísticos-patrimoniales como orientación a turistas y visitantes". El Concepto Central que inspira este proyecto es la "Orientación en la ciudad de Viña del Mar con Identidad de Diseño definida y uniforme", conforme al brief recibido que orienta la propuesta que se expone y que se encuentra en etapa de estudio preliminar tomando la experiencia precedente en el estudio del estado del arte en que el diseño se encontraba al momento del encargo. El carácter funcional del encargo plantea el diseño de elementos físicos independientes pero interrelacionados, como paneles con planos de la ciudad y postes indicadores de atractivos multidireccionales ubicados en lugares céntricos y de alto flujo turístico y peatonal. Este Taller se ocupa en esta primera parte en la modalidad de Seminario, del estudio del estado del arte de la señalética turística de la ciudad, de levantar información respecto a la experiencia del usuario y los grados de satisfacción del servicio y de la observación del comportamiento del turista y/o visitante en tiempos de ocio. El resultado de estos antecedentes lleva a orientar una propuesta conceptual como punto de partida para el desarrollo proyectual del encargo con una mirada de futuro en términos del lenguaje de diseño como interface que se haga cargo de dar respuesta a la pregunta planteada para dotar a la ciudad de información turística en el espacio público.



## TALLER DE TÍTULO II

### CICLO TITULACIÓN

Xavier Adaros M.

### IDENTIDAD Y PROMOCIÓN

El Taller de Título II es un Taller en Vinculación con el Medio que recoge el encargo del “Departamento de Turismo de la Ilustre Municipalidad de Viña del Mar” como mandante para el desarrollo del proyecto “Identidad Gráfica del Material de Promoción Turística del Departamento de Turismo de la IMVM de Viña del Mar” y que arroja como producto final el rediseño de las piezas gráficas impresas existentes para lograr la Identidad Gráfica deseada y la propuesta de nuevas temáticas de interés turístico que se sumen a la información actual dirigido a turistas nacionales y extranjeros con segmentación transversal. El Concepto Central que inspira este proyecto es la “Promoción Turística de la ciudad de Viña del Mar con Identidad de Diseño definida y uniforme”, conforme al brief recibido que orienta la propuesta que se expone. El carácter funcional del encargo plantea el rediseño de 6 folletos (tomando la experiencia precedente en el estudio del estado del arte en que el Diseño se encontraba al momento del encargo) y un folleto que propone un tema nuevo a la oferta turística con el objetivo de fortalecer la Identidad Gráfica de dicho Departamento a través del material de promoción turística entregado a los usuarios. Esta es una experiencia que aproxima a los alumnos a realidades de carácter profesional en donde se busca conciliar los intereses de las partes involucradas para dar satisfacción a gran parte de las consideraciones que surgen en el oficio proyectual a través del acto alquímico del Diseño que pone en valor con orden y belleza aquello que ha sido sometido a la metodología aprendida y practicada en nuestras aulas durante los años de estudio para la formación de diseñadores en Eadlab.



## TALLER TÍTULO II

### CICLO TITULACIÓN

Oscar Acuña P.

## SAN ANTONIO, TERRITORIO E IDENTIDAD. MIRADAS DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA CIUDAD

El territorio nos entrega un escenario inagotable de creación para el Diseño, un escenario donde el diseño comienza desde la detección de la necesidad hasta dar una respuesta que solucione lo observado, el Taller de Título 2 puso su foco en la ciudad de San Antonio, pero más allá de la ciudad como un abstracto su foco fue en los productos que dan vida al ecosistema emprendedor, creativo y artesanal de la ciudad. A través de un trabajo en conjunto con la Ilustre Municipalidad de San Antonio y la Fundación San Antonio, se exploraron los elementos de identidad del territorio que se traducen en una iconografía que da vida a un sello de identidad local, el sello como concepto distingue a los productores locales, sus particularidades y los elementos que recogen una mirada de la ciudad. Pero más allá del distinguir o dar un carácter, la difusión se vuelve una herramienta de dominio del diseño que permite hacer evidenciar, conocer y recorrer esos elementos iconográfico que construyen el lugar en la ciudad, es así como cada estudiante más allá del sello como imagen, propone un proyecto que pone al sello en contexto como identidad.

# **RONDA DE TALLERES**

## **2018 02**

Universidad Viña del Mar  
Escuela de Arquitectura y Diseño  
Talleres de Proyecto  
Semestre lectivo 2018.02

Producción Editorial  
Oficina Eadlab  
Viña del Mar, 2019



**eadlab**  
*escuela de  
arquitectura  
y diseño*