**PROYECTO: DISEÑO PLAN DE IDENTIDAD DE BARRIAL “POLIGONO PORTALES – MATUCANA”**

**Minuta Taller Imagen de Barrio: Convocatoria gestionada por Grupo Panal.**

Fecha: 03 de marzo de 2021.

Hora: 19:00-20:45 hrs.

**Participantes:**

1. **Carlos Olivares**, Casona Compañía
2. **Claudia Sabat**, Espacio Gárgola
3. **Ita Pérez**, Integrante Junta de Vecinos 21 de Mayo.
4. **Jose Pablo Abrigo**, Espacio arte Yungay
5. **Ximena Araya**, Orfebre Joyería Mapuche Patrimonial
6. **Cristian Ramirez Lagos**, TFS SPA – Café Yungay
7. **Yuri**, TFS SPA – Café Yungay
8. Pedro Valdes, Profesional de Desarrollo Económico Local, PRBIPE
9. Ignacio Galdames, Profesional de Desarrollo Económico Local, PRBIPE
10. Nelson Rojas, Profesional de Participación, PRBIPE
11. Pamela Pizarro, Directora de Proyecto, Grupo Panal
12. Patricia Polo, Metodologías Participativas, Grupo Panal
13. Gabriel Barahona, Identidad de marca, Grupo Panal
14. Damiano Fiore, Identidad de marca, Grupo Panal
15. Alessandra Cristina, Documentalista, Grupo Panal

**Objetivo del taller:** El objetivo del taller fue identificar, de manera participativa, los criterios de diseño para el desarrollo de imagen-marca, submarca y sus aplicaciones.

La tabla propuesta para la reunión fue:

* + Introducción al Proyecto PLAN DE IDENTIDAD POLIGONO PORTALES – MATUCANA, barrio Yungay.
  + Presentación de análisis de la identidad barrial.
  + Elaboración de estudio cromatico y tipográfico.
  + Propuestas de Logos y sub-marcas.
  + Conversatorio con participantes.

Dinámica del taller. Presentación del estudio realizado

Pamela Pizarro, directora de proyecto, realiza una introducción del proyecto Plan de Identidad Portales-Matucana, indicando las etapas, los objetivos y los productos a ser desarrollados, seguidamente introduce a los profesionales de Grupo Panal.

Gabriel Barahona, realiza presentación del taller Imagen de Barrio, comienza por hacer una breve introducción de los conceptos que se abordarán para situar a los participantes en un ambiente común, se explican los siguientes conceptos:

* Marca
* Identidad
* Posicionamiento
* Público objetivo
* Logos

Seguidamente se presentan los resultados de la investigación realizada en base a fuentes secundarias y primarias con el objeto de identificar el nivel de posicionamiento en que se encuentra en el barrio y diseñar la estrategia comunicacional más adecuada para el posicionamiento y marketing barrial.

Se aclara que actualmente existen en el barrio varias marcas asociadas al barrio Yungay que han sido creadas por los mismos habitantes del territorio y las que más se repiten son tres.

Tras el análisis realizado, se propone no crear una nueva marca vinculada al polígono Portales-Matucana y conservar el nombre de marca “Barrio Yungay” y de esta manera co-diseñar el manual de marca en base los logos que el territorio reconoce, relevando los conceptos de:

* Orgullo del esfuerzo y organización barrial
* Desarrollo de identidad y posicionamiento previo.
* Posteriormente se presentan los criterios de diseño basados en el estudio de base, recopilación histórica y estudio etnográfico

Posteriormente se presentan los criterios de diseño basados en el estudio de base, recopilación histórica y estudio etnográfico. Se presenta así el estudio cromático realizado a partir de los diferentes componentes del territorio, como inmuebles, fachadas, adoquines, espacio público, arte, cultura, diversidad, entre otros. Presentando una paleta de colores que se repiten en el barrio.

A partir del estudio tipográfico realizado, se presentan dos tipos de tipografías para la consolidación del logo:

1. SERIF
2. DECORATIVA

Finalmente, se presentan 3 propuestas de logos Marca Barrio Yungay y de submarcas asociadas. Estas fueron realizadas a partir del levantamiento realizado en una encuesta que fue aplicada de manera digital (<https://www.patrimonioportalesmatucana.cl/>) y en terreno, para lograr un alcance donde todos y todos los vecinos estuviesen representados. Se proponen a su vez, 5 submarcas vinculadas a las diferentes características e identidades del territorio, donde se identifican las siguientes categorías:

* Gastronomía.
* Patrimonio
* Cultura
* Comercio de proximidad
* Residentes

**Resultados del taller**

Los participantes agradecieron la presentación conceptual que se realizó de forma introductoria (Marca, Identidad, Posicionamiento, Público objetivo, Logos). Sobre las distintas marcas propuestas a consideración, opinaron lo siguiente:

|  |  |
| --- | --- |
| **Participante** | **Opiniones/ Preferencias con relación a los diseños presentados** |
| Carlos Olivares | Prefiere la opción 1: Imagen del roto chileno. Consideró que “*la imagen del roto chileno está instalada y que es un elemento muy rescatable. Muy distintivo porque está posicionado”.* |
| Claudia Sabat | Consideró “*que el barrio tiene ya una marca desarrollada participativamente por la comunidad y que es la que representa a la Corporación Barrio Yungay. Fue diseñado en 2013 por Cristian Richardson y se utilizó una tipografía desarrollada por un chileno” y que “e*ste logo *se utiliza en para promocionar eventos como la Fiesta de la Primavera, junto al logo de la JJVV Barrio Yungay”.* Con relación a las tres opciones de marca presentadas, consideró que *“la tercera opción es la más interesante”.* |
| Ita Pérez | Prefiere opción 3: tipografía con imágenes de los murales del polígono. |
| Jose Pablo Abrigo | Prefiere opción 1: Imagen del roto chileno |
| Ximena Araya: | Prefiere opción 1: Imagen del roto chileno |
| Yuri, Café Yungay: | Prefiere opción 3: tipografía con imágenes de los murales del polígono. |
| Cristian de Café Yungay | Prefiere opción 3: tipografía con imágenes de los murales del polígono. |

Finalmente, el equipo Panal recomienda revisar la presentación para mayor detalle, que estará disponibles en el sitio web: <https://www.patrimonioportalesmatucana.cl/>

**Registros del taller**













