



SER PATRIMONIO

Diseño de estrategia comunicacional para potenciar el imaginario colectivo de instituciones pertenecientes a ciudades patrimoniales

Valparaíso-Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso

Alumna: Camila Campusano Fuentes

Profesor guía: Alejandro Osorio Moran

Taller Título 572

ÍNDICE GENERAL

1. Introducción.....	7
2. Antecedentes.....	8
3. Marco teórico.....	40
4. Propuestas.....	66
5. Desarrollo técnico.....	89
6. Conclusiones.....	119
7. Bibliografía.....	120
8. Anexos.....	121

ÍNDICE ANTECEDENTES

1.Oportunidad.....	8	6.5.Tradiciones.....	33
2.Planteamiento problema.....	10	6.5.1.Funerales.....	33
3.Trabajo en institución.....	12	6.5.2.Bautizos.....	35
4.Antecedentes generales de Valparaíso.....	17	6.5.3.Competencias.....	35
4.1.Comuna de Valparaíso.....	17	6.5.4.Ejercicios.....	36
4.2.Valparaíso patrimonio de la humanidad.....	18	6.6.Personajes ilustres.....	37
4.3.Patrimonio cultural inmaterial en Valparaíso.....	20	6.7.Entrevistas a voluntarios.....	38
5. Antecedentes generales de institución.....	22	7.FODA.....	39
5.1.Inicio del concepto bomberos.....	22		
5,2.Bomberos en Chile.....	24		
5.3.Compañías de bomberos en el territorio.....	26		
6. Antecedentes específicos del proyecto.....	28		
6.1.Primer Compañía de Bomberos de			
Valparaíso o ‘Bomba Americana’.....	28		
6.2.Historia bomba americana.....	29		
6.3.Organigrama.....	31		
6.4.Material histórico que posee.....	32		

ÍNDICE MARCO TEÓRICO

1. Patrimonio.....	40
2. Patrimonio cultural inmaterial.....	42
3. La organización desde un enfoque social.....	43
4. La identidad como proceso en perpetua construcción.....	45
5. Los bienes culturales.....	46
5.1. Bien cultural: colección fotográfica.....	47
5.2. Bien cultural: desfiles.....	48
6. El arraigo y sus dimensiones.....	50
7. Medición del arraigo de una organización en una comunidad.....	52
8. Estrategia comunicacional.....	58
9. Comunicación corporativa.....	59
10. Marketing cultural.....	60
10.1 Producto cultural.....	61
10.2. Ciclo de vida del producto cultural.....	62
11. Exposición y rol del diseño.....	64
11.1. Los roles del diseño.....	65

ÍNDICE PROPUESTAS

1. Observaciones.....	66
2. Fundamento.....	68
3. Objetivos del proyectos.....	69
4. Misión y visión.....	69
5. Diseño de estrategia.....	70
6. Mapa de público y públicos objetivos.....	72
6.1. Público comercial.....	73
6.2. Público institucional.....	73
7. Respuestas esperadas.....	74
8. Diseño de mensaje.....	75
9. Desarrollo de marca.....	76
10. Selección de medios.....	77
10.1. Vitrinas.....	77
10.2. Contenido.....	78
11. Generación de acciones comunicacionales.....	79
12. Fases a desarrollar.....	81
12.1. Fases a implementar.....	83
13. Estimación de tiempo de implementación.....	87
14. Métodos de evaluación de resultados.....	88

ÍNDICE DESARROLLO TÉCNICO

1. Conceptualización.....	89	4.3.2. Visualización página web.....	101
2. Mapa conceptual del plan de gestión y desarrollo.....	90	5. Desarrollo de piezas de comunicación interna.....	102
3. Mapa de piezas de diseño.....	91	5.1. Exposición permanente en el cuartel.....	102
4. Desarrollo de piezas de comunicación corporativa.....	92	5.2. Fotografías de sala de máquinas actualmente.....	104
4.1. Desarrollo marca.....	92	5.3. Pared calle Cochrane.....	105
4.1.1. Partes de logotipo.....	93	5.3.1. Vitrina pared calle Cochrane.....	108
4.1.2. Área mínima autónoma.....	93	5.4. Pared de mártires.....	109
4.1.3. Reticula.....	93	5.5. Pared de Cuerpo de Bombero de Valparaíso.....	112
4.1.4. Paleta cromática.....	94	6. Desarrollo de piezas de comunicación externa.....	115
4.1.5. Alternativas de color.....	94	6.1. Diseño CD institucional promocional.....	115
4.1.6. Escalas de grises.....	95	6.1.1. Definición de contenidos.....	115
4.1.7. Negativo o calado.....	95	6.1.2. Diseño CD.....	116
4.2. Papelería.....	96	6.1.3. Diseño de soporte de entrega CD.....	116
4.2.1. Hojas formato carta.....	96	6.2. Diseño de tarjetas postales.....	117
4.2.2. Tarjetas de visita.....	97		
4.2.3. Sobres americanos.....	98		
4.2.4. Carpetas.....	98		
4.3. Diseño de sitio web.....	99		
4.3.1. Diseño de contenido.....	99		

ÍNDICE DE FIGURAS

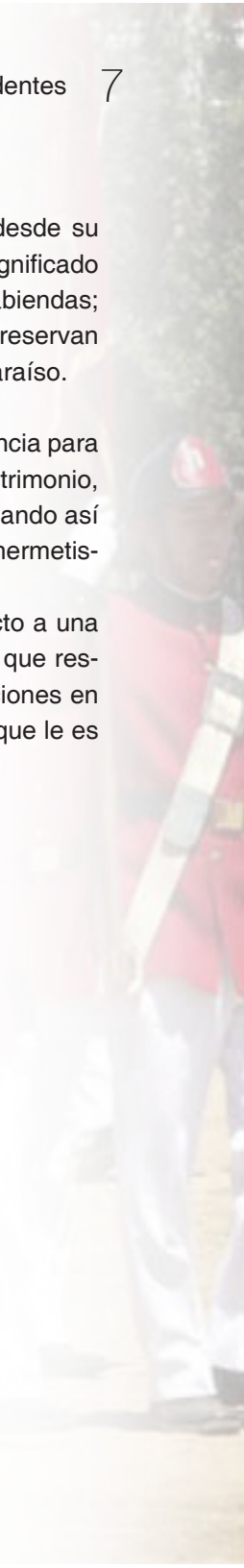
Fig.1. Organización e Institución.....	11	Fig.17. Propuesta de estrategia comunicacional.....	71
Fig.2. Planificación de etapas de trabajo en		Fig.18. Mapa de públicos.....	72
Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso.....	13	Fig.19. Tipos de públicos.....	73
Fig. 3. Web flyer Día del Patrimonio 2011.....	15	Fig.20. Medios seleccionados en función	
Fig.4. Línea de tiempo de historia de bomberos.....	23	a las acciones comunicacionales propuestas.....	80
Fig.5. Compañías de bomberos en Valparaíso.....	27	Fig.21. Plan de desarrollo y gestión de	
Fig.6. Organigrama Primera Compañía de		extensión cultural de 1°CBV.....	82
Bomberos de Valparaíso.....	31	Fig.22. Implementación de ejes	
Fig.7. Resumen de entrevistas a voluntarios.....	38	según fases de comunicación.....	86
Fig.8. Tipologías de patrimonio.....	41	Fig.23. Mapa lógico del sitio.....	100
Fig.9. Ámbitos de la organización social.....	44	Fig.24. Plano esquemático de	
Fig.10. Los bienes culturales y sus atributos.....	46	vista superior de primer piso.....	103
Fig.11. Arraigo espacial.....	53		
Fig.12. Arraigo social.....	54		
Fig.13. Arraigo cultural.....	55		
Fig.1.4. Arraigo temporal.....	56		
Fig.15. Conceptos extraídos del arraigo			
de la institución bomberil.....	57		
Fig.16. Dimensiones de la labor bomberil.....	67		

INTRODUCCIÓN

El tema del patrimonio en Valparaíso, a pesar de estar pronto a cumplirse 10 años desde su declaración, aun se encuentra en pañales, porque la definición y comprensión de su significado está continuamente escribiéndose día tras días por diversos personajes, algunos a sabiendas; mientras que otros de manera inconsciente son parte del patrimonio, lo protegen o lo preservan sin pleno conocimiento, como en este caso la Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso.

A través de la disciplina del diseño se ha podido hacer visible este tema, en primera instancia para los propios voluntarios, concientizándolos de su responsabilidad como parte de este patrimonio, comprometiéndolos a vincularse de maneras más participativas con la comunidad, ampliando así la mirada que a lo largo de los años se ha ido forjando, debido hasta cierto punto por su hermetismo, pero a su vez por el distanciamiento de los porteños con respecto a la institución.

Este trabajo pretende propiciar el acercamiento entre la comunidad porteña con respecto a una institución mediante la estrategia comunicacional, que se traduce a acciones concretas que rescatan, protegen y difunden el patrimonio local, pues al incluir diversos actores e instituciones en el referente colectivo de una ciudad, su historia e identidad se enriquece, abrazando lo que le es propio y protegiéndolo para futuras generaciones.



1. OPORTUNIDAD

*“El patrimonio material e inmaterial es uno de los recursos más obvios y señalados en el marco de las posibilidades que tiene un territorio para articular estrategias de desarrollo a partir de su vector cultural.”*¹ Claramente en la ciudad de Valparaíso esto se ha hecho manifiesto a través del reconocimiento por la UNESCO en el año 2003 como Patrimonio de la Humanidad, re-identificándonos, desde ese entonces, ya no sólo como una ciudad puerto, sino que como un espacio patrimonial de relevancia a nivel mundial.

Es desde esta perspectiva que la institucionalidad tanto local, regional y nacional ha generado diversas políticas, proyectos y decretos en pos de promover, mantener y posicionar esta valorización en los habitantes y visitantes de la ciudad. Una de las recientes iniciativas fue la de denominar Patrimonio Cultural Inmaterial, el día 3 de Julio de 2011, al Cuerpo de Bomberos de Valparaíso (también a los locales tradicionales del entorno de Aníbal Pinto, la feria de Avda. Argentina, entre otros). La razón de esta nominación fue *“por su gran espíritu de servicio y aporte a la ciudad, la Municipalidad de Valparaíso reconoció el trabajo de 160 años de esta institución por la que han pasado generaciones de porteños y que nació de la necesidad de combatir incendios que causaron estragos y cobraron vidas a mediados del siglo XIX en este puerto.”*²

El reconocimiento por parte del municipio hacia tan antigua y necesaria Institución es un honor y una validación a la labor voluntaria que han realizado y seguirán realizando; sin embargo, generalmente, en este tipo de organizaciones civiles (en especial en las de carácter voluntario) no existe personal con conocimiento en gestión, cultura, posicionamiento, conservación, etc., (a menos que uno de sus voluntarios trabaje en el área en su vida profesional/laboral).

En su estructura administrativa-operativa no suelen contar con un cargo específico en su organigrama, por lo que no existe alguien responsable de la tarea de conservación, resguardo, puesta en valor o difusión del patrimonio por lo que no se puede generar planes a largo plazo y de alto impacto, de esta manera el posicionamiento se remite a acciones esporádicas y aisladas.

Es desde esta observación y de la necesidad de poner en valor a los ojos de la comunidad el valor histórico, cultural y social de este tipo de instituciones; pues el desconocimiento de la comunidad con respecto a tradiciones, costumbres y aporte de esta hacia la memoria local generará exclusión de una parte de la historia social de Valparaíso y por consiguiente una pérdida del imaginario colectivo de sus habitantes.

1. Pau Rausell Köster, 2007. Cultura. Estrategia para el desarrollo local. España. Agencia Española de Cooperación Internacional Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación , página 139

2. <http://www.radiovalparaiso.cl/portal/2011/07/locales-de-anibal-pinto-y-el-cuerpo-de-bomberos-fueron-declarados-patrimonio-inmaterial-de-valparaiso/>

Se generan una serie de preguntas con respecto a: ¿Cuál es la implicancia de ser Patrimonio Cultural Inmaterial? Es decir, ahora que se reconoce el valor de una institución, ¿Cómo se gestiona este 'valor declarado' hacia sus propios integrantes y hacia la comunidad? ¿Cómo se difunde y potencia?

Es desde este cuestionamiento que se gesta el proyecto de título, donde a través de herramientas propias del diseño como el posicionamiento y la comunicación estratégica, busca posicionar a nivel de la comunidad la relevancia de la institución bomberil en el desarrollo de la ciudad, destacando su valor cultural como conformador de la identidad local.



2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las ciudades se conforman físicamente a través de la urbanización, la ocupación y las características geográficas del territorio; productivamente mediante motores económicos como el comercio, la industria, el turismo, entre otros; socialmente según las diversas etnias, pueblos, familias (migración-inmigración) y las maneras de organizarse administrativamente, políticamente; y culturalmente a través del tiempo y sus particulares modos de establecer relaciones interpersonales, generando costumbres, ritos, tradiciones determinadas según la época

El imaginario colectivo surge desde estos cuatro ejes (geográfico, económico, social y político), generándose imágenes y símbolos mentales (ya sea el entorno, el clima, la iconografía, los ritos, etc.) producidas por la sociedad, construidas a lo largo del tiempo y que son aceptadas y compartidas por gran parte de la población. Generan pertenencia y asociatividad a un grupo humano determinado al unificar mentalmente ciertos referentes que los identifican y los distinguen como propios.

Entonces cabe preguntar ¿Por qué hay ciertos símbolos e imágenes que logran convertirse en referentes de una sociedad? La respuesta tiene relación con quienes las producen, es decir con los grupos humanos, los modos en que estas entidades se organizan en pos de un objetivo (organización) y su impacto-beneficio en la comunidad en que se insertan, hasta convertirse en una institución, es decir, en un mecanismo de orden social y cooperación que trasciende las voluntades individuales.

El proyecto radica en la reflexión y estudio de como una organización puede transformarse y convertirse en una institución, es decir, como sus símbolos e imágenes se insertan y forman parte del imaginario colectivo en una ciudad patrimonial, mediante herramientas como la comunicación, el posicionamiento y la puesta en valor.

Se trabajará desde la base que toda institución tiene una cultura e identidad particular que se construye y evoluciona en el tiempo, la cual modifica su entorno tanto en su aspecto físico, histórico, social y valórico; ya que *“la identidad puede emanar de una cualidad intrínseca de las cosas o bien puede ser construida desde la razón, (...) la identidad es construida artificialmente en la interacción social”*.³

Sobre este fenómeno se puede decir que:

1. Sucederá en menor o mayor magnitud en función del arraigo que haya en la comunidad.

3. Carlos Altamirano. 2002. Términos críticos de sociología de la cultura. Paidós. Buenos Aires.

2. Que es un proceso que puede variar en el tiempo (es un proceso dinámico) según la contingencia y relevancia del servicio que entrega a la comunidad; y también según la visibilidad (grado de vinculación y cercanía) con el entorno.
3. Que a veces la misma organización no es consciente de su impacto y responsabilidad en la construcción de su propia imagen en el imaginario colectivo de una comunidad.

Fig. 1. Organización e Institución



Se puede inferir que una institución como la bomberil, reforzando su comunicación, es decir, mejorando el nivel de conocimiento y visibilidad por parte de la comunidad podrá ser capaz de mantener su status de institución, en el sentido conceptual de referente del imaginario colectivo de los porteños. Significando más para la ciudad que una entidad a cargo de la prevención y protección de las diversas tragedias, sino que como un actor social responsable del desarrollo histórico de la historia pasada, actual y futura de Valparaíso, posicionándose como un valor patrimonial inmaterial dentro de los referentes culturales de los habitantes de la ciudad.

3. TRABAJO PREVIO EN LA INSTITUCIÓN

La Primera Compañía de Bomberos arrienda una de sus salas para eventos como charlas, matrimonios, entre otros, para poder así financiar la labor de servicio activo; fue en este contexto cómo se conoció sobre esta institución y sobre el estado de material patrimonial valioso como libros, actas y registros que datan desde mediados del S. XIX.

Durante el segundo semestre del año 2009 se conformó un equipo de trabajo multidisciplinario de tres personas (bibliotecología, diseño, e historia) para desarrollar estrategias de conservación del patrimonio tangible y el posicionamiento de la 'Bomba Americana' como referente patrimonial de la historia de Valparaíso.

El primer paso de esta labor fue concientizar al directorio (director de la Cía. Y consejeros) sobre la importancia de la adecuada conservación de sus registros escritos y fotográficos, además de sus "reliquias" materiales, como su posterior puesta en valor en la institución (especialmente en sus voluntarios más jóvenes), además de hacer hincapié en la necesidad del personal idóneo en el área para que se hiciera cargo del proyecto, tanto en su creación como en su ejecución.

Para lograr la aprobación de la propuesta de trabajo por parte del directorio se les presento un plan de trabajo, el cual consistía en lograr un macroobjetivo: **posicionar a la 'Bomba Americana' como un referente patrimonial y cultural de la historia de Valparaíso**. El cual ha sido registro de los diferentes proyectos y acciones que se han ido formulando a lo largo del tiempo.

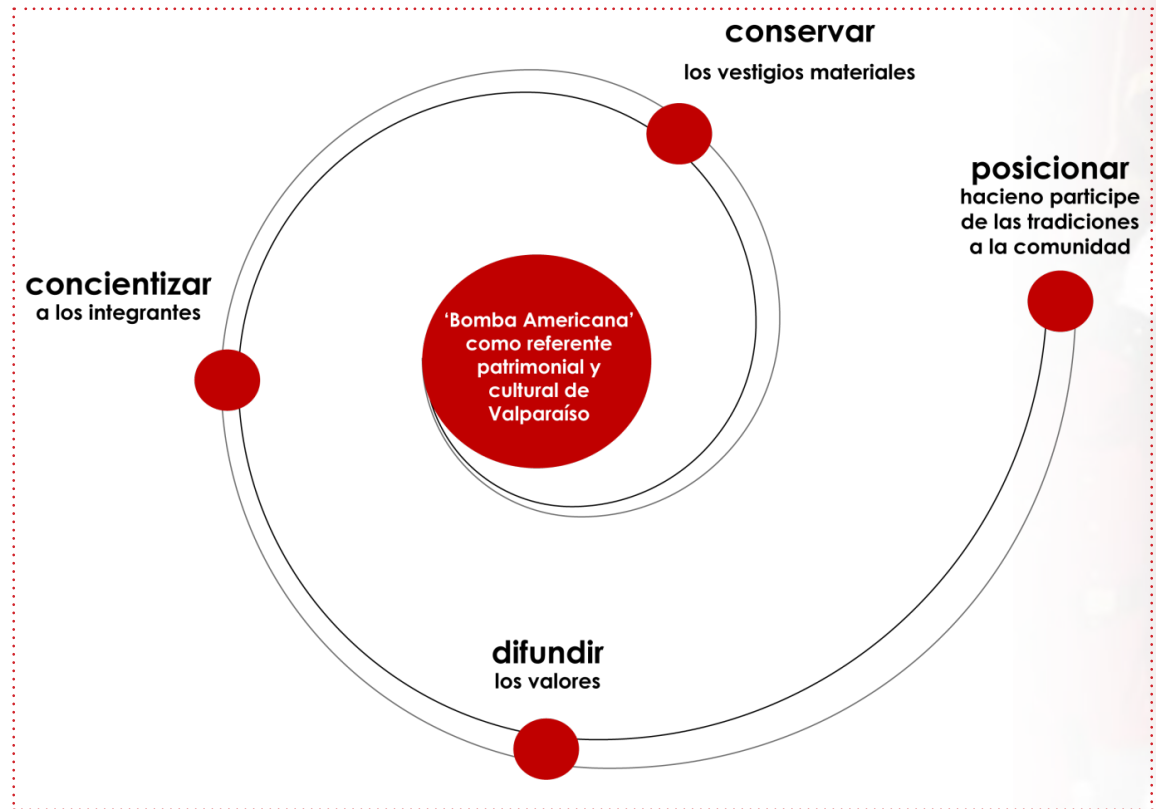
Dentro de este equipo de trabajo y proyecto el aporte desde el diseño ha sido traducido en una acción concreta que promueve la conservación y valoración del patrimonio de la institución, a través de herramientas como la planificación, la comunicación, los medios y soportes en pos de generar conocimiento de la historia colectiva de Valparaíso, la historia que nos compete a todos nosotros, cabe destacar que la disciplina ha estado presente tanto en la formulación de los proyectos, como en sus etapas de producción, puesta en escena y difusión.

Desarrollo del macroobjetivo: posicionar a la 'Bomba Americana' como un referente patrimonial y cultural de Valparaíso

En el cuadro se evidencian las diferentes etapas y actividades que se han realizado tanto hacia el público interno como externo; se observa que las fases han ido progresivamente desde la conservación preventiva hacia la puesta en valor, es decir, desde el interior de la organización hacia la comunidad, pues era de vital importancia comprometer a la directiva como a los integrantes con

respecto a su relevancia y aporte en el desarrollo de la memoria colectiva de la ciudad.

Fig.2. Planificación de etapas de trabajo en 1°CBV



a) Conservar los vestigios materiales

Las primeras acciones tomadas para la conservación preventiva de los diversos vestigios materiales (documentos escritos, fotografías, objetos, entre otros) fueron las de restringir el acceso y por ende la manipulación por parte de los voluntarios; si bien esto puede parecer un acto impositivo y contrario a la concientización del valor, fue necesario para poder ordenar, cuantificar y proponer un espacio adecuado de almacenaje y uso. Una vez organizada esa etapa se pudo disponer la información a los integrantes de manera más controlada.

A la vez se observó la necesidad de crear e implementar un archivo que pudiera ofrecer de mane-

ra adecuada la conservación y manipulación de los documentos, tanto por parte de los voluntarios como de potenciales investigadores; en función de esto se gestó el proyecto “*Creación e Implementación del “ARCHIVO 1851” de la 1ª Compañía de Bomberos de Valparaíso y de Chile*”⁴, a los fondos Iberoarchivos-programa ADAI (Apoyo al Desarrollo de Archivos Iberoamericanos) año 2010, por lo cual que actualmente se encuentra en ejecución.

b) Concientizar a los integrantes

A comienzos del 2010, luego de estudiar diversos fondos y líneas de financiamiento tanto regionales como nacionales, decidimos que el *III FORUM de las Culturas y las Artes*⁵ sería una instancia propicia para postular, ya que uno de los objetivos de esta organización es generar un impacto cultural en la ciudad que interviene a modo de ‘semilla’, es decir, producir un legado. Y bajo la modalidad de exposición permanente enmarcado en el eje de memoria histórica se postuló.

Debido al terremoto de Febrero de 2010, se dudó si la ciudad se encontraba en condiciones tanto de infraestructura como presupuestaria para asumir la responsabilidad de llevar a cabo el FORUM, por lo que nuestra participación y la de tantos otros estuvo indeterminada hasta el mes de Junio, donde finalmente se confirmó la ejecución. Gracias a los fondos del FORUM se pudo concretar una pequeña sala de exhibición para mostrar los diversos objetos y vestigios testigos de la Bomba Americana y también de Valparaíso.

A través de esta sala se pudo concientizar a los integrantes sobre su propia historia y su relación con Valparaíso, debido a que la sala se encuentra en las dependencias del cuartel, esto ha permitido tener una relación constante con la historia y tradiciones.

c) Difundir los valores

Para la difusión de valores de la Compañía hacia la comunidad se decidió utilizar instancias gubernamentales como el Día del Patrimonio, realizándose ya 2 versiones en el año 2010 y 2011.

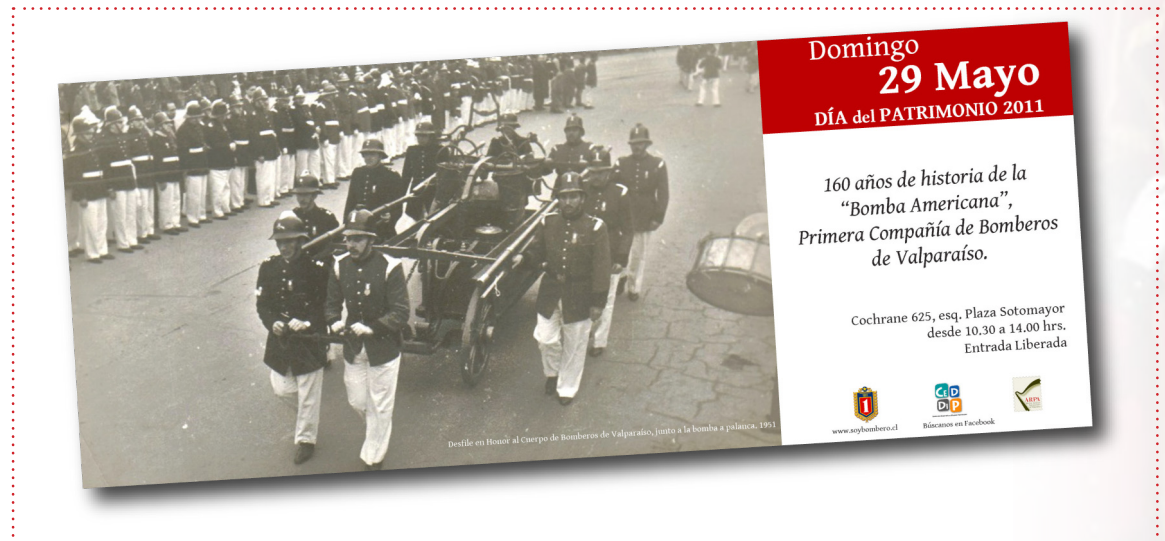
Durante el año 2010 esta experiencia fue de gran ayuda para comprobar el real interés de la comunidad con respecto al tema bomberil tanto en el ámbito de su funcionamiento como en su

4 <http://www.dibam.cl/noticias/PROYECTOS%20ADAI%202010%20CON%20ASIGNACI%C3%93N%2030-05-2010.pdf>

5 http://www.fundacioforum.org/valparaiso2010/esp/agenda_mes.asp?id_seccio=16&id_mesos=2

faceta histórica, a modo de sondeo con la población.

Fig.3. Web flyer Día del Patrimonio 2011



Se cita a ejercicio a los voluntarios, por lo que hay bomberos con uniforme de servicio, mientras que otros con tenida formal cuentan personalmente sus experiencias y anécdotas a una gran cantidad de público asistente (alrededor de 200 personas). El recorrido se inicia en la sala de máquinas (donde se ubican los carros) y posteriormente se invitaba a las visitantes a subir al casino donde se podía asistir a charlas sobre la historia bomberil.

De igual manera este año se volvió a abrir el cuartel para dicha fecha (contando esta vez con la sala de exhibición de la historia de la Compañía), encontrándonos nuevamente con gran asistencia e interés tanto de niños como de adultos, logrando instaurar en la Bomba una nueva tradición para compartir y darse a conocer a la comunidad. Esta iniciativa se difundió vía RRPP del Cuerpo de Bomberos, página web oficial de la 'Bomba Americana', facebook de la Bomba y red ARPA, esta última con gran relevancia en el área del público institucional con el cual se relaciona la Compañía.

A la par de generar instancias de difusión hacia la comunidad, se gestionó la participación en la

red de archivos patrimoniales de Valparaíso (red ARPA) la cual es una aliada constante en la difusión de actividades e iniciativas. Durante este año se utilizó para la difusión del Día del Patrimonio mediante un web flyer, llegando así mediante su base de datos a diversas organizaciones en Valparaíso, Viña del Mar, Quillota, Quilpué, entre otras localidades.

Cabe destacar que el cumplimiento de estas diversas actividades ha debido ser ajustado en función de los diversos fondos y programas de financiamiento a los cuales se han postulado, debiendo por ejemplo concretar la sala de exhibición antes que el archivo de conservación; sin embargo, debido a que todas las iniciativas se enmarcan bajo un mismo macroobjetivo rector estas acciones han logrado ser coherentes entre sí.

d) Posicionar haciendo participe de las tradiciones a la comunidad

Una vez iniciado actividades para conservar, concientizar y difundir el quehacer y valor de la organización, se genera la necesidad de hacer partícipe a la comunidad de las tradiciones propias de la Compañía (aniversarios, desfiles, ejercicios entre otros), es desde esta observación que se gesta el proyecto de título, enfocándose al posicionamiento mediante el diseño de una estrategia comunicacional, en el contexto de una ciudad patrimonial, para potenciar el reconocimiento de una institución en el imaginario colectivo.

4. ANTECEDENTES GENERALES DE VALPARAÍSO

4.1. Comuna de Valparaíso

Valparaíso es una de las ciudades más antiguas de Chile. Sus orígenes se remontan a 1536 y por su calidad de principal puerto del reino ejerció un papel determinante en el proceso de emancipación nacional.

Ubicado a 120 kilómetros de Santiago, es la capital de la quinta de las doce regiones en que se ha dividido administrativamente este país cuya modalidad de gobierno es centralizada. Con las ciudades de Viña del Mar, Concón, Quilpué y Villa Alemana forma una conurbación denominada Gran Valparaíso.

Sede del Poder Legislativo de la nación y declarada capital de institucionalidad cultural del país, alberga al gobierno regional y a la mayoría de las secretarías regionales del gobierno central (Seremis) y es asiento de la Armada de Chile, debido a lo cual es la principal oferente de los procesos de gestión y conducción en el sector público.

La configuración urbana de Valparaíso está determinada por su loca topografía, dominada por 44 cerros que se erigen en un anfiteatro natural con vista al océano que se funde con el cielo. Las calles a pie de cerro, los estrechos pasajes, las escaleras, los miradores, las casas pendiendo al vacío y que parecen al alcance de la mano de los pasajeros de antiquísimos ascensores, las fisuras con fondo de mar... Rasgos de una ciudad que, adicionalmente, se ve a sí misma desde los cerros.

La población de la comuna de Valparaíso se acerca a las 300 mil personas, de las cuales el 94%, es decir casi 280 mil, viven encaramadas en los cerros.

La ciudad sirve de sustento a la actividad portuaria a través de la prestación de una serie de servicios. Importantes instituciones financieras, tales como bancos y entidades de inversión, considerados facilitadores del comercio exterior, se concentran en el estrecho plan de la ciudad, junto a los servicios gubernamentales que regulan las transacciones comerciales.⁶

6 http://www.municipalidaddevalparaiso.cl/valparaiso_sintesis.aspx

4.2. Valparaíso patrimonio de la humanidad

El año 2003, Valparaíso fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, rescatando específicamente como espacio patrimonial y de conservación el llamado ‘casco histórico’ de Valparaíso, se encuentra entre *“las casas coloridas de los cerros Alegre y Concepción, la iglesia de La Matriz, el muelle Prat, las plazas Echaurren, Sotomayor y de Justicia, además de la plazuela Turri y su entorno, no podrán ser modificadas en sus construcciones y el puerto podrá ahora postular a fondos internacionales para proyectos que garanticen un plan de manejo adecuado de la riqueza cultural que se desea preservar.”*⁷

Las razones esgrimidas por la UNESCO que reconocen el valor patrimonial de carácter mundial fueron:

- a) La traza urbana**, que hace referencia a la trama vial del pie del cerro y del plan, articulada por calles longitudinales paralelas a la línea del mar y por la topografía irregular del cerro.
- b) Arquitectura**, la ciudad cuenta con diversas tipologías y estilos arquitectónicos en sus construcciones, especialmente en el plan.
- c) Ascensores**, el valor principal no radica tanto en factores arquitectónicos o estéticos, sino en ser una solución óptima a un problema de transporte en un medio topográfico particular.
- d) Autenticidad**, “Valparaíso no se ha “diseñado” o “construido” de un solo golpe, ha tenido un crecimiento paciente, lento y definido, de tal modo que cada acto individual ha contribuido a construir el patrimonio cultural que es reconocible actualmente en la ciudad.

La singularidad de Valparaíso está dada por la **interacción del espacio físico y la relación con sus habitantes**, tanto en la construcción y ocupación del espacio como en los medios de desplazamiento diseñados. Además de la adaptación a las condicionantes del medio ambiente (línea del mar, topografía de cerros).

Por otro lado, destacan la influencia de los inmigrantes expresada en las edificaciones, paseos, miradores y los diversos barrios, es decir, el **aporte valórico, tecnológico y estilístico** de los individuos para con la construcción tanto del paisaje como del imaginario cultural y simbólico colectivo (de la ciudad). Además de reconocer el valor de la de construcción como un proceso

⁷ [http://www.monumentos.cl/OpenDocs/asp/pagDefault.asp?boton=Doc52&argInstanciaId=52&argCarpetald=61&argTreeNodosAbiertos=\(0\)\(61\)&argTreeNodoSel=61&argTreeNodoActual=61](http://www.monumentos.cl/OpenDocs/asp/pagDefault.asp?boton=Doc52&argInstanciaId=52&argCarpetald=61&argTreeNodosAbiertos=(0)(61)&argTreeNodoSel=61&argTreeNodoActual=61)

dinámico y orgánico en el tiempo.

Además se reconoce en sus habitantes y sus diversos modos de vida (idiosincrasia del porteño) a través del tiempo el valor patrimonial a salvaguardar, el cual se expresa mediante vestigios ateriales como edificaciones o monumentos.

Sin embargo, desde el punto de vista institucional, el municipio se ha hecho cargo de la promoción y salvaguarda de la zona patrimonial a través de diversas instancias, estos son *“los componentes más relevantes del dispositivo patrimonial aplicado en la ciudad: la política de subsidios de la CORFO, el subsidio de rehabilitación patrimonial administrado por el MINVU y el Programa de Recuperación y Desarrollo Urbano de Valparaíso (PRDU)...”*⁸

Si bien la recuperación, conservación y puesta en valor de los edificios patrimoniales es una necesidad y una deuda pendiente con la ciudad; se observa que la tendencia de estas iniciativas tiene una marcada intención turístico-comercial, como por ejemplo: *“el subsidio de Rehabilitación Patrimonial, está destinado a co- financiar (sin reembolso ulterior) a la compra de inmuebles de interés patrimonial, los que deben estar destinados total o parcialmente a proyectos de inversión turísticos.”*⁹ También se observa en los objetivos del *“PRDUV, dependiente de la SUBDERE- fue ‘concentrar las inversiones en el territorio y sectores que mejor aprovechen las ventajas competitivas naturales de la ciudad para crear nuevas actividades económicas y atraer nuevos residentes’.”*¹⁰

Se observa que desde el punto de vista institucional, el énfasis se ha puesto en el patrimonio tangible de la ciudad de Valparaíso, lo cual va aparejado con potenciar el aspecto económico del patrimonio por sobre la valoración cultural, asociada a las tradiciones, memoria e historia. Sin embargo, el patrimonio tangible es valioso en cuanto se encuentre en un estado de valoración, uso y apropiación por parte de la comunidad. Se puede decir que el **patrimonio intangible se expresa en el tangible, como evidencia física de las tradiciones, creencias y valores del grupo humano que ha habitado y habita el espacio.**

Rescatar y promover el conocimiento y participación de la ciudadanía en su propio patrimonio intangible se convierte en herramienta para garantizar la continuidad en el tiempo de diversas expresiones culturales locales.

8 La política de activación patrimonial en Valparaíso:

crítica y propuestas. Pablo Andueza, página 2

9 La política de activación patrimonial en Valparaíso:

crítica y propuestas. Pablo Andueza, página 3

10 La política de activación patrimonial en Valparaíso:

crítica y propuestas. Pablo Andueza, página 5

4.3. Patrimonio Cultural Inmaterial en Valparaíso

En Chile actualmente no existe aún una ratificación de la UNESCO del 2003 sobre patrimonio cultural inmaterial, por lo que las políticas públicas que van en pos de salvaguardar, conservar y difundir se enfocan en programas, fondos de financiamiento concursables y otros. Estas políticas se abocan principalmente en *“valorizan la cultura popular rural y urbana en sus diversas manifestaciones artísticas locales y nacionales, así como la preservación de las culturas indígenas en sus rasgos más clásicos relacionados con las artesanías y las expresiones orales y rituales y, en un sentido más de política identitaria, la promoción de las lenguas originarias”*.¹¹

De igual manera, al no existir una legislación específica para esta tipología de patrimonio, tampoco existe una definición única, sin embargo, se observan características constitutivas que delimitan el significado y objetivo del patrimonio cultural inmaterial:

- a) *“Se transmite de generación en generación*
- b) *Es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia*
- c) *Infunde a las comunidades y los grupos un sentimiento de identidad y de continuidad*
- d) *Promueve el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana*
- e) *Es compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes*
- f) *Cumple los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible.”*¹²

Se puede concluir que el patrimonio cultural inmaterial se caracteriza por ser un fenómeno social que varía en el tiempo, donde la principal herramienta de ejecución es el propio cuerpo humano y que las manifestaciones tienden a ser expresadas de manera colectiva.

La municipalidad de Valparaíso, representada por el actual alcalde Jorge Castro, otorga nomina-

11 Estado del arte del patrimonio cultural inmaterial en http://www.crespial.org/new/public_files/pci-chile.pdf.,

página 203

12 Estado del arte del patrimonio cultural inmaterial en http://www.crespial.org/new/public_files/pci-chile.pdf.,

página 229

ciones llamadas 'patrimonio intangible'; y por otro lado existen declaraciones llamadas 'patrimonio cultural inmaterial', las cuales son respaldadas por la Unidad de Patrimonio del Municipio de Valparaíso, oficina dirigida actualmente por Paulina Kaplán.

“Dentro de las nominaciones de patrimonio intangible se pueden encontrar organizaciones como: Cuerpo de Bomberos de Valparaíso, Cuerpo de Voluntarios de los Botes Salvavidas de Valparaíso, Rotary Club, la temporada artística de la Universidad Federico Santa María, el equipo de Santiago Wanders, entre otros.

Y en las declaraciones de patrimonio cultural inmaterial se encuentran desfile del 21 de mayo, la Feria Libre de avenida Argentina, las ramadas de Alejo Barrio, el sector de la Plaza Aníbal Pinto y la Fiesta de San Pedro”.¹³

Se observa que el patrimonio intangible apunta hacia organizaciones e instituciones, mientras que las declaraciones de patrimonio cultural inmaterial se enfocan en manifestaciones que ocupan el espacio público de la ciudad, abarcando por tanto la idiosincrasia de los habitantes de Valparaíso como valor a reconocer y perpetuar.

Cabe destacar que a pesar de los esfuerzos tanto municipales como ciudadanos, no se cuenta con herramientas legales para proteger y resguardar el patrimonio inmaterial, por lo que es de vital importancia la difusión y concientización a la ciudadanía del valor patrimonial en Valparaíso, pues son estos los únicos mecanismos que pueden evitar que zonas resguardadas sean modificadas en el uso del espacio, pues su intervención cambiará a su vez la identidad del lugar y el modo en que el habitante se relaciona con el mismo.

¹³ <http://www.laotrazvoz.cl/archives/21107>

5. ANTECEDENTES GENERALES DE LA INSTITUCIÓN

5.1. Inicio del concepto 'bombero'

La historia del asentamiento humano y el posterior desarrollo de la civilización están relacionados con el poder de los hombres para controlar los factores ambientales y modificarlos para su propio beneficio. Es desde esta perspectiva que el fuego toma un rol fundamental en el cobijo del frío, la seguridad, la alimentación, entre otros; sin embargo este elemento también ha traído inherentemente un riesgo al escapar del control humano generando daños tanto al bienestar de los individuos como a su entorno.

“El fuego, una vez producido, y debidamente controlado, era el amigo más fiel del hombre, se volvía en peligroso enemigo que destruía sus hogares, sus utensilios de labranza y sus siembras, cuando el descuido permitía que se extendiese fuera del control humano”.¹⁴

Se puede afirmar que los intentos de controlar y apagar el fuego son una pugna que ha existido desde los inicios remotos hasta el día de hoy, donde a medida que las sociedades se expandían tanto en habitantes como en complejidad constructiva, diversificándose los modos y avances tecnológicos para enfrentarse a un incendio.

La historia de los Cuerpos de Bomberos debidamente organizados se remonta a los tiempos en que las antiguas ciudades de Grecia y Roma estaban en el apogeo de su esplendor, varios siglos antes de la era Cristiana. Lentamente estas organizaciones fueron desarrollándose, mejorándose en cuanto a organización, técnica y equipo se refiere, alcanzando un alto grado de eficiencia durante el primer siglo después de Cristo en la ciudad de Roma. Para esta época la metrópoli Romana tenía un Cuerpo de Bomberos que contaba con cerca de siete mil miembros, que luchaban contra las llamas, usando métodos científicos y relativamente muy eficientes.

¹⁴ <http://bomberosaraguahistoriamundial.blogspot.com>

Fig.4. Línea de tiempo de historia de bomberos



5.2. Bomberos en Chile

Pese a la importancia de Valparaíso como ciudad- puerto durante el siglo XIX, concretamente sólo en 1843¹⁶ encontramos la organización de dos guardias cívicas, independientes de los batallones cívicos de la época, que tendrán la labor de prestar sus servicios en las bombas y demás operaciones propias en casos de incendio, llevaron el nombre de Brigadas de Bomberos de Valparaíso. Dependiendo directamente de la Intendencia de la provincia, según los expedientes de las Guardias Cívicas y del Ejército, almacenadas en el Archivo Nacional.

A pesar de los esfuerzos para que esta Brigada funcionara, incluyendo la implementación de un uniforme especial, no dió abasto para combatir los incendios en la ciudad, sumado a la mala administración y la poca preparación de los brigadistas. El último impulso se dió en 1847 cuando la Brigada ascendió a un Batallón conformado por seis Compañías pasando a llamarse Bomberos de Valparaíso, en 1848, el nombre del nuevo batallón se transforma a Cuerpo de Zapadores Bomberos de Valparaíso, siendo nombrado como su comandante el señor Juan Agustín Vives.

El funcionamiento del Cuerpo no fue fácil, tuvo que lidiar con el bajo presupuesto, la falta de oficiales, la poca preparación y la difícil topografía de la ciudad, lo que permitió que personajes tan conocidos como los serenos tuviesen un rol primordial al momento de presentarse algún siniestro.

La tarea de los serenos era apoyada también por el tañido de las campanas instaladas en las iglesias de la ciudad, además de las que existían *“en la Gobernación (posteriormente denominada Intendencia) y la de la Capitanía de Puerto (después Gobernación Marítima)”*¹⁷.

En 1850, tras el gran incendio de Cabo Cruz de Reyes, donde se perdieron importantes almacenes, se comenzaron a organizar los ciudadanos más acaudalados, para formar alguna institución que permitiese salvaguardar bienes y vidas, todo esto como respuesta a la inoperancia del Cuerpo de Zapadores Bomberos que existía.

Es así como 4 compañías de bomberos, compuestas por vecinos de Valparaíso, que deseaban colaborar con esta nueva institución, cierran sus listas el 30 de junio de 1851, conformando la Asociación Contra Incendios, institución que funcionó paralela al Cuerpo de Zapadores Bomberos, por lo menos un año completo.

Se estima que el actual Cuerpo de Bomberos de Valparaíso tomó este nombre entre dos a tres años después de su fundación.

¹⁶ Existen investigadores como Jorge Garín que plantean el inicio de este cuerpo de milicianos a partir de 1836, pero el equipo de trabajo de la Primera Compañía aún no lo puede confirmar mediante fuente documental.

¹⁷ Historia del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso, J.

Garín Jiménez, 1998; página 55

En términos organizacionales, en su fundación existieron, como se señaló anteriormente, 4 compañías de bomberos, de estas primeras Compañías, dos eran de Agua; una de Ganchos, Hachas y Escaleras y la otra Guardia de la Propiedad, esta última con el objetivo de resguardar los bienes de los damnificados en incendios. Las cuales hoy corresponden a la Primera Compañía, Bomba Americana; la Segunda Compañía, Bomba Germania y la Décima Compañía, Eduardo Farley; la Compañía que en sus inicios fue Hachas Ganchos y Escaleras, fue disuelta a mediados del siglo XX, por comportamiento.

Así como Chile se divide administrativamente en regiones y estas a su vez en provincias y comunas, los Cuerpos de Bomberos están presentes en cada uno de estas divisiones administrativas donde desarrollan su labor en una o más comunas, en la actualidad ya suman 307 Cuerpos de Bomberos.

Al estar distribuidos a lo largo del país, estos Cuerpos son diferentes entre sí, tanto por la diversidad de emergencias que deben atender, como por tamaño y características de la comunidad a la que sirven, de la cual obtienen los recursos humanos y una parte fundamental del financiamiento del servicio bomberil.

Los Cuerpos de Bomberos se organizan a base de dos principios fundamentales: democracia (los cargos son sometidos a votación) y jerarquía.

La autoridad máxima de cada Cuerpo de Bomberos es su Directorio, encabezado por su Superintendente, en quien residen los poderes administrativos, es el representante legal y asume las relaciones con las autoridades públicas y de otras instituciones.

Mientras que las acciones operativas están a cargo del Comandante, al que corresponde dirigir las acciones de respuesta a la emergencia. En Valparaíso existen 4 comandantes.

La célula básica de la organización bomberil es la Compañía, de las cuales hay alrededor de 1.100 en todo el país.

Específicamente, el Cuerpo de Bomberos de Valparaíso cuenta con 16 Compañías con diferentes especialidades (tipo de emergencias a las que responden); estas son de aguas, emergencias forestales, de rescate y materiales peligrosos, las cuales se hallan distribuidas en la ciudad, tanto en el plan como en los cerros.

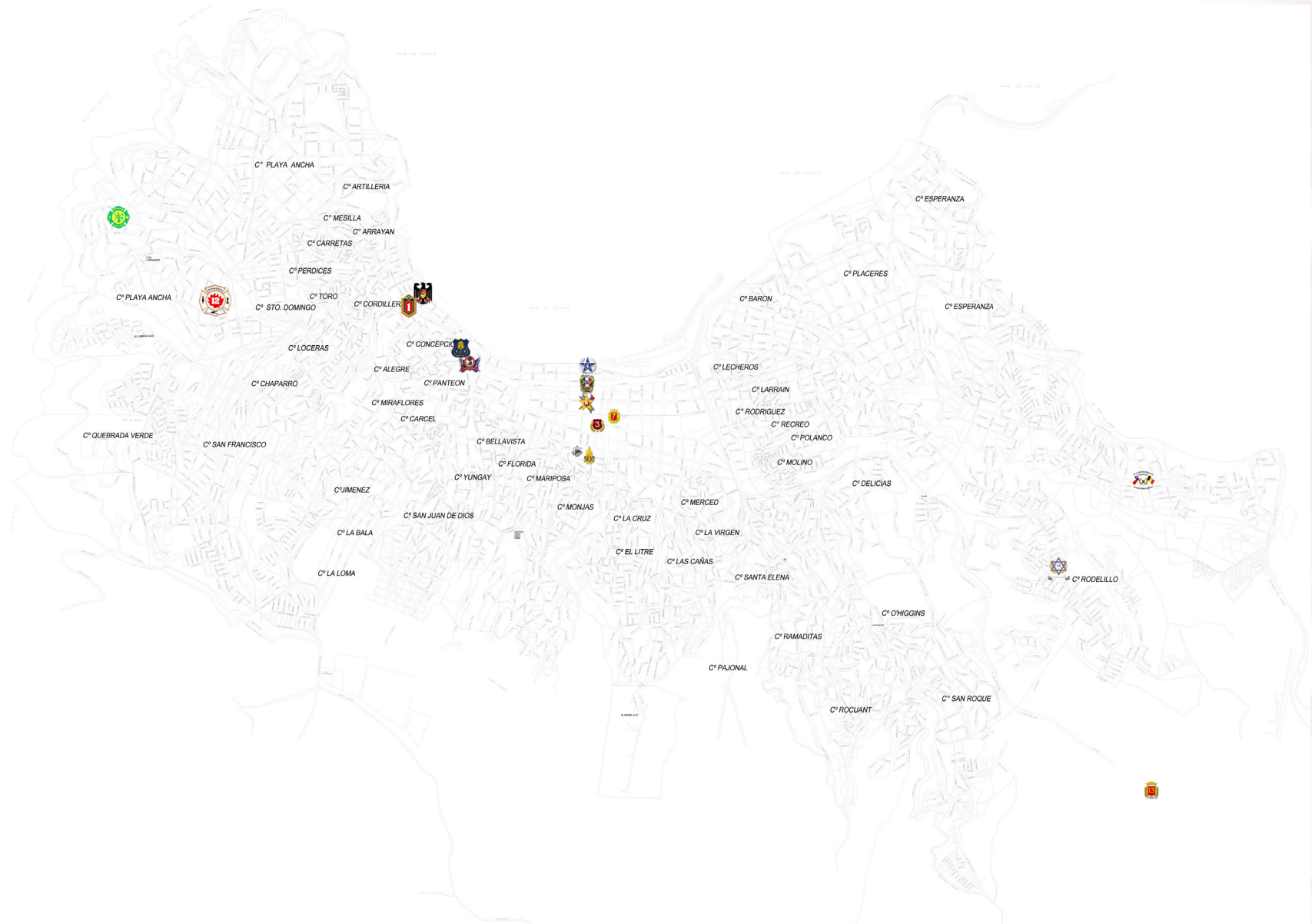
5.3. Compañías de Bomberos de Valparaíso y su ubicación en el territorio

Escudos Cías	Lista de compañías	Año de fundación	
   	Cuerpo de Bomberos de Valpo.	1851	Compañías y Cuerpo fundadores de la tradición bomberil de Valparaíso y Chile
	Primera	1851	
	Segunda	1851	
	Décima	1851	
       	Tercera	1854	Compañías ubicadas en el plan de Valparaíso
	Cuarta	1865	
	Quinta	1856	
	Sexta	1858	
	Séptima	1893	
	Octava	1856	
	Novena	1858	
	Undécima	1901	
    	Duodécima	1969	Compañías ubicadas en los cerros de Valparaíso
	Decimotercera	1973	
	Decimocuarta	1973	
	Decimoquinta	1973	
	Decimosexta	2000	

Las compañías con mayor antigüedad se encuentran en los primeros asentamientos de la ciudad; pues a medida que se expandía la ciudad, se fundaban nuevas compañías dispuestas a proteger a la creciente población. Esto sucede hasta nuestros días, constatándose en compañías jóvenes como las de Laguna Verde, Rodelillo, entre otras.

Se puede afirmar que la influencia bomberil en el desarrollo de la ciudad ha sido constante y permanente a través de los años; confirmándose la relación de arraigo de dichas instituciones con la creciente población y la ocupación del territorio.

Fig. 5. Compañías de bomberos en Valparaíso



6. ANTECEDENTES ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

6.1. La Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso o ‘Bomba Americana’

“Recién se iniciaba la segunda mitad del siglo XIX, Valparaíso se transformaba en la capital económica de la República y en el principal puerto de las costas americanas del Pacífico Sur. Era una época de esplendor para esta cosmopolita ciudad; pero, este desarrollo se veía amenazado cada cierto tiempo por un enemigo voraz: el fuego, que en dantescos incendios la consumía y devastaba. Así, como en anteriores ocasiones, el 15 de diciembre de 1850 un feroz siniestro asoló el centro comercial del Puerto y, en respuesta a esta tragedia, connotados vecinos crearon las bases de una organización que se encargaría de controlar estas emergencias y proteger a la ciudad.

A fines de mayo de 1851, en la última reunión de la Comisión Organizadora decidieron crear una Asociación Contra Incendios (hoy Cuerpo de Bomberos de Valparaíso), conformado por 4 Compañías, de las cuales la Primera de Bombas se constituyó el 6 de junio, y fijó como fecha de fundación y de cierre de registro de inscripciones el 30 de Junio de 1851. Así, con 151 hombres, nació a la vida la 1ª Compañía de Bombas, hoy Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso y de Chile: “Bomba Americana”.

Los integrantes de esta Asociación contra Incendios, al fundarla, en conjunto con las firmes bases operativas y administrativas, le dieron una orgánica moral y filosófica, que han mantenido en pie a la institución hasta el día de hoy, permitiendo que el modelo de organización se multiplicara por todo Chile, e incluso se haya replicado en otras ciudades de Latinoamérica.

El ser voluntarios, sin recibir recompensa económica, el dejar de lado los intereses políticos, religiosos, raciales o sociales ha significado construir y ser hoy en día una de las instituciones más respetadas por la ciudadanía.

Pero, el tiempo no se detuvo, ese 30 de Junio, ha perdurado por 159 años, durante los cuales la Primera Compañía, ha sido protagonista de la vida y, en especial, de las tragedias que ha sufrido nuestra ciudad. La labor de la Primera Compañía el 8 de julio de 1851, sólo a una semana de haber sido fundada, concurriendo al incendio del vapor Perú que, en medio de un temporal, había encallado y comenzaba a ser consumido por el fuego.

Tras esa primera emergencia, la Primera Compañía de Bomberos ha prestado varios miles de servicios, destacando por su trascendencia el trabajo en el bombardeo de Valparaíso, por la es-

cuadra española el 30 de marzo de 1866, en la epidemia de Cólera de 1887, en el desborde del tranque Mena en agosto de 1888, en el terremoto del 16 de agosto de 1906, en el trágico incendio y explosión de la Dirección de Caminos el 1º de enero de 1953, en los terremotos de 1965, 1971 y 1985, en la explosión e incendio de la calle Serrano, el 3 de febrero del 2007 y en el reciente terremoto del 27 de febrero pasado.”¹⁸

6.2. Historia bomba americana

El 15 de octubre de 1850, ocurre un gran incendio en la Calle Cabo Cruz de Reyes, que tras provocar una infortunada situación de pérdida material, acelera la necesidad de crear rápidamente una institución de calidad y que realmente respondiera a la realidad de la ciudad.

Luego de algunas reuniones, se logró convocar a un importante número de vecinos dispuestos a combatir el fuego, que dieron como fruto la creación y organización de la ya mencionada “Asociación Contra Incendios”.

Tras un acuerdo del Directorio de la Asociación, al Primera Compañía de Aguas abrió sus inscripciones el 6 de junio de 1851, para cerrarlas, como las otras compañías, el 30 de junio del mismo año, con 151 voluntarios, todos connotados porteños, en su mayoría ingleses y norteamericanos, y una minoría de irlandeses.

Los primeros oficiales, escogidos de sus listas fueron:

Capitán:	A. Haatley
Teniente 1º:	C. P. Hemenway
Teniente 2º:	Juan R. Lyon
Teniente 3º:	E. Sartori
Teniente 4º:	Benjamín Planas
Tesorero- Secretario:	R. Young

¹⁸ Extracto del discurso de la sesión solemne del aniversario 159 de la Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso, escrito por el actual secretario doctor Jaime Peralta

“Los primeros combates contra el fuego comenzaron ese mismo año, colaborando con la Segunda Compañía de aguas en el incendio del vapor “Perú”, luego el 13 de septiembre del mismo año, se realizó el primer ejercicio de bomberos. Una tradición que perduró por muchos años a nivel del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso”.¹⁹

Pero todo cambió cuando la recién formada Compañía adquirió para el servicio de la comunidad la primera bomba a palanca, que les permitía extraer agua de los pozos de la ciudad. La cual era tirada por caballos y para su funcionamiento debía ser operada por 24 hombres. La compleja maniobra, convertía la labor bomberil en un servicio muy sacrificado. Lo que incluso permitió en su tiempo tener algunos ‘auxiliares’, estos en vez de cumplir con las obligaciones militares de la época, colaboraban por dos años con las Compañías de Bomberos.

En el año 1856, la Primera Compañía adquiere a su haber la primera bomba a vapor en Chile, llamada la Americana, lo que más adelante determinará el seudónimo que tomará esta institución:²⁰ Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso, Bomba Americana.

En sus filas de voluntarios se apuntan connotados porteños como la familia Budge, Cirilo Armstrong, Juan Naylor, Carlos Van Buren, algunos integrantes de la familia Edwards y muchos más, que permitieron no sólo darle un mayor realce a la Compañía, sino que a la vez fue beneficiada con un apoyo económico fundamental para el óptimo funcionamiento de la institución.

Muchos han sido los acontecimientos que han golpeado las vidas de quienes han sido parte de “La Americana”, como el incendio en que se perdió la vida de tres de nuestros voluntarios, los primeros mártires del deber de la Compañía: Lawrence, Blackwood y Rodríguez, para unirlos posteriormente Barrios y finalmente en el año 2002: Goldsworthy.

La Bomba Americana, no solo ha sido testigo, sino partícipe en la labor de servicio de importantes hitos en la ciudad de Valparaíso, como el bombardeo de la ciudad por parte de la Escuadra Española en 1866, la salida del tranque Mena a fines del siglo XIX, el incendio del 1° de enero de 1953 y otros tan recientes como la explosión de calle Serrano el 4 de febrero de 2007 y el terremoto del 27 de febrero de 2010.

¹⁹ www.soybombero.cl

²⁰ Se presume que ese nombre fue tomado porque la ciudadanía los identificaba al momento de trasladar la bomba Americana. “¡Ahí va la bomba americana!”. En reglamentos del Cuerpo de Bomberos de 1858 podemos encontrar el nombre de Bomba Americana, para referirse a la Primera Compañía de Bomberos.

6.3. Organigrama

La Compañía tiene 2 tipos de cadenas de mando, una administrativa que regula y ordena las actividades como el envío y recibo de correspondencia, el pago de las contribuciones y las cuotas, la disciplina, entre otros; y otra cadena que se encarga de la parte operativa de la Compañía como la dirección y mando en las emergencias, simulacros y ejercicios, entre otros.

Los cargos de autoridad son elegidos cada 2 años mediante votaciones por parte de todos los voluntarios (activos y honorarios); no excluyendo que dichas personas puedan deponer su cargo (incumplimiento de cargo, razones personales, etc.), ocasión en la cual otro voluntario es elegido por la Compañía para tomar su puesto.

La Compañía cuenta actualmente con 52 voluntarios en total, este es un número variable debido a los nuevos ingresos, traslados y/o renunciaciones de los voluntarios, muertes de voluntarios honorarios, entre otros factores.

Fig. 6. Organigrama 1°CBV



6.4. Material histórico que posee

La organización a lo largo de sus 160 años de existencia ha ido generando información y documentación propia de su funcionamiento como por ejemplo libros, de los cuales se desprenden varios tipos según su función para la operatividad y el registro de la Cía. Existen libros de actas, bitácoras, libros de material mayor, etc.

En los libros de actas, el secretario de la institución anota todas las Juntas de Oficiales y reuniones administrativas de importancia que afectan a la Compañía. Las cuales evidencian cómo se comenzó a organizar de manera operativa la institución, respondiendo a la modernidad y a los cambios de la sociedad. Por ejemplo, en una primera instancia, se toma en acuerdo la manera en que el sereno debe dar alarma de incendio, para posteriormente encontrar un sistema desarrollado por radio, o por teléfono, dependiendo de la tecnología a la cual los bomberos y la sociedad en Chile vayan teniendo acceso. Estos libros, además, contienen modificaciones a reglamentos o estatutos de la institución.

En las bitácoras, los oficiales que estén a cargo, escriben las salidas a las diversas emergencias detallando que sucedió (la naturaleza de la emergencia), donde ocurrió, quienes asistieron, que material se utilizó, etc., cabe destacar que también se escriben sucesos cotidianos de importancia para la organización como nacimientos o fallecimientos, al igual que sucesos de relevancia nacional como por ejemplo catástrofes como el incendio del 1° de Enero de 1953 o la explosión de calle Serrano o el reciente terremoto del 27 de Febrero de 2010.

También dentro del ámbito de documentación, la Compañía posee alrededor de 300 fotografías, muchas de ellas de carácter inédito, y que retratan la evolución arquitectónica y tecnológica de la ciudad mostrando espacios que actualmente han perdido su uso original o que ya no existen. De igual manera, es posible apreciar a sus voluntarios, los implementos que han utilizado y los carros que han sido parte de la labor bomberil, sus tradiciones y la interacción con la comunidad.

Este tipo de documentación permite generar narraciones de carácter personal y colectivo centrándose tanto en temáticas como la arquitectura, la vida bomberil, los espacios públicos, entre otros; los cuales complementados con citas propias de las actas y bitácoras, además de investigación en otras fuentes podrá ofrecer miradas nuevas sobre el patrimonio y la memoria porteña.

La Compañía también cuenta con diversos objetos como uniformes, medallas, banderines, pito-

nes, maquetas de carros, antorchas funerarias, etc. Estos vestigios materiales permiten complementar la información otorgada por las imágenes y textos; enriqueciendo el relato ya sea a través de su exhibición directa en vitrinas.

6.5. Tradiciones de la compañía

Actualmente existen diversas tradiciones de la organización bomberil que intervienen la ciudad, desde un punto de vista espacial como temporal, pues se realizan ritos que han permanecido inamovibles tanto en su estructura y recorrido, además de vestimenta y accionar. Este tipo de espectáculos representan un gran patrimonio para la ciudadanía pues en ellos participan sus propios habitantes. Sin embargo, a pesar que estas tradiciones han permanecido vivas desde 1851 son pocas las personas que comprenden el significado de dichos ritos, generando distancia entre el habitante y el bombero en su aspecto social, el cual puede ser revertido a través de la comprensión, conocimiento y participación ciudadana en dichos espectáculos.

6.5.1. Los funerales nocturnos

Esta tradición nació ocasionada por una revolución que afectó a Chile en 1859 ante una sucesión de graves desmanes y como una forma de imponer el orden necesario, la autoridad pública decretó toque de queda junto con la prohibición absoluta de realizar reuniones públicas.

Según Montecinos²¹, coincidió con el fallecimiento, el día 12 de Abril, de un Voluntario de la Tercera Compañía don Domingo Espiñeira, produciéndose la delicada situación de tener que efectuar el funeral de todas maneras para rendir el posterior homenaje al bombero fallecido. En forma oculta y muy silenciosa, los Voluntarios llevaron el féretro hasta el cementerio durante la noche, portando chonchones encendidos, hasta darle cristiana sepultura en medio del sentir de todas las Compañías.

Actualmente, esta tradición se mantiene viva en la Institución bomberil; al caer la noche, se forma una delegación de cada una de las restantes Compañías en las cercanías de la Compañía do-

²¹ http://www.bomba7.cl/html/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=415

liente e inicia el camino hacia el cementerio. Sus voluntarios, así como en 1859, llevan antorchas como póstumo homenaje.

Dentro de esta tradición podemos considerar el velorio que realiza la Compañía, muy similar al que realizan las Fuerzas Armadas, denominada Capilla Ardiente. Si la familia gusta el cuerpo del voluntario que a partido es velado en las dependencias de la Compañía. Su féretro es acompañado por seis voluntarios, quienes se turnan día y noche, para rendir los últimos honores.



Junio de 1976, calle Esmeralda, Valparaíso

Bomberos en un desfile nocturno. Una delegación de cada una de las restantes Compañías en las cercanías de la Compañía doliente e inicia el camino hacia el cementerio. Sus voluntarios, así como en 1859, llevan antorchas como póstumo homenaje.

6.5.2. El bautizo

Las compañías aceptan nuevos voluntarios regularmente para mantener una dotación de bomberos activos; los bautizos son para honrar el ingreso de ellos a sus filas, donde pasan a ser parte de la familia bomberil al acudir a su primer incendio como voluntario activo de cada Compañía.

El primer bautizo que se registra sucedió el día 8 de julio de 1851, dándose inicio a esta tradición del voluntariado, después que el vapor Perú encallo en el puerto. Es descrito así: *“A las 10 horas, la campana de la bolsa comercial empezó a tocar llamando a los flamantes voluntarios de los bomberos: Era el primer llamado y, por de pronto, llegaba el momento esperado del bautizo; por eso las bombas corrieron en dirección al vapor varado, que empezaba a incendiarse, y los voluntarios no se comportaron como reclutas ya que lucharon contra los elementos como verdaderos veteranos”*.²²

Actualmente se realiza a fines de año, cuando se celebra la cena de las damas primerinas²³, consiste en que el nuevo voluntario junto a su padrino deben retirar de la cabeza del contrincante su casco, ayudado por un potente chorro de agua. El último que quede sin esta pertenencia, es el ganador del bautizo.

6.5.3. Las competencias

Las competencias tradicionalmente se realizaron con el fin de compartir entre todas las Compañías del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso. Se tiene conocimiento de esta actividad desde a fines del siglo XIX donde se hacían para inculcar el espíritu de superación entre los voluntarios.²⁴

Cada Compañía se preparaba durante meses para cumplir de manera satisfactoria y obtener el primer lugar de la competencia. Esta consistía en un juego contra reloj donde las Compañías debían sortear diferentes pruebas entorno a su labor. El equipo que tomaba menor tiempo en realizar las pruebas era el triunfador.

A finales de la década de 1980, se decidió no volver a hacer estas competencias, pues estaban contradiciendo sus orígenes, en vez de colaborar a la unión, aumentaban la rivalidad entre las Compañías, además de generar un gasto incompatible con la situación económica del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso.

22 Jorge Garín. 1998. Historia del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso. Valparaíso. Página 116.

23 Anualmente, al finalizar el año, se realiza una cena en honor a las esposas, novias o madres (según sea el caso) de los voluntarios de la Compañía, para agradecerles por el apoyo en su ardua tarea de salvaguardar vidas y bienes; esta actividad recibe el nombre de Cena de las Damas Primerinas.

24 Jorge Garín. 1998. Historia del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso. Valparaíso. Página 147.

6.5.4. Ejercicios Generales

Además de la Competencia anual se realizaba un desfile y ejercicio general, en el cual asistían no sólo todas las Compañías, sino que también toda la ciudadanía que asistía masivamente a observar los juegos de agua y escaleras que realizaba el CBV.

Las Compañías fundadoras a su vez, realizaban un ejercicio anual extraordinario en honor a los niños y niñas del Hogar de la Providencia. Primera, Segunda y Décima Compañía, entusiastamente, colaboraban con un momento de felicidad para ellos.

Cuentan los voluntarios que las religiosas a cargo de los niños y niñas los esperaban con deliciosos pastelitos para agaredecirles este momento. Lamentablemente este punto fue lo que propició su desaparición, pues las hermanas pidieron a los voluntarios no realizar más actividad, pues era muy costosa para ellas, según señalan en las entrevistas.

Se calcula que esta tradición se llevó a cabo a lo menos 10 años, alrededor de la década de 1960.



1957, Casa de la Providencia, Hontaneda, Valparaíso, bomberos fundadores realizando un ejercicio para los huérfanos.

6.6. Personajes ilustres

La ‘Bomba Americana’ cuenta con una larga lista de voluntarios y contribuyentes que pertenecieron a sus filas, dentro de los cuales, ciertos personajes no sólo fueron relevantes para la historia bomberil, sino que también para el desarrollo de la ciudad. Es a través del estudio y difusión de material acopiado en los archivos de la institución que se pueden encontrar anécdotas, imágenes y narraciones desconocidas; enriqueciendo así el imaginario colectivo.

Estos personajes forman parte de la memoria de Valparaíso, se pueden mencionar los más relevantes: Carlos Van Buren (Voluntario por mérito) y Renzo Pecchenino (Lukas), como contribuyente. Mientras que existieron otros personajes de gran relevancia histórica y tecnológica que aportaron al desarrollo de la ciudad, permaneciendo anónimo su nombre, mas no su obra: Juan Naylor, creador del primer ascensor llamado ‘Turry’ ubicado en el cerro Concepción; Charles Roswell uno de los primeros fotógrafos documentalistas en Chile.

Promover la investigación como la difusión, tanto en el ámbito académico como hacia la ciudadanía, permitirá poner en valor las diversas obras de porteños que han contribuido al desarrollo de la ciudad; generando conciencia sobre el rol de los propios ciudadanos en el desarrollo y protección de Valparaíso.

6.7. Entrevistas a integrantes

“Los habitantes de los pueblos son los únicos titulares de su cultura. A ellos les corresponde el derecho de interpretarla y legitimarla”²⁵, es necesario comprender el valor de las tradiciones desde los mismos integrantes de la organización, así como visualizar como creen ellos que la ciudadanía los percibe.

Es necesario comprender el valor de las tradiciones desde los mismos integrantes de la organización, así como visualizar como creen ellos que la ciudadanía los percibe. Para comprender de mejor manera la identidad de esta organización se realizaron una serie de preguntas que abarcan desde lo que significa ser bombero hasta lo que significan sus tradiciones y como creen que se insertan en la comunidad; se realizaron una serie de preguntas prediseñadas a diferentes bomberos.

25 De los 9 Principios de Luizhi, Pau Rausell Köster, 2007. Cultura. Estrategia para el desarrollo local. España. Agencia Española de Cooperación Internacional Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, página 60

El criterio de selección de los encuestados fue según edad, de esta manera se puede observar si es que ha existido algún tipo de evolución del discurso y/o valoración entre los integrantes. Entrevistas completas adjuntas en anexo.

Fig. 7. Resumen de entrevistas a voluntarios



7. FODA DEL PROYECTO

F	O	D	A
Gran cantidad de documentación y material originales e inéditos con valor histórico y testimonial de una organización fundacional El cuartel se ubica en pza. Sotomayor, dentro del casco histórico de Valparaíso Apoyo a iniciativas de gestión cultural por la actual directiva de la Compañía Las tradiciones que se celebran en días específicos y previamente calendarizados, permiten mayor difusión y programación hacia la comunidad	Desde el 2003 Valparaíso es considerada patrimonio de la humanidad por lo que existe un creciente campo del área patrimonial como factor de desarrollo social y económico en Valparaíso. Existe una alta valoración afectiva de la comunidad hacia la organización, lo que supone una predisposición positiva del público hacia iniciativas con relación a la misma. En actividades anteriormente realizadas por la compañía se obtuvieron positivas evaluaciones tanto en asistencia como en interés y valoración de la iniciativa por parte de los visitantes.	Las directivas tanto de las compañías como del Cuerpo de Bomberos son sometidas a votación cada 2 años La Compañía no cuenta con ingresos específicamente destinados al área de gestión cultural	Alto grado de desconocimiento de la comunidad del valor fundacional de los bomberos de Valparaíso como propulsores de esta tradición Las fuentes de financiamiento como fondos concursables tienen generalmente dos aperturas anuales para postulación, condicionando

1. PATRIMONIO

El concepto de patrimonio es un fenómeno reciente que implica una selección desde el presente hacia el pasado; donde en sus inicios se valorizaba el objeto por sobre el sujeto, mientras que actualmente el valor está dado por el entorno del objeto, es decir su significación se enmarca en tres ámbitos: historia, antropología y sociología.

El patrimonio es un fenómeno multidimensional, se puede concebir como un fenómeno *“histórico (producto de la historia), antropológico (culturas, reformulación de la elaboración de la cultura adaptada) y sociológico (resumen o producto de los intereses sociales).”*¹

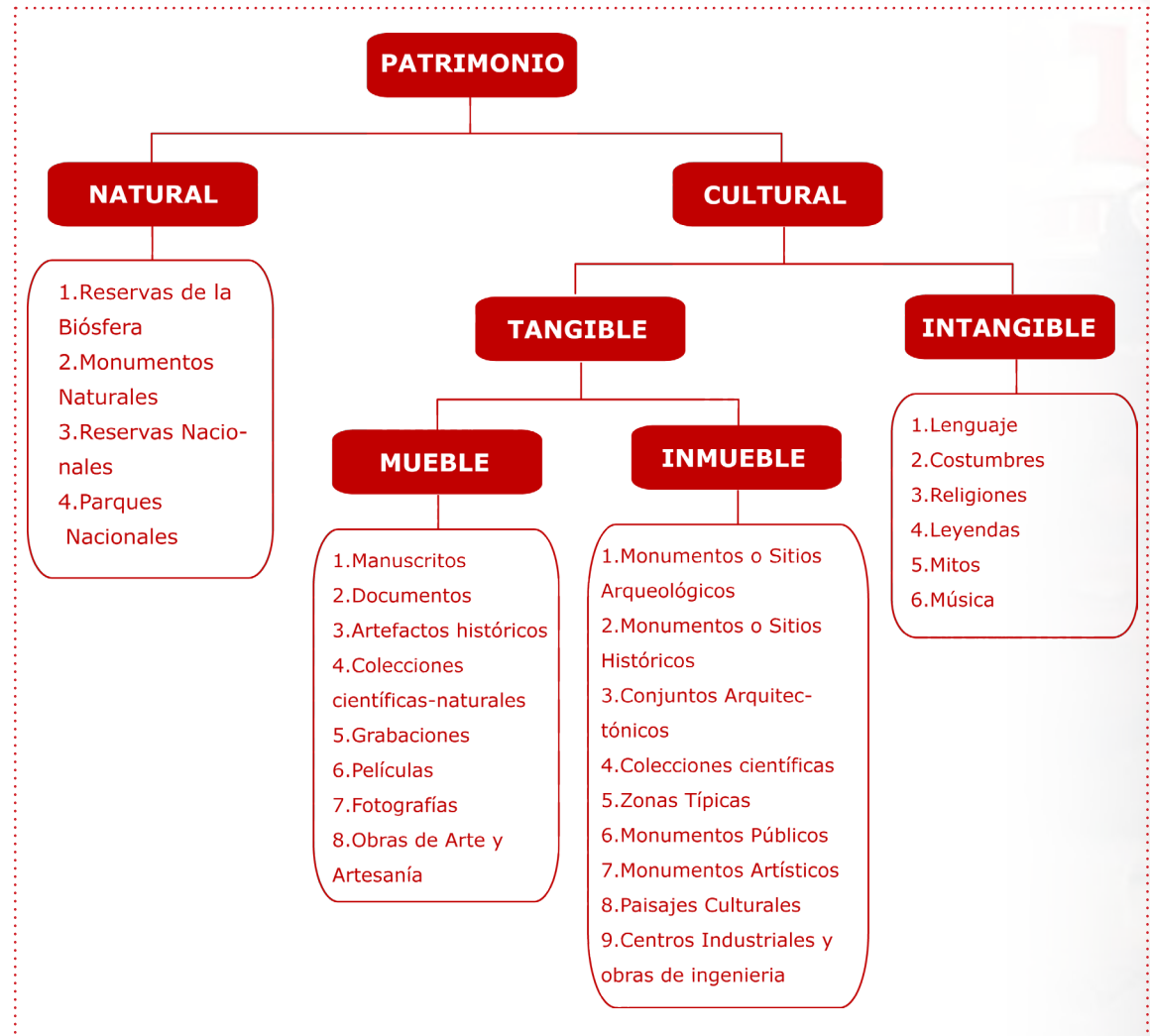
Se puede decir que el patrimonio estará siempre sujeto a una reelaboración y que puede abarcar cualquier expresión humana como una fiesta, una actividad, un edificio, etc. Siempre y cuando estas expresiones tengan un significado colectivo y público para la comunidad.

El medio natural hace referencia a la biodiversidad, mientras que el cultural habla sobre las diversas creaciones y manifestaciones en las que se expresa y se han expresado las sociedades a lo largo del tiempo.

El patrimonio tangible tiene un carácter menos dinámico en el tiempo, ya que estos documentos, edificaciones, monumentos, etc. Son irreproducibles, son testimonios de un sentir específico de una comunidad que son seleccionados por expertos (investigadores, historiadores), mientras que el patrimonio intangible son expresiones que se modifican por el traspaso generacional y el uso y apropiación de una comunidad, es seleccionada por la misma comunidad, existirá en tanto este vigente para ella misma.

Desde ese punto de vista, el patrimonio intangible es más frágil pues puede modificarse o desaparecer de una generación a otra, por lo cual es vital tener mecanismos de registro y promoción.

Comúnmente se ha tipificado las diferentes expresiones en función del medio por el cual se expresa:

Fig. 8. Tipologías de Patrimonio²


2 <http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>

2. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Se puede definir al patrimonio cultural inmaterial como *“una forma viva del patrimonio que se recrea continuamente y evoluciona a medida que adaptamos nuestros usos y tradiciones al mundo que nos rodea”*³, este tipo de manifestaciones también son procesos dinámicos que se van heredando, modificando o extinguiéndose según la pertinencia valorica/funcional que tenga para la comunidad que la práctica y la sociedad en la que se inserta.

*“‘Salvaguardar’ significa garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, esto es, su recreación y transmisión continuas.”*⁴ Donde la comunidad juega un papel activo en la salvaguarda de las manifestaciones, ya sea a través del acopio y del registro de información de los diversos elementos que la conforman, para su traspaso por canales formales como la educación; como también a través de instancias de información y difusión que promuevan la participación ciudadana en dichas manifestaciones.

La valoración de una manifestación es un proceso dinámico en que interactúa la pertinencia de la expresión, el arraigo y reconocimiento a nivel social de la organización productora y la participación de la comunidad en la cual se inserta.

3 y 4 Sonia Montencinos. Estado del arte del patrimonio cultural inmaterial, http://www.crespial.org/new/public_files/pci-chile.pdf. Página 3

3. LA ORGANIZACIÓN DESDE UN ENFOQUE SOCIAL

“ (...) Una de las características principales con las que debe contar una organización social es la de contar con un grupo de personas que compartan elementos en común, similares intereses, similares valores o formas de actuar ante determinadas situaciones. Al mismo tiempo, las organizaciones sociales se establecen siempre con un fin, por ejemplo cambiar la realidad que rodea a sus miembros, aportar discusiones sobre determinados temas o simplemente compartir un momento específico.”⁵

Las organizaciones sociales se articulan desde el grupo humano hacia un objetivo en común. Por lo que el área cultural, es decir, los conjuntos de valores, creencias, ritos, visiones similares de los integrantes, entre otros factores son la base sobre la que se configura la estructura para la ejecución de las acciones. Del mismo modo, esta base humana es la que condiciona el modo y las vías de comunicación interna como externa que utilizan para llevar a cabo las tareas y alcanzar sus objetivos.

Las organizaciones sociales se pueden analizar desde 3 puntos de vista: el área cultural, la estructural y la comunicacional.

Dentro del área cultural se encuentran los valores, creencias y normas (reglamentos, estatutos) que son la base desde la que se entiende y perpetúa la organización al compartir sus integrantes similares ideales; mientras que desde el punto de vista estructural la infraestructura, organigrama y recursos son las herramientas que llevan a cabo las acciones. Finalmente, desde área comunicacional el lenguaje, símbolos, ritos, historia y tradiciones son el resultado del diario quehacer de una organización, generando códigos y canales específicos que van delineando la identidad propia.

Se puede decir que todo fenómeno comunicacional ya sea interno o externo e incluso, consciente o inconsciente es producto de la ‘raíz’ de la organización, es una expresión de su cultura, es el resultado de sus valores, creencias y normas; el cual se materializa a través del ‘tronco’ es decir, de la infraestructura, recursos y organización (los atributos visibles y tangibles) y que se plasma en el diario quehacer de la organización, a través de los ‘frutos’ (lenguaje, símbolos, ritos, historia y tradiciones)

Es en los ‘frutos’ donde se observa un acopio de material susceptible de ser potenciado como evidencia material (tangible) del valor intangible que la organización posee.

⁵ <http://www.definicionabc.com/social/organizacion-social.php>

Fig. 9. Ámbitos de la organización social



Con respecto a esta evidencia material se identifican tres niveles.

- a) Producción intelectual, es conscientemente producida y con fines comunicacionales específicos como la historia, la cual queda registrada mediante reglamentos, manuales, actas, registros.
- b) Producción estética, es accidentalmente producida, comunicacionalmente hablando tiene otra intención que la que posteriormente se puede aplicar como símbolos, iconografía, fotografías, audios, videos. Por ejemplo, un uniforme se utiliza para identificar a un integrante, más desde su estudio se puede investigar sobre la tecnología de los materiales, estética e influencia en el diseño, moda de la época, etc., convirtiéndose de registro a expositor de un sentir social determinado en un espacio y tiempo.
- c) Producción simbólica, es inconscientemente producida, se va configurando un sistema de códigos que da origen a un lenguaje específico para la organización como lenguaje, ritos, tradiciones, objetos reliquias, signos, entre otros.

La conjunción de estos 3 puntos permitirá identificar los rasgos identitarios propios de la Institución y a su vez contrastarla con el conocimiento previo que tiene la ciudadanía, intentando armonizar la visión interna con la percepción externa a través de la generación de la estrategia comunicacional.

4. LA IDENTIDAD COMO PROCESO EN PERPETUA CONSTRUCCIÓN

“La identidad ya no es una propiedad que comparten dos o más sujetos, sino que cada uno tiene la suya que le es propia, y es a partir de la identidad de cada uno que se forman las identidades colectivas.”⁶

Se puede inferir que el tiempo es un elemento crucial en las diferentes visiones que se puedan tener con respecto a lo que somos y a como nos definimos; que se configura en la interacción social, es decir, es el resultado de múltiples personas y visiones.

La identidad es un proceso en perpetua construcción. Está condicionada por un factor temporal y también espacial, *“el territorio en este sentido no se debe entender sólo en sentido físico sino como espacio de la historia de sus habitantes.”⁷*

La historia de la ciudad, es decir, de los habitantes del espacio físico se enmarca también en la historia de sus organizaciones e instituciones, de las cuales la misma comunidad forma parte; se puede afirmar que la identidad de Valparaíso está influenciada por la identidad de las organizaciones. A su vez, se puede inferir que toda organización que se inserte en una ciudad tendrá ciertos rasgos identitarios comunes con dicha localidad.

Se puede concebir la ciudad como un espacio-tiempo de evidencia de la influencia de las diversas organizaciones sociales y sus habitantes que las constituyeron. *“Un mapa cultural es una expresión de los valores comunes de una colectividad (...) el autorretrato que evidencia los rasgos comunes y únicos sean estos ambientales, paisajísticos, económicos, históricos o sociales, que le otorgan en el territorio una característica única y singular.”⁸*

A través de la construcción de un mapa social es posible visualizar datos (ya sea de índole cultural, social, histórico, urbanístico, demográfico, etc.) sobre el trazado de un territorio determinado.

6 Carlos Altamirano. 2002. Términos críticos de sociología de la cultura. Paidós. Buenos Aires. Página 130

7 y 8 Pau Rausell Köster, 2007. Cultura. Estrategia para el desarrollo local. Madrid. Agencia Española de Cooperación Internacional Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Página 59

5. LOS BIENES CULTURALES

No hay duda que los bienes culturales tienen un valor innegable ya que son testimonio y evidencia de una determinada cultura en una determinada sociedad en un determinado tiempo, sin embargo, comprenderlos cualitativamente permite especificar diversos factores que los componen y evaluarlos; de esta manera se pueden comprender en su aspecto constitutivo para generar estrategias para su posterior puesta en valor. Según la literatura consultada, se pueden reconocer 6 atributos de un bien cultural

Fig. 10. Los bienes culturales y sus atributos



El valor de los bienes patrimoniales se puede evaluar desde diversas miradas.

Desde la mirada cuantitativa, será un bien cultural más o menos valioso en función de la antigüedad y de la singularidad, es decir, el valor de lo 'único' o 'inédito' que se encuentre presente en el bien.

Desde la mirada de los expertos, de las disciplinas encargadas de estudiar y preservar los bienes culturales, los cuales pondrán énfasis en la influencia en el discurso, resaltando la relevancia del relato que el bien contiene; mientras la conservación evaluará el potencial de manipular dicho bien, sin ir en perjuicio de la integridad material.

Finalmente, desde la mirada de la comunidad productora y consumidora del bien, será más o menos valioso por atributos subjetivos como la carga afectiva, además del potencial para la puesta en valor posterior, donde a mayor cantidad de beneficiarios, se considerará que es un bien más valioso.

Cabe destacar que los bienes culturales deben ser evaluados desde todas las miradas para propiciar una comprensión lo más global posible de lo que su existencia significa para un grupo social, y de esta manera, posteriormente preservarla y ponerla en valor para los actores pertinentes.

En el caso de estudio, en términos de bienes culturales se distinguen dos tipos:

Bien cultural tangible: actas, fotografías, elementos antiguos en el combate de incendios (uniforme y herramientas), medallas, galardones, entre otros.

Bien cultural intangible: tradiciones y ritos como romerías (velatorio y funeral), desfiles, ejercicios y competencias; debido a que son actividades irrepetibles que pues permanecen sólo en el momento de su ejecución, se les podría denominar servicios.

5.1. Bien cultural de registro analizado: colección fotográfica

Antigüedad	Singularidad	Discurso historiográfico
La imagen más antigua encontrada en las dependencias corresponde al año 1858 en las calles Melgajero con Blanco, compañía posando en el muelle (línea de mar original), los álbumes recogen imágenes hasta la fecha. Se han contando alrededor de 600 fotografías.	Debido a que tradicionalmente la compañía ha estado en un mismo emplazamiento (Sotomayor) cuenta con gran cantidad de imágenes que muestran el mismo espacio a lo largo del tiempo. A su vez, esto sucede en espacios de ejercicio como el Estadio Playa Ancha, Pedro Montt, Pza. Victoria y otros puntos históricos de la ciudad, ofreciendo el registro espacial y su evolución temporal	La evidencia material tiene gran relevancia para el estudio y exposición con respecto a temas como la evolución de la ciudad desde el punto de vista paisajístico y arquitectónico; también permite generar relaciones con respecto a la vida social de las diversas épocas.

Grado de conservación	Posibilidad de uso	Valor simbólico
Existen imágenes con gran deterioro; sin embargo, a través de digitalización preventiva y reubicación en el archivo próximo a ser implementado se podrá garantizar de mejor manera su integridad física; generando copias para el uso y manipulación cotidiana de la Compañía y los consultantes del archivo.	Las imágenes digitalizadas son posibles de utilizar en diversos medios y formatos de comunicación ya sean físicos o virtuales, ya sea en exposiciones o publicaciones, etc. Se configura como un bien potencialmente de uso público	Para la organización las fotos encierran recuerdos de sus compañeros y fundadores, tienen un alto valor afectivo. Para la ciudadanía pueden tener un alto valor afectivo-cognoscitivo pues permiten relatar la historia local a través de la imagen.

5.2. Bien cultural vivo: desfile por Conmemoración de la Fundación del Cuerpo de Bomberos Valparaíso y los 160 años

Antigüedad	Singularidad	Discurso historiográfico
Desde su primer aniversario, el desfile se lleva a cabo el primer domingo del mes de Julio.	Existen 307 Cuerpos de Bomberos a lo largo de todo Chile, y cada uno de estos conmemora su aniversario con un desfile el día de su fundación.	El desfile en sí es un acto de potencial histórico pues habla de una tradición que ha permanecido en el tiempo, por lo cual investigarla y difundirla permitirá que las nuevas generaciones comprendan de mejor manera el sentido y razón de ser de la manifestación cultural, generando así un mayor sentimiento de pertenencia.

Grado de conservación	Posibilidad de uso	Valor simbólico
La tradición se conserva casi intacta en términos de protocolo y significación para la organización, es una tradición que se mantiene vigente en términos internos, pero se ha distanciado un poco con respecto a la comunidad en general. Este año se conmemoró en el Congreso, debido a las autoridades presentes.	El hecho que se ocupe un espacio público presenta grandes oportunidades para acceder a la manifestación debido a la gratuidad y ubicación geográfica del desfile. Se puede potenciar como una actividad de valoración y reconocimiento a la organización bomberil y a la vez como panorama familiar; pues existe un público objetivo cautivo que son los escolares de básica, hecho descubierto en las experiencias del día del Patrimonio el gran interés en la comunidad	Se observa una alta valoración afectiva con respecto a las manifestaciones bomberiles, sin embargo, hay un desconocimiento por parte del público en general con respecto a la motivación, función e historia de la tradición.

Luego de analizar estos 2 tipos de bienes culturales desde sus atributos se observa una alta valoración en términos de antigüedad, valoración simbólica (afectiva), grados de conservación y potencialidades de uso; en el aspecto de singularidad, debido a que estas organizaciones se encuentran a lo largo de todo el país; potenciar la valoración y aplicar un modelo de posicionamiento exitoso puede resultar en la replicabilidad de la experiencia en diversas ciudades del país, siempre respetando las particularidades de las diferentes instituciones y ciudades.

Se observa una gran deficiencia en el área de valoración cognoscitiva e historiográfica, por lo cual se pueden vislumbrar líneas estratégicas en áreas como educación e investigación y otras afines que promuevan el conocimiento.

6. EL ARRAIGO Y SUS DIMENSIONES

“Por arraigo entendemos el modo en que se vincula el hombre con su espacio y tiempo vital, a su semejante próximo y a los principios o valores-a la cultura-vigentes en la comunidad en la que habita.”⁹

“El arraigo es un valor que posee tres partes constitutivas interdependientes: una espacial, una social y una cultural. El arraigo espacial hace que el hombre desee establecerse localmente. (...), este arraigo está ligado al modo en que el sujeto social participa, puede ser pasiva (acceso a bienes y servicios) y también activa (intervención en los asuntos de la comunidad local y de la sociedad global). Y por último, cultural porque para el hombre es importante poder creer-coincidir con los valores, principios y normas vigentes en la comunidad que integra.”¹⁰

El ámbito espacial, que hace referencia a la apropiación y uso del sujeto estudiado con respecto a su entorno físico, al territorio. Por lo que para evaluar e intentar medir (cualitativamente un objeto u organización con respecto al arraigo territorial) se le pueden asociar conceptos como accesibilidad, uso y la apropiación del espacio.

El ámbito social, que relaciona al nivel de participación de los habitantes en el funcionamiento del sujeto de estudio, ya sea desde el punto de vista del consumo (participación pasiva) o de la producción (participación activa); además del tipo de necesidad que el sujeto de estudio satisface a través de su accionar (basándonos en el modelo de jerarquía de las necesidades de A. Maslow¹¹).

El ámbito cultural, relaciona el sistema de creencias, valores, normas expresadas en sus símbolos, tradiciones, ritos, etc. De una organización en específico con respecto al entorno cultural donde se inserta, esto se identifica a través de la presencia en el imaginario colectivo.

Finalmente el ámbito temporal, que busca establecer la vigencia del sujeto en función de la historia del contexto.

Con respecto al arraigo se puede decir que es un proceso de identificación, inserción e influencia de un sujeto con su entorno en un tiempo determinado, por lo que es un proceso dinámico que variará en el tiempo, puede ser mayor o menor y por tanto un concepto medible y evaluable.

Cabe destacar que un sujeto u objeto de estudio tenga arraigo no quiere decir que sea necesariamente patrimonial, pero algo que es patrimonial debe estar arraigado en la memoria colectiva

9 y 10 Federico Mihura Seeber. 2003. El arraigo: valor orientador de una política poblacional para la pata-gonia. Buenos Aires. Escuela de Ciencias Políticas, Universidad Católica Argentina, página 2, página 7

11 Según Maslow, las necesidades inferiores son más potentes y tienen prioridades superiores. Una vez satisfechas, aparecen las necesidades superiores. Maslow clasifica las siguientes necesidades en orden jerárquico:

a) Necesidades fisiológicas: Son las más potentes de todas y las que tienen menor significado para la persona en busca de la autorrealización. Entre ellas se encuentran la necesidad de liberación de sed y hambre; la necesidad de dormir, de sexo, de alivio del dolor y de desequilibrio fisiológico.

b) Necesidad de seguridad: Este tipo de necesidades se puede manifestar como miedo. Dentro de este tipo de necesidad se encuentran la necesidad de seguridad, de protección, de estar libre de peligro, de orden y

de un futuro predecible.

c) Necesidad de amor y pertenecer: Son necesidades orientadas socialmente. Depende de que ocurra cierto grado de satisfacción de las necesidades fisiológicas y de seguridad. Dentro de éstas se encuentran la necesidad de amigos, de compañeros, de una familia, de identificación con un grupo y de intimidad con un miembro del sexo opuesto.

d) Necesidad de estima: Son necesidades asociadas a nuestra constitución psicológica. Se pueden subdividir en dos tipos: las que se refieren al amor propio y las que se refieren al respeto de otros (reputación, condición social, fama, etc). Dentro de ésta se encuentran la necesidad de respeto, de confianza basada en la opinión de otros, de admiración, de confianza en sí mismo, de auto valía y de auto aceptación.

e) Necesidad de autorrealización: Son difíciles de describir, ya que varían de un individuo a otro, incluye la satisfacción de la naturaleza individual en todos los aspectos. Las personas que desean autorrealizarse desean ser libres para ser ellas mismas. Las personas que se autorrealizan siguen las conductas dictadas por la cultura acorde a su sentido del deber, pero si éstas intervienen con su desarrollo, fácilmente reaccionan contra ellas. Dentro de éstas se encuentran las necesidades de satisfacer nuestras propias capacidades personales, de desarrollar nuestro potencial, de hacer aquello para lo cual tenemos mejores aptitudes y la necesidad de desarrollar y ampliar los metamotivos: descubrir la verdad, crear belleza, producir orden y fomentar la justicia.

(<http://www.apsique.com/wiki/PersMasnh>)

7. MEDICIÓN DEL ARRAIGO DE UNA ORGANIZACIÓN EN UNA COMUNIDAD

A través de preguntas con respecto a ámbitos como la espacialidad, lo social, lo cultural y lo temporal se puede dilucidar el modo en que una organización se encuentra arraigada en el territorio, sociedad e imaginario de una comunidad. Al aplicar esta herramienta se permite conocer como la organización se relaciona con estas 4 coordenadas, identificando cuales son los conceptos y aspectos del objeto de estudio arraigados en la comunidad.

Ámbito espacio,

Objetivo: Conocer el nivel de inserción (accesibilidad y uso) de la organización con respecto a la comunidad

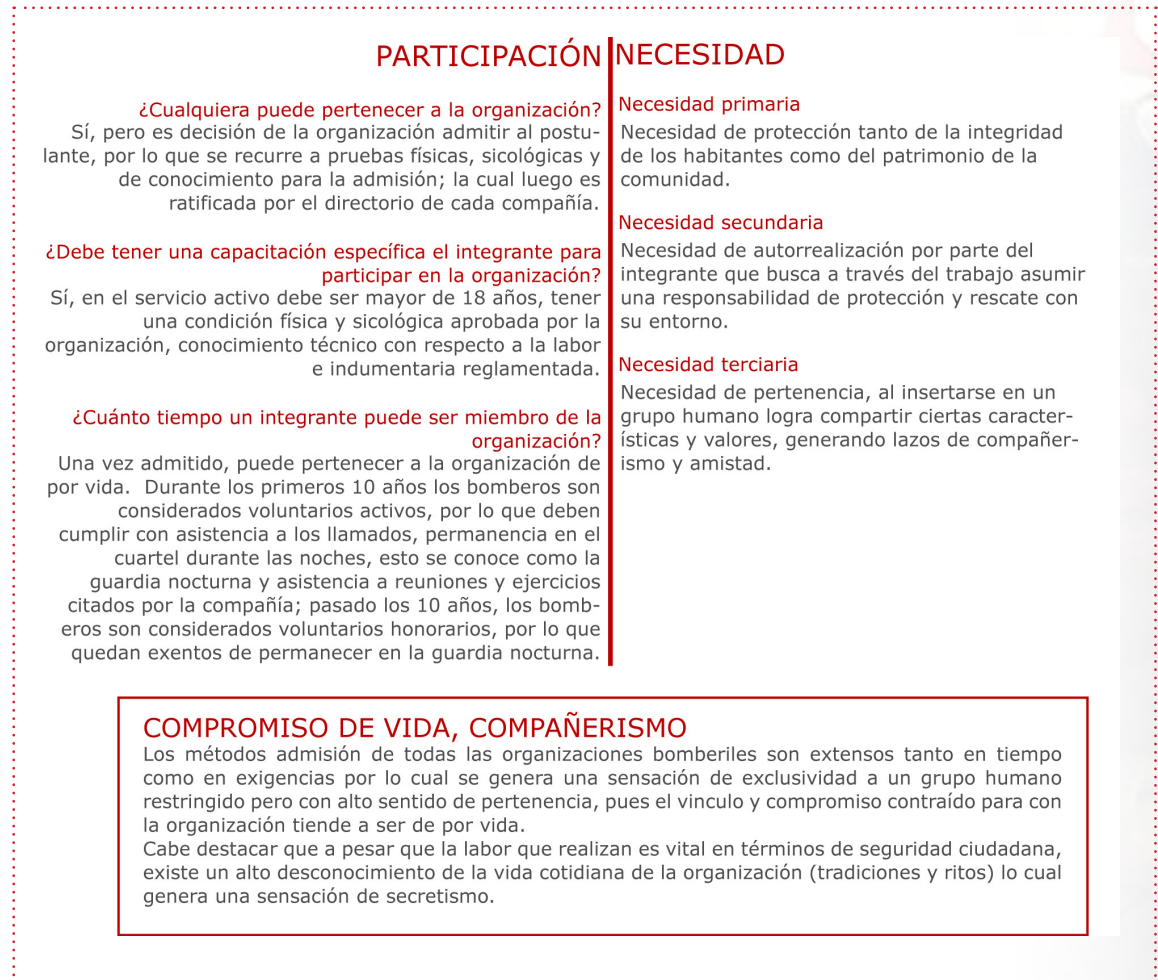
a) Ámbito espacial: se busca conocer el nivel de inserción (accesibilidad y uso) de la organización con respecto a la comunidad en su aspecto físico y geográfico.

Fig. 11. Arraigo espacial

ACCESIBILIDAD USO	
¿La sede está abierta al público cotidianamente? No, comúnmente permanece cerrada al público, sólo abre para la venta de rifa anual del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso, donde los compradores acceden al primer piso de la organización (la cual suele ser la sala de máquinas)	¿El servicio ofertado se solicita en las dependencias de la organización? No, cuando hay algún tipo de emergencia se contacta vía telefónica, luego la operadora comunica la emergencia vía radio a los cuarteles y voluntarios.
¿Es posible visitarla? ¿Quiénes la visitan? Sí, cursos de escolares, escolares para recabar información para tareas, delegaciones de bomberos, bomberos de otras ciudades	¿El servicio ofertado se ejecuta en las dependencias de la organización? No, se ejecuta en donde se reporte la emergencia
¿Para visitarla hay que pagar entrada? No	¿El servicio se ejecuta siempre en un mismo lugar? Generalmente no, pero puede haber lugares potencialmente riesgosos y propicios para generar accidentes.
¿La organización interviene el espacio público por motivos anexos al servicio ofertado? Sí, en desfiles, ejercicios y competencias	
VALORACIÓN AFECTIVA, CURIOSIDAD	
La organización en términos de accesibilidad es restringida, ya que no tiene sus puertas abiertas al público cotidianamente, sin embargo, se observa que ante visitas espontáneas responde positivamente, especialmente si se trata de visitas oficiales o con fines investigativos. Se puede suponer que la organización estaría dispuesta a generar instancias de apertura al público (con claras restricciones en cuanto a tiempo y espacio, pues las infraestructuras también son hogares para ciertos voluntarios). Se observa curiosidad por parte del público que transita en el perímetro de la sede de la organización. Este fenómeno se ha observado tanto en el actuar de los habitantes que desaceleran el paso frente a la sala de máquinas; por otro lado, frente a iniciativas como el día del Patrimonio, los visitantes expresan su curiosidad e interés satisfecho. Esta 'fascinación' que puede haber con respecto a la organización en general se puede entender debido a que el trabajo efectivo siempre se realiza en la comunidad en sí, por lo que sucede la siguiente situación: debido a la naturaleza del trabajo (de emergencia) las instancias distendidas entre el integrante de la organización y el beneficiario son nulas, por lo cual se genera una valoración afectiva más no cognoscitiva.	

b) Ámbito social: conocer si la participación de la comunidad es activa o pasiva, además de determinar los tipos de necesidad que se satisfacen a través de la existencia de la organización

Fig. 12. Arraigo Social



c) Ámbito cultural: determinar el nivel de valoración y reconocimiento de la comunidad con respecto al simbolismo, historia y tradiciones de la organización

Fig. 13. Arraigo Cultural

IMAGINERÍA

¿La comunidad identifica a los miembros de la organización?

No, identifica la indumentaria y maquinaria requerida, por lo que reconoce a los integrantes cuando se encuentran en servicio activo; sin embargo, no los reconoce como individuos.

¿La comunidad conoce la historia de la organización?

No, conoce ciertos rasgos orientados al ámbito del servicio activo, es decir, emergencias.

¿Es posible adquirir información con respecto a la organización?

Si, mediante visitas a la organización, vía web y a través de publicaciones e investigaciones históricas

¿La comunidad comprende la razón de las tradiciones ejecutadas por la organización?

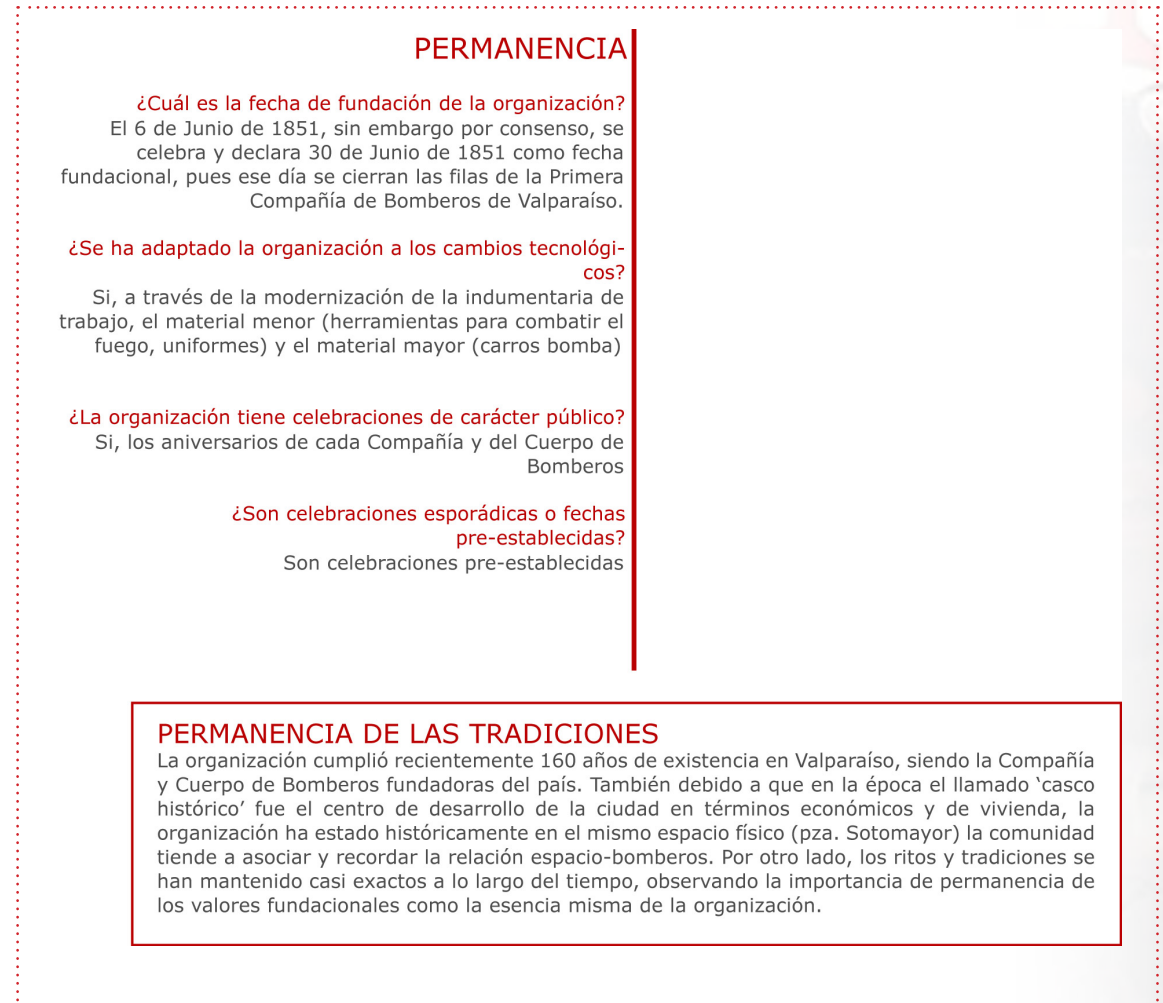
No, sólo se informa con respecto a lo que se publica vía los comunicados oficiales de las diferentes Compañías y Cuerpo de Bomberos de Valparaíso, la cual es orientada a diarios y radios locales

LO COLECTIVO POR SOBRE EL INDIVIDUO, VOLUNTARIADO

La comunidad reconoce rasgos identitarios como uniformes, maquinaria, sonidos de sirena, etc. Pertenecientes a la organización, más no al individuo en sí mismo, por lo que un rasgo característico de la labor bomberil es la entrega desinteresada y anónima. De igual manera, también se observa que la organización tiende a centrarse en la labor activa por sobre la difusión y comunicación de sus tradiciones, reforzando la idea del reconocimiento a lo colectivo y al servicio de emergencia en sí, desatendiendo su ámbito cultural (modo en que se relacionan con la comunidad).

d) Ámbito temporal: definir el nivel de vigencia y permanencia de la organización dentro de la comunidad

Fig. 14. Arraigo Temporal



Del análisis del nivel de arraigo en función de los diferentes aspectos se pueden extrapolar los siguientes conceptos que permiten esbozar la identidad de la organización

Fig. 15. Conceptos extraídos del arraigo de la institución bomberil



8. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Se puede definir la estrategia comunicacional como una serie de acciones programadas y planificadas que surgen a partir del análisis y diagnóstico en la detección de necesidades y falencias dentro de una organización o institución.

La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención, sobre una situación establecida; por lo que se deben establecer ciertos objetivos que direccionarán las diversas acciones para lograr las metas establecidas.

“En las organizaciones se generan una serie de eventos, sucesos, que marcan una dinámica, una personalidad, una esencia. Estos acontecimientos, dependiendo de las dimensiones de la organización, de la incidencia o afectación hacia los miembros de la comunidad, se deberán de hacer públicos, esto es, tendrán que ser conocidos por todos para un mejor funcionamiento de la misma.”¹²

Se puede afirmar que una estrategia comunicacional consiste en definir y declarar lo más preciso posible cual es la identidad de la institución y que se ofrece; articulando los objetivos y estrategias más idóneas para poder cumplir con las expectativas de dicha misión y visión.

12 <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/su-pesp/estrategia.htm>

9. COMUNICACIÓN CORPORATIVA¹³

La comunicación es un fenómeno inherente a la relación grupal de los seres vivos por medio del cual éstos obtienen información acerca de su entorno. La comunicación es de suma importancia para la supervivencia de cada especie, pues la información que ésta extrae de su medio ambiente y su facultad de transmitir mensajes serán claves para su desarrollo.

Las organizaciones necesitan diferenciarse, posicionarse y mejorar su imagen pública. Por la constante competencia existente la reputación corporativa es uno de los aspectos más valiosos y duraderos que tiene una organización y requiere ser gestionada en forma permanente y dinámica.

Las acciones de la comunicación corporativa son un esfuerzo consciente de una organización con el fin de posicionarse externa como internamente. Se manifiestan como una ventaja competitiva, ya que ayuda a mejorar la percepción del mercado destacando las cualidades deseadas por las organizaciones, por lo tanto, un apropiado desarrollo y la utilización la estrategia de comunicación corporativa facilitará la diferenciación de la organización, en este caso en múltiples campos como la atención de las emergencias, seguridad ciudadana y la historia, patrimonio.

Mediante la comunicación corporativa se pretende otorgar las siguientes cualidades a las acciones realizadas dentro de la organización

- a) Estructura, la organización implica el establecimiento del marco fundamental en el que habrá de operar el grupo social, ya que establece la disposición y correlación de las funciones, jerarquías y actividades necesarias para lograr los objetivos.
- b) Sistematización, todas las actividades y recursos de la empresa, deben coordinarse racionalmente a fin de facilitar el trabajo y la eficiencia.
- c) Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades, para promover la especialización.
- d) Jerarquía, estructuralmente, se origina la necesidad de establecer niveles de autoridad y responsabilidad dentro de la organización
- e) Simplificación de funciones, uno de los objetivos básicos de la organización es establecer los métodos más sencillos para realizar el trabajo de la mejor manera posible.

¹³ Basado en Camila Campusano. Informe final para ramo: Comunicación corporativa. 2007. Valparaíso. Página 16

9.1. Identidad e Imagen

La identidad, dentro del marco de la comunicación corporativa, se define como una concepción objetiva, define lo que la organización es; y desde esta concepción objetiva se derivan los atributos a proyectar en su comunicación: la imagen; una concepción subjetiva que depende del observador

Se puede decir que la institución es capaz de construir y reconstruir su imagen, pues estas impresiones que se forman a partir de todas y cada una de los canales de contacto y/o de percepción de los diferentes públicos tienen con la organización pueden ser diseñados.

La imagen puede ser modificada, a través de las estrategias comunicativas de la organización, basándose en los atributos objetivos de la misma organización, potenciando algunos por sobre otros.

10. MARKETING CULTURAL

El marketing cultural constituye un área de gran importancia para el éxito de cualquier iniciativa a largo plazo por parte de una institución ya sea netamente cultural o en este caso bomberil, pues este hace hincapié en mejorar la relación con el visitante. En el caso específico, se podría denominar, la relación de la institución bomberil con la ciudadanía.

Para ello es necesario identificar potenciales grupos de públicos objetivos, en pos de convertirlos en audiencia, es decir, generar convocatoria y compromiso por la institución hacia la comunidad.

Una de las misiones del marketing cultural es *“cómo les entregamos bienes y servicios que le sean de utilidad al momento de tomar la decisión de participar con nuestro centro cultural y no con otro, o con nuestro centro cultural además de otros.”*¹⁴

Se evidencia la necesaria relación de retroalimentación tanto entre la institución y el público comercial, como con aliados y socios estratégicos o público institucional.

Para generar una estrategia coherente con la realidad de la institución se deben *“analizar y maximizar cuáles son los medios y el tratamiento de los contenidos más pertinentes en la promoción, información y comunicación para todos los públicos potenciales.”*¹⁵

Para determinar y delimitar cuáles son los medios o recursos con los que la institución cuenta, se deben realizar las siguientes preguntas

¿Cuál es la orientación de la misión de la organización?

Para esta pregunta se distinguen 2 orientaciones, una hacia el mercado, es decir, la institución es parte de la cadena de producción de bienes culturales como por ejemplo cines, teatros, entre otras; o hacia el producto, en el sentido que es responsable de directa de la puesta en valor de bienes culturales, como por ejemplo un museo.

¿Qué relación existe con el producto?

La relación se establece en función del interés manifiesto de la organización en amplificar el conocimiento y la promoción de un producto único (por ejemplo una obra de arte) o, en cambio, que el interés se encamine hacia maximizar su reproducción gracias a las técnicas de marketing.

En el caso específico, la orientación de la institución es hacia el producto, en el sentido que es su

14 Ernesto Ottone Ramírez, Director Ejecutivo. Centro Cultural Matucana 100 . Programación, Comunicación Y Marketing para Centros Culturales, página 17

15 <http://www.ub.edu/bid/23/monistol2.htm>

propio accionar la que genera diversas tradiciones (que forman parte del patrimonio intangible) y evidencia material (documentación referente a su quehacer). Mientras que la relación existente con el producto se traduce con amplificar el conocimiento y promoción de un producto único (en el sentido que esta institución es fundadora de la tradición bomberil en Chile) mediante herramientas que permitan maximizar su 'reproducción', es decir, su difusión.

10.1. El producto cultural

Se denomina producto cultural a cualquier manifestación cultural construida por el hombre en la que se involucren los procesos de producción, distribución y consumo y que busca la satisfacción de necesidades y deseos determinados de un público específico. Desde esta perspectiva, proponer a la estrategia comunicacional para la resignificación de la imagen de la institución bomberil dentro del imaginario colectivo de una ciudad (y las diversas acciones requeridas para cumplir dicho objetivo) como un producto cultural, permitirá innovar y reinventar por cada ciclo de vida que se vaya realizando (este enfoque parte de la base que el producto cultural tiene vida finita y por tanto se reinventa constantemente); evaluando, profundizando o replanteando los diversos subproductos en función de la respuesta de los diversos públicos.

10.2. Ciclo de vida del producto¹⁶

a) Fase de previa del producto cultural: En esta etapa se deben desarrollar los procesos previos a la puesta en valor del producto cultural: concepción de la idea, desarrollo del proyecto, investigaciones anteriores a su producción y lanzamiento, entre otros.

b) Etapa de introducción: En esta instancia, una vez lanzado el producto al mercado, la institución de ocupará del área de difusión y promoción en pos de vincularse con los diversos públicos propuestos.

Se centraran los esfuerzo en la cobertura de canales, de distribución; promoción, merchandising; capacitación y supervisión de la fuerza de ventas; distribución física para su encuentro con los

¹⁶ Basado en Camila Campusano. Informe final para ramo: Comunicación corporativa. 2007. Valparaíso. Página 38

clientes; inicio de la comunicación publicitaria y, fundamentalmente, de su posicionamiento.

c) Etapa de crecimiento: En esta etapa, el producto completa su posicionamiento definitivo, consolidada su cobertura y comienza a aumentar su participación en el mercado.

Se puede evidenciar mediante el posicionamiento en los segmentos definidos; generación de vínculos con la comunidad, presencia de socios estratégicos, potenciales colaboraciones interinstitucionales, entre otros.

d) Etapa de madurez: Cuando el producto ha alcanzado la máxima participación posible y pronosticada de su evolución en el mercado, se ha llegado a la etapa denominada de madurez.

La concreción de esta etapa se manifestará a través de vínculos permanentes con la comunidad, retroalimentación entre socios estratégicos, realización de gran parte de las acciones comunicacionales inicialmente propuestas; altos índices de fidelización de usuarios; recordación de marca e imagen propuesta; alta resignificación, reconocimiento y profundo posicionamiento de la nueva percepción de la imagen colectiva.

e) Etapa de declinación: Después de una meseta de alta participación, buenas ventas y utilidades en el mercado, todo producto o servicio, con el tiempo, tiende a decrecer en su evolución.

En el caso de los productos culturales se pueden observar periodos de mayor afluencia e interés por actividades culturales, ya sea por mayor disponibilidad de tiempo, recursos, instancias gubernamentales, municipales o nacionales que impulsan y promueven la participación en la cultura, entre otros.

En esta etapa se deben evaluar los resultados, realizar ajustes a la estrategia y acciones comunicacionales, como innovar en los diversos medios y canales, revitalizando el producto cultural para un nuevo ciclo de vida.

11. EXPOSICIÓN Y EL ROL DEL DISEÑO

“Una exposición es el resultado de un proceso de selección y manipulación de la información emitida por las piezas del museo”¹⁷. Las exposiciones museales se realizan en base a criterios de selección, en función del relato, el estado de los materiales a exponer, el tiempo de exhibición de los objetos estipulado según las recomendaciones del curador, entre otros.

Sin embargo, como instalación se puede decir que *“la exposición es un texto, es decir, un mensaje que se expresa en términos visuales. El montaje de una exposición puede, través de recursos museográficos tales como el color, la disposición de paneles, la iluminación y la escenografía museal, generar un clima que condicione y comunique la muestra”¹⁸*

Las exposiciones, en su génesis, son el resultado de múltiples visiones, factores y trabajos interdisciplinarios; donde en la puesta en escena deben alcanzar un nivel de unidad y cohesión temática, discursiva y formal para así lograr transmitir el mensaje de manera clara y concisa; donde cabe destacar que el concepto de exposición se puede extrapolar a diversos soportes y medios, pues el rol del diseño permanece invariable a través de estos diferentes canales de comunicación.

17 L.A. Fernández, I.G. Fernández. Diseño de exposiciones, concepto, instalación y montaje. 1999, página 17

18 Proceso de concepción y realización de un proyecto museográfico. José Ignacio Roca. S.f. citado en [División de museografía. Museo Nacional de Colombia, Manual básico de montaje museográfico, página 2]

11.1 Los roles del diseño¹⁹

Son diversos y se retroalimentan entre sí:

- a) Unificador de criterios presentes en una exposición (criterios de conservación y curaduría)
- b) Conservador de las piezas y objetos expuestos, preservando su integridad material de los objetos de agentes dañinos del ambiente como humedad y temperatura, así como de robos y pérdidas.
- c) Vinculador entre las diversas unidades temáticas traduciendo el guión museológico, logrando convertir un documento teórico e investigativo en un espacio tridimensional y vivencial.
- d) Organizador del espacio en cuanto a la distribución y composición de las vitrinas y recorrido de la exposición.
- e) Interpretador de los objetos, mediante recursos gráficos, audiovisuales o sonoros, con los cuales logra comunicar la función o uso original que tenían las piezas exhibidas.
- f) Contextualizador del objeto mediante la entrega de información cognoscitiva e intelectual para el espectador a través del uso de textos.
- g) Evocador apelando a la afectividad.

17 Camila Campusano Fuentes. 2010. Estudio de casos de la puesta en escena museográfica y el rol del diseño como contextualizador e interpretador del objeto museal. Tesina de grado. Universidad de Valparaíso. Página 60.

1. OBSERVACIONES

La institución bomberil se ha caracterizada desde sus inicios por proteger, salvaguardar y rescatar la vida humana y los bienes materiales de diversas catástrofes, ya sean naturales como los terremotos, aluviones, etc. provocados por el hombre como incendios, accidentes, explosiones, y un largo etcétera de peligros y riesgos que la vida cotidiana envuelve.

La labor y la imagen de los bomberos se encuentra inherentemente asociada a la tragedia; donde cabe destacar que este ámbito es solo uno de los diversos existentes con respecto a la Institución.

Socialmente, la labor bomberil ha existido a través de tradiciones y costumbres tanto de carácter interno como externo, estas últimas realizándose en las calles, plazas y estadios de la ciudad. Estas manifestaciones son propias de la ciudad tanto porque son realizadas por sus propios vecinos como porque en términos de ejecución, organización, recorridos y sentido han permanecido casi intactas desde su instauración, por lo que forman parte del patrimonio inmaterial de Valparaíso.

Desde el punto de vista histórico, Valparaíso es la cuna de los bomberos. El modelo ideado e implementado en la ciudad (cuerpo de bomberos voluntarios), luego fue replicado en las diversas ciudades de Chile, por lo que Valparaíso es el lugar de la fundación y tradición bomberil, desde el 30 de Junio de 1851.

La institución y la historia local han estado ligadas en diversos hitos como en la defensa de la ciudad durante el bombardeo de la Escuadra Española en Marzo de 1866, la ayuda ofrecida en los diversos terremotos de 1906, 1985 y 2010, la explosión de calle Serrano en Febrero de 2007; así como a grandes personajes de la historia local como Cirilo Armstrong, Guillermo Munich, Carlos Van Buren, Renzo Pecchenino (Lukas) por ejemplo, todos ellos bomberos y contribuyentes de la Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso.

Finalmente, desde el punto de vista valórico, la organización comunitaria ha sido un rasgo esencial en el desarrollo del carácter porteño a la vez que de la ciudad misma, contando hasta el día de hoy con gran cantidad de juntas de vecinos, clubes deportivos y organizaciones civiles; en este contexto, bomberos es una institución que recaba estos valores, junto con el voluntariado, vocación de servicio y profesionalismo.

Fig. 16. Dimensiones de la labor bomberil



Se puede graficar el conocimiento de la ciudadanía y por ende su posicionamiento a nivel del imaginario colectivo desde su ámbito operativo, desconociéndose en mayor parte sus dimensiones sociales, históricas y valóricas; desde esta observación se propone una estrategia comunicacional que potencie la imagen de manera más holística con respecto a la institución dentro del imaginario colectivo porteño.

2. FUNDAMENTO

Luego de investigar el caso de los bomberos de Valparaíso, desde la plataforma de la Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso y haber observado sus diversas dimensiones en la labor que realizan, se concluye que existe un gran desconocimiento en áreas intangibles pero atinentes al 'ser bombero', más allá de su positiva valoración en su accionar operativo, es decir, en las tragedias, existen ámbitos potenciales de ser valorados y aprehendidos por la ciudadanía en pos de proteger y legar las manifestaciones intangibles que forman parte del Valparaíso patrimonial actual. Se vislumbra que el desconocimiento o poca visibilidad de las dimensiones de la labor de bomberos se debe al hermetismo propio de la institución, donde si bien las tradiciones se han perpetuado producto de la rigurosidad organizacional, estas se han descontextualizado en términos del entendimiento y comprensión de la ciudadanía y por ende de su imaginario colectivo.

De esta manera, se propone diseñar una estrategia comunicacional para potenciar en el imaginario colectivo de los porteños la imagen y labor bomberil holística, tanto desde el área operativa, como social, histórica, valórica para resignificar y potenciar los ámbitos intangibles de la Institución dentro del imaginario colectivo permitirá mantener este tipo de manifestaciones vigentes tanto para la institución como para el entorno en donde ocurren.

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL Resignificar la imagen actual de la institución bomberil en el imaginario colectivo porteño desde la valoración y reconocimiento de lo operativo hacia lo intangible a través del caso Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Función	Posicionar a la institución y su labor como aporte al desarrollo de la memoria histórica de la comunidad porteña.
Forma	Desarrollar una metodología para potenciar el imaginario colectivo a través de la estrategia comunicacional
Uso	Promover la participación de la comunidad en el patrimonio local
Símbolo	Sensibilizar a la comunidad con respecto al significado de la labor bomberil en sus diversas dimensiones

4. VISIÓN Y MISIÓN

Potenciar a la Institución bomberil como resguardadora y protectora de la vida humana, bienes materiales e historia local a través de la extensión cultural desde la plataforma 1°CBV

Resignificar la imagen de la labor bomberil, ampliando las dimensiones de la labor conocidas por la ciudadanía a partir de una estrategia comunicacional que difunda y ponga en valor ámbitos desconocidos de la institución por parte de la ciudadanía a partir de la información, concientización, colaboración, participación y difusión.

5. DISEÑO DE ESTRATEGIA

El diseño de la estrategia se basa en el análisis del organigrama, actividades y recursos de la Institución, así como de su entorno.

En primer lugar se observa la falta de cargo específico dentro de la institución tanto de la Compañía como del Cuerpo de Bomberos para coordinar y llevar a cabo esta tarea; es por esto que se propone la creación de un área de extensión cultural, conformado por miembros de la institución y profesionales del área de la comunicación, patrimonio, entre otros para llevar a cabo la implementación de esta estrategia comunicacional y su permanencia en el tiempo.

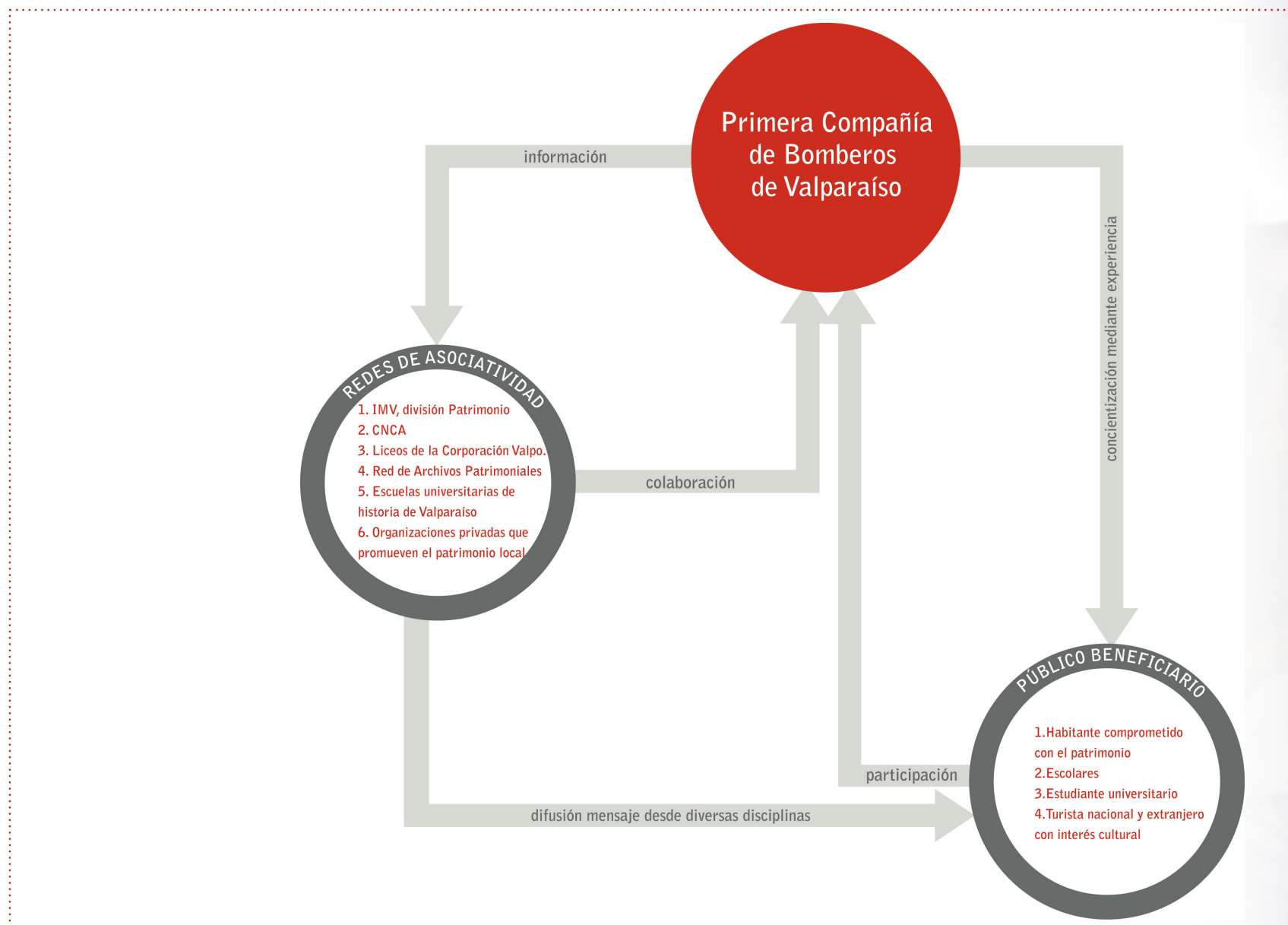
Debido al desconocimiento del valor patrimonial de la 1°CBV tanto por parte de las potenciales organizaciones colaboradoras y de apoyo como por parte de la ciudadanía se necesita informar para resignificar la imagen.

La asociatividad con organizaciones colaboradoras permitirá difundir las dimensiones de la labor bomberil a diversas disciplinas, elaborando mensajes referentes al tema bomberil desde otros campos de investigación, los cuales eventualmente también llegarán al público ciudadanía.

Se desprenden las siguientes acciones a realizar:

INFORMAR-CONCIENTIZAR-COLABORAR-PARTICIPAR-DIFUNDIR

Fig. 17. Propuesta de estrategia comunicacional



6. MAPA DE PÚBLICO Y PÚBLICO OBJETIVO

Fig. 18. Mapa de públicos

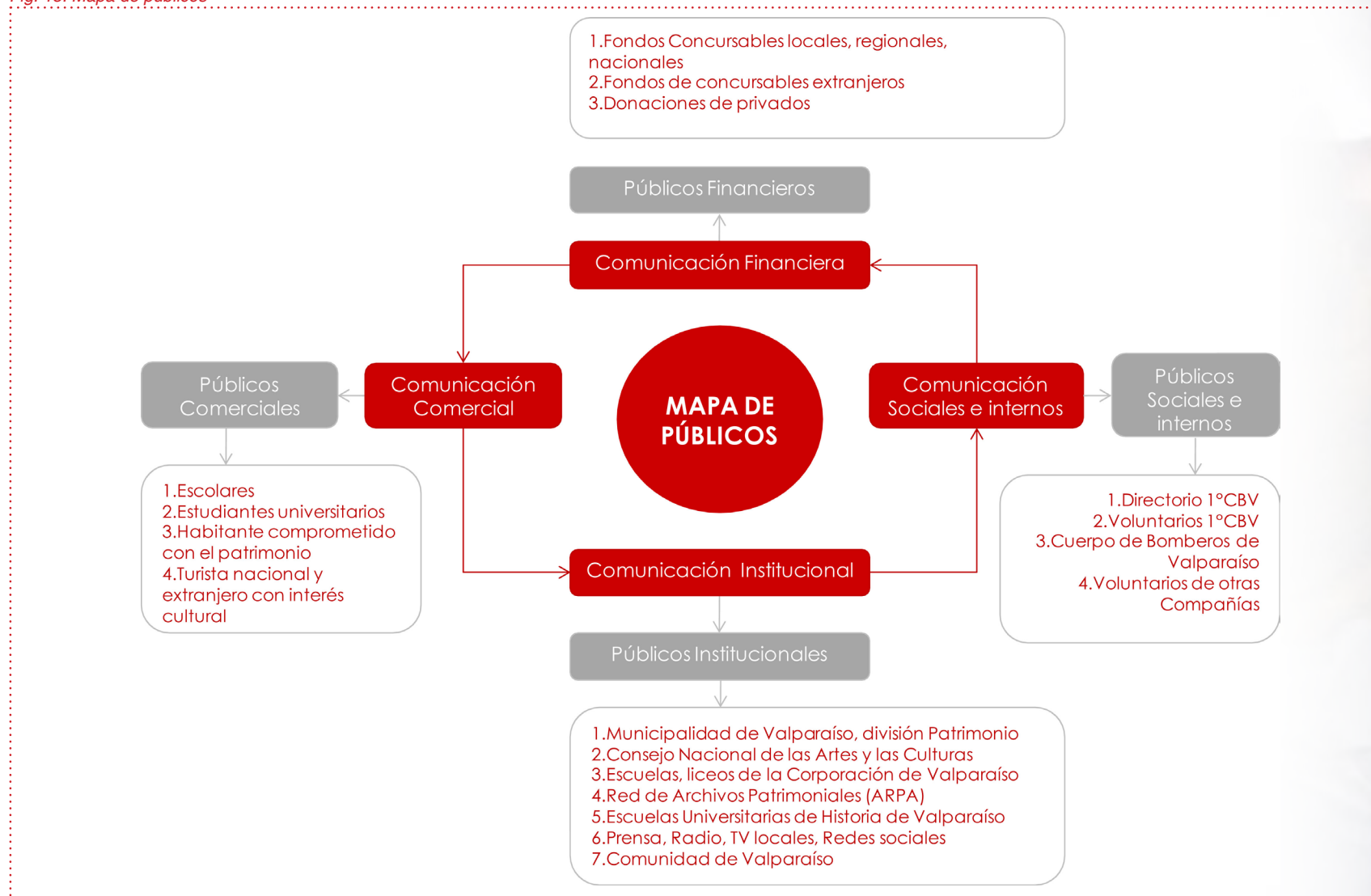


Fig. 19. Tipos de públicos

Grupo público cautivo

Se autodenominan porteños de corazón, puede que hayan migrado de otras ciudades pero sienten gran arraigo con el territorio y lo 'porteño', asisten a actividades como exposiciones, documentales, charlas, en su mayoría gratuitas y en centros culturales.

Grupo objetivo primario

Jóvenes que por medio de actividades académicas descubre aspectos desconocidos de la ciudad, tienen curiosidad por aprender, disfrutan de actividades de carácter didáctico y de reflexión.

Grupo objetivo secundario

Una de las razones por las que visitan Valparaíso es para contemplar y conocer sus aspectos paisajísticos y arquitectónicos, recorren la ciudad en busca de experiencias que los acerquen a la idiosincrasia porteña, suelen ser extranjeros.

6.1. Público: comercial

En general se pueden mencionar ciertos rasgos en común:

Sexo: masculino y femenino

Estilo de vida: curiosos, interesados en la historia y el patrimonio, siente aprecio por lo auténtico y propio de cada ciudad que habitan y/o conocen, informados del acontecer cotidiano

Medios de comunicación: radio, televisión, tienen acceso a computadores, utilizan las redes sociales como medio de información, a su vez difunden contenidos que les parecen relevantes.

6.2. Público: institucional

Corresponde a organizaciones municipales, regionales, nacionales de carácter estatal y/o privado cuyos objetivos sean la preservación, investigación y difusión del patrimonio e historia.

Instituciones relacionadas con el ámbito bomberil como otras Compañías y Cuerpos de bomberos.

Instituciones educativas públicas y privadas que busquen generar didácticas de aprendizaje que incluya el estudio de la historia y entorno local para sus alumnos y profesores.

7. RESPUESTA ESPERADA

La respuesta esperada por parte del público en general será despertar interés, curiosidad y asistencia a actos relacionados con bomberos, resignificando su imagen y quehacer al vincularlo con aspectos sociales, históricos y valóricos además de operativos dentro de la ciudad.

Se busca incentivar la necesidad de conocimiento, haciendo que la comunidad haga propia la noción que la labor bomberil va más allá del aspecto operativo. Reconocer que Valparaíso es la cuna de los bomberos, que las tradiciones como desfiles y ejercicios son parte del patrimonio inmaterial de la ciudad permitirá que luego estos mismos habitantes sean comunicadores y difusores del mensaje al incorporarlo a su imaginario personal y colectivo.

Específicamente, con el público comercial se buscará resignificar la imagen con respecto a la labor bomberil, ampliando la mirada hacia una concepción más holística al reconocer y participar en actividades con relación al tema.

Mientras que con el público institucional se buscará resignificar la imagen con respecto a la valoración histórico-patrimonial de los bomberos, dando a conocer a la comunidad conservadora, investigadora y difusora sobre potenciales temas mediante las diversas fuentes primarias que esta institución posee y que permitirán abordar estudios sobre Valparaíso desde nuevas perspectivas.

8. DISEÑO DEL MENSAJE

Diseñar el mensaje apela a insertar dentro del imaginario de Valparaíso (de lo porteño) a los bomberos, generando la noción que se basa en el hecho histórico que la institución bomberil se fundó en la ciudad de Valparaíso, siendo la primera de Chile y el modelo a seguir para los diversos Cuerpos y Compañías de bomberos que posteriormente se instalaron a lo largo del país.

Se deben destacar cualidades que a los públicos les parezcan relevantes.

Debido a que la estrategia planteada trabaja simultáneamente con el público institucional, académico, investigador y formal; y a su vez, con el público comercial, escolar, habitante de Valparaíso; se estructura un discurso que apele a los bomberos en dos instancias, diferentes pero vinculadas entre sí:

1. Los bomberos como fuentes de estudio de Valparaíso
2. Los bomberos como fuente de conocimiento sobre Valparaíso

De esta forma se logra relacionar historia-comunidad-institución bomberil-patrimonio según el interés del público.

Para ambos públicos es importante incentivar la curiosidad, asumiendo que gran parte de la población desconoce el mensaje, por lo cual se estructurará desde una afirmación positiva:

Valparaíso Cuna de bomberos

Primera Compañía de Chile

A través del hilo conductor se podrán abrir temáticas como los bomberos y su aporte en el desarrollo de Valparaíso, las tradiciones como legado y patrimonio inmaterial, los valores bomberiles como evidencia del carácter porteño, entre otros dirigido hacia el público comercial. Además de cualidades como archivos de primera fuente, testimonio de Valparaíso desde la mirada bomberil y patrimonio inmaterial, entre otros, para el público institucional.

9. DESARROLLO DE MARCA

El desarrollo de una imagen visual clara, reconocible y recordable es clave en la estrategia que busca resignificar la percepción de un público con respecto a una institución determinada, su presencia debe evocar la labor bomberil (en sus diversas dimensiones) y su relación con la ciudad de Valparaíso; declarando el potencial de información, concientización y colaboración, contribuyendo así a potenciar esta nueva mirada sobre un referente ya conocido dentro del imaginario colectivo de los habitantes.

Esta marca hará referencia con el nombre de la institución, un slogan y un símbolo o imagen icónica que permita identificar a los bomberos como una entidad integral, es decir, por su aporte en términos operativos, históricos, sociales y valóricos en Valparaíso.

La identidad visual estará basada en conceptos tanto del imaginario colectivo ya existente, para propiciar la asociación de la marca con la institución y la ciudad; así como con los nuevos conceptos que buscan resignificar la percepción dentro del imaginario colectivo para introducir una mirada más amplia por parte del público.

Visualmente se vinculará Valparaíso, la Bomba Americana (diferenciándose de las otras compañías existentes) y la historia. El slogan será una afirmación con respecto a un hecho histórico verídico y altamente desconocido por la ciudadanía

Gráficamente será aplicado a diversos públicos y soportes por lo que tendrá que ser fácilmente reconocible y recordable, legible en versiones monocromáticas e incluso en situaciones donde se encuentre disociado del contenido inmediato. El color rojo es un color fundamental tanto en la iconografía de la Bomba Americana como en la asociación con el fuego, valor, pasión, entre otros, este color estará incluido en la paleta de la marca a diseñar

10. SELECCIÓN DE MEDIOS

La selección de medios apela al modo en que el mensaje se transmitirá al público objetivo, estos vínculos y vías de comunicación deben basarse en los hábitos y preferencias de los diversos públicos (comercial e institucional).

Los medios seleccionados se articulan entre las 5 acciones propuestas para desarrollar la estrategia que busca resignificar a la institución bomberil desde la concientización, información, difusión, participación y colaboración. Estos medios serán enfocados tanto a la difusión e información (vitrinas) como a la colaboración y participación (contenido).

10.1. Vitrinas institucionales

Busca informar, difundir y concientizar con respecto al quehacer bomberil desde 2 plataformas complementarias: digital e institucional

Vitrinas digitales: consistirá principalmente en el uso de las diversas herramientas y aplicaciones de internet para la difusión e información de actividades.

Una de sus ventajas radica en el bajo costo de la implementación de las herramientas y aplicaciones, también en la participación del usuario como difusor del contenido (redes sociales, retwittear, rebloguear, etc.)

Vitrinas institucionales: consistirá en la difusión y colaboración de diversas actividades de la estrategia mediante el vínculo con otras organizaciones e instituciones estatales y privadas del área de la cultura, medios de comunicación y turismo

Este tipo de medios permite relacionarse con agentes relevantes para la conservación, investigación y difusión de la cultura local, convirtiéndose en primera instancia como un aliado en la difusión, y posteriormente en un colaborador en la generación de proyectos y actividades interinstitucionales. Así mismo permite captar público potencial de otras instituciones e instancias culturales, turísticas, entre otros.

10.2. Contenido

Busca informar, participar, colaborar y concientizar mediante acciones comunicacionales a la comunidad e instituciones aliadas de la ciudad desde 2 plataformas complementarias: presencial y no presencial.

Contenido presencial: consistirá en la información, participación y generación de actividades de primera fuente, realizada tanto por los propios integrantes de la Institución bomberil como en inmediaciones de la Institución.

Estas actividades tenderán a ser de carácter vivencial y particular, pues demandan la presencia física del público objetivo, una de las grandes ventajas es que permite un acercamiento real, personal e individual de estos con respecto a la Institución bomberil.

Contenido no presencial: consistirá en la información, colaboración y difusión de acciones comunicacionales que permiten al público objetivo consumirlas, según la disponibilidad de tiempo e instancias. Tenderán a ser de formato físicos y deberán ser puestos al alcance de la comunidad mediante espacios socialmente relevantes según el público al cual se apunte, de esta manera permanecerán mayor tiempo a disposición de la comunidad. También incluirán espacios de discusión y exposición de investigaciones y estudios referentes al tema bomberil.

11. GENERACIÓN DE ACCIONES COMUNICACIONALES

Las acciones comunicacionales se articulan en función de los medios previamente seleccionados y sus respectivos públicos, tanto colaboradores como beneficiarios; vinculándolos mediante sus códigos específicos.

La eficacia de las acciones comunicacionales estarán dadas por el formato creativo, fuerza visual y contenido relevante según los intereses de cada público en la transmisión del mensaje.

Dentro de los beneficios hacia los colaboradores se pueden mencionar:

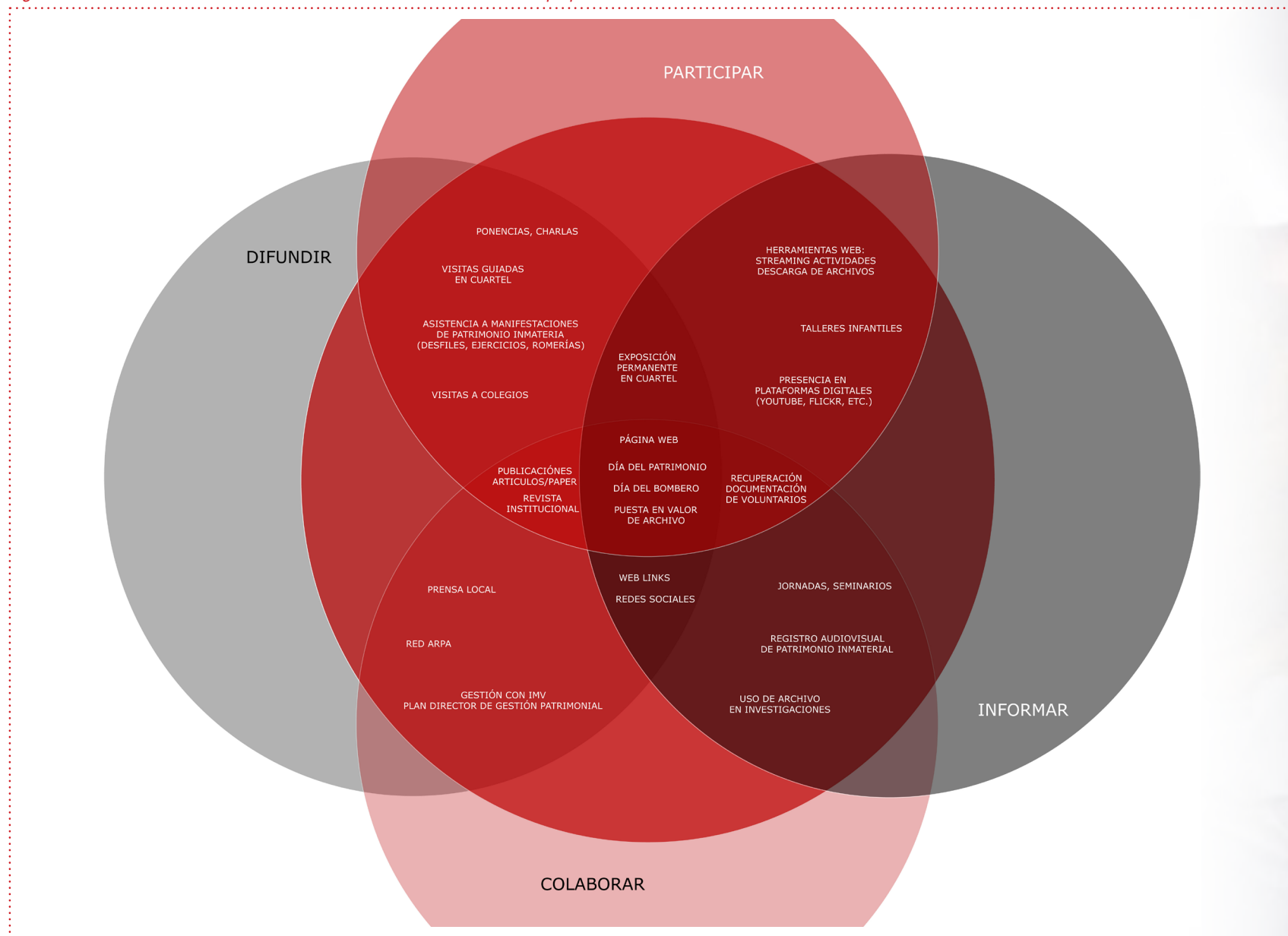
- a) Potenciar la participación de la comunidad local en el patrimonio inmaterial
- b) Difusión de sus propias instituciones mediante el apoyo y asociatividad a la Institución bomberil
- c) Abrir nuevos campos de estudio para el desarrollo de la historia local tanto a nivel del cuerpo académico como escolar.

Así mismo, para las diversas audiencias existen beneficios como:

- a) Aprehensión del concepto patrimonio, integrándolo en la identidad personal y colectiva, como una cualidad intrínseca del vivir en comunidad
- b) Acercamiento a una Institución reconocida afectivamente pero comúnmente distante en términos cognoscitivos

Las acciones comunicacionales que se detallan a continuación en función de los medios seleccionados muestran los diversos productos y eventos propuestos a realizarse en el marco de la estrategia comunicacional; a través de estas acciones se busca resignificar la percepción de los diferentes públicos con respecto a la labor bomberil, ya sea desde la difusión de los mismos como en la participación y asistencia a estos.

Fig. 20. Medios seleccionados en función a las acciones comunicacionales propuestas



12. FASES A DESARROLLAR

Las acciones comunicacionales se han esquematizado en 4 ejes específicos en pos de desarrollar y gestionar un plan de extensión cultural de la 1°CBV de manera integral, es decir, ser un productor, difusor, promotor y vinculador de la cultura e identidad bomberil en Valparaíso.

a) Eje promoción y difusión

A través de este eje se pretende generar iniciativas enfocadas a la difusión e información de actividades relacionadas con el patrimonio de la institución tangible como intangible.

b) Eje Rescate identitario

Mediante este eje se propone producir instancias y contenidos susceptibles de entregar a la comunidad.

c) Eje formación de audiencia

Busca fomentar y promover la valoración del patrimonio (en este caso bomberil) como un aspecto más de la conformación de la identidad del habitante

d) Eje red de asociatividad

Busca vincular y comprometer a los diferentes actores e instituciones involucradas con el patrimonio local.

Las diversas acciones de los 4 ejes a implementar tendrán un determinado orden y temporalidad en su ejecución, generando múltiples acciones simultaneas e interrelacionadas en cada una de las fases en sus respectivos niveles, en pos de lograr de manera beneficiosa el objetivo inicialmente propuesto.

Fig. 21. Plan de desarrollo y gestión de extensión cultural 1°CBV



12.1. Fases a implementar

El plan de desarrollo y gestión de extensión cultural de la 1°CBV debe ser implementado de manera sistemática mediante 4 fases de comunicación de la estrategia

Fase1: comunicación previa

En esta fase se proponen acciones destinadas a la información y participación de los diferentes públicos involucrados en la ejecución de la estrategia comunicacional.

Los principales objetivos de esta etapa son:

Crear interés y expectación en el público beneficiario objetivo

Difundir instancias de vinculación y conocimiento entre la comunidad y la Institución

Formar redes de asociatividad entre Institución y público institucional (colaboradores)

Generar una marca reconocible y asociable a la resignificación de la labor bomberil

Fase2: comunicación de etapa de lanzamiento

Durante esta etapa se generan las acciones de mayor participación y vinculación entre la comunidad y la Institución; difundiendo y habilitando espacios e instancias de vinculación.

En el ámbito interno, será necesario concientizar a la Institución bomberil con respecto al acercamiento y apertura hacia la comunidad de manera sistemática y planificada mediante instancias como Día del Patrimonio, visitas guiadas, invitación a actividades, eventos y tradiciones, entre otros.

Una de las principales acciones corresponde a la información y divulgación del objetivo principal de la estrategia tanto a los colaboradores como a los beneficiarios mediante diversos canales, adecuados según las preferencias de los respectivos públicos, incitándolos a la experiencia propuesta. Estas se llevarán a cabo a través de vitrinas digitales e institucionales, específicamente, medios de prensa locales.

Cabe destacar que todas las acciones implementadas irán identificadas con una marca específica de esta estrategia comunicacional, para posteriormente facilitar la positiva asociación y recordación por parte de los públicos; a su vez, estas serán registradas, manteniendo bitácoras de las experiencias y contenidos producidos.

Los principales objetivos de esta etapa son:

Promover la participación de la comunidad en el patrimonio local

Generar experiencias de aprendizaje didácticas, vivenciales, interactivas

Desarrollar proyectos interinstitucionales de investigación, difusión, conservación, entre otras, desde diversas disciplinas

Utilizar la marca en las diversas acciones comunicacionales, dándole unidad y continuidad a la estrategia implementada

Fase3: etapa de madurez

En esta etapa se deben generar acciones innovadoras que renueven el interés del público objetivo por la estrategia en marcha y por ende la Institución. Se buscará reforzar los lazos emocionales y cognoscitivos de la audiencia por parte de la Institución mediante mensajes renovados y canales multimediales, vivenciales, entre otros, dando a conocer aspectos desconocidos y relacionados con la ciudad de Valparaíso, su patrimonio y la malla curricular educativa. Además de mantener plataformas digitales con las acciones y contenido producido a disposición del público.

Los principales objetivos de esta etapa son:

Generar compromiso emocional y cognoscitivo por parte de la comunidad con la Institución

Incentivar el traspaso positivo de experiencia y conocimiento de parte del público beneficiario

Disponer de espacios de registro de las acciones comunicacionales realizadas

Posicionar la marca como emblema de la vinculación entre la Institución y la comunidad

Fase4: etapa de declive

Se realizarán acciones que contribuirán tanto a la afirmación de los logros obtenidos como la evaluación de los mismos, en pos de realizar mejoras y ajustes a la estrategia comunicacional; también se buscará ampliar el alcance de esta mediante la puesta en valor de proyectos realizados en conjunto con colaboradores.

Los principales objetivos de esta etapa son:

Entregar contenidos para profundización de aprendizaje en el ámbito escolar

Poner en valor estudios e investigaciones referentes a la Institución y Valparaíso

Generar un informe sobre las acciones realizadas y registro correspondiente para la evaluación

Mantener y proseguir proyectos con socios colaboradores

Fig. 22. Implementación de ejes según fases de comunicación

Acciones a implementar	Diseño de estrategia y comunicaciones	Comunicación etapa previa	Comunicación etapa lanzamiento	Comunicación etapa madurez	Comunicación etapa declive
Planificación	Creación de marca Aplicaciones marca Selección de medios Acciones comunicacionales	Aplicación de marca en acciones y actividades de extensión cultural 1°CBV			
		Registro de actividades realizadas por extensión cultural 1°CBV			Evaluación resultados
Eje Promoción y difusión		1.Sitio web oficial 2.Herramientas web y campaña redes sociales	3.Asistencia a manifestaciones de patrimonio inmaterial	4.Puesta en valor archivo fotográfico	
Eje Rescate identitario		1.Recuperación y digitalización de archivos personales (doc.) de 1°CBV 2.Exposición permanente en cuartel	3.Día del Patrimonio	4.Día del bombero	5.Revista institucional
Eje Formación de audiencia		1.Difusión de archivo 1°CVB	2.Visitas guiadas al cuartel	3.Visitas a colegios 4.Charlas, ponencias en centros culturales 5.Talleres infantiles	
Eje Red de asociatividad		1.Coordinación CBV e IMV: Plan director gestión patrimonial 2.Coordinación actividades RedARPA 3.Coordinación prensa local 4.Promover investigaciones y tesis			5. Jornadas, seminarios académicos 6.Publicación artículos, paper en revistas especializadas

13. ESTIMACIÓN DE TIEMPO DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN

Estimación de tiempos de implementación del plan de desarrollo y gestión de extensión cultural

El plan está diseñado para ser aplicado en 24 meses en su totalidad. Detallándose la sucesión y progresión lógica de las diversas acciones comunicacionales a implementar.

Sin embargo, existen ciertas instancias inamovibles y externas que son utilizadas por el plan como medio de difusión y posicionamiento debido a su relevancia (Día del Patrimonio); a su vez, también existen tradiciones y fechas internas de gran valoración e importancia en la historia bomberil (Día del Bombero, ejercicio general), por lo cual estas instancias deberán realizarse independientemente de la etapa del plan, apelando a una de sus grandes cualidades, que es funcionar por ejes en cada etapa, lo que permite flexibilizar, articulando y desarticulando ciertas acciones sin desviar el objetivo principal

Idealmente el plan debiese ser puesto en marcha desde su etapa Diseño de estrategia y comunicaciones el mes de Enero; sin perjuicio de celebrar diferentes versiones de fechas icónicas a nivel cultural y/o histórico tanto para la ciudadanía como para la Institución.

ETAPAS\Meses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Diseño de estrategia y comunicaciones	■	■	■																					
Comunicación etapa previa			■	■	■																			
Comunicación etapa lanzamiento					■	■	■	■	■	■	■													
Comunicación etapa madurez											■	■	■	■	■	■	■	■						
Comunicación etapa declive																		■	■	■	■	■	■	■

14. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS

Una de las principales actividades que se realiza a durante todo el periodo de implementación del plan de desarrollo y gestión corresponde al registro de las diversas actividades para poder mantener un inventario, levantando datos relevantes con respecto a los resultados esperados v/s los resultados obtenidos. Debido a la multiplicidad de públicos involucrados en la implementación del plan, se generarán herramientas y métodos específicos para cada público.

En general se puede mencionar que para el público ciudadano se aplicarán métodos como encuestas y grupos de discusión en ciertas acciones claves, buscando determinar si hubo un cambio de comportamiento en su percepción con respecto a la institución bomberil en aspectos como conocimientos y/o participación en el desarrollo del patrimonio local.

Con respecto al público institucional, la evaluación se puede obtener a través de métodos cuantitativos como la contabilización de visitantes y usuarios del archivo, investigaciones en transcurso o realizadas, además de colaboraciones y alianzas interinstitucionales; a través de estos resultados se podrán realizar ajustes y mejoras en el plan.

Finalmente para evaluar los resultados obtenidos y la percepción de estos por los propios integrantes de la institución se generarán grupos de discusión, para recoger sugerencias, observaciones y experiencias desde el punto de vista interno; se buscará determinar si existe mayor sensibilización y concientización con respecto a su responsabilidad en el accionar y perpetuación de su propia historia.

1. CONCEPTUALIZACIÓN

El fin último del proyecto busca resignificar la imagen colectiva de los bomberos percibida por la ciudadanía, ampliando la mirada desde lo operativo hacia lo intangible como parte esencial e intrínseca de esa operatividad.

Se busca significar el relato de la operatividad, pues tanto sus tradiciones, personajes, historia y valores se vinculan permanentemente con el acto de servicio, con la labor durante la emergencia. Desde este punto de vista, se considerarán todas las acciones propuestas en el Plan de Gestión y Desarrollo de la Extensión Cultural como espacios de exposición del mensaje ya sea mediante canales físicos, virtuales, digitales u otros.

La propuesta conceptual es diseñar un

**relato de las tradiciones bomberiles como
testimonio de la operatividad a través del tiempo**



2. MAPA CONCEPTUAL DEL PLAN DE GESTIÓN Y DESARROLLO

La etapa seleccionada para desarrollar es la etapa de comunicación previa.

Acciones a implementar	Diseño de estrategia y comunicaciones	Comunicación etapa previa
Objetivos	Generar una marca reconocible y asociable a la resignificación de la labor bomberil Difundir instancias de vinculación y conocimiento entre la comunidad y la Institución Formar redes de asociatividad entre Institución y público institucional (colaboradores)	
Planificación	Creación de marca Aplicaciones marca Selección de medios Acciones comunicacionales	Aplicación de marca en acciones y actividades de extensión cultural 1°CBV Registro de actividades realizadas por extensión cultural 1°CBV
Eje Promoción y difusión		1.Campaña informativa digital 2.Herramientas web y campaña redes sociales
Eje Rescate identitario		1.Recuperación y digitalización de archivos personales (doc.) de 1°CBV 2. Exposición permanente en cuartel
Eje Formación de audiencia		1.Difusión de archivo 1°CVB
Eje Red de asociatividad		1.Coordinación CBV e IMV: Plan director gestión patrimonial 2.Coordinación actividades RedARPA 3.Coordinación prensa local 4.Promover investigaciones y tesis

Debido a la amplitud del Plan propuesto se desarrollarán piezas de diseño que permitan concretar las diversas acciones propuestas en la etapa previa de la comunicación, esta etapa será vital pues diversas acciones posteriores van de la mano con la implementación de estas.

Cabe destacar que estos objetivos son transversales a los ejes propuestos

3. MAPA DE LAS PIEZAS DE DISEÑO

Comunicación etapa previa			
Objetivos	Generar una marca reconocible y asociable a la resignificación de la labor bomberil Difundir instancias de vinculación y conocimiento entre la comunidad y la Institución Formar redes de asociatividad entre Institución y público institucional (colaboradores)	Comunicación corporativa	Desarrollo de marca Merchandising Papelería Sitio web Campaña de redes sociales Mailing
		Comunicación interna	Desarrollo de exposición permanente en cuartel Desarrollo material difusión para entregar en cuartel Campaña de recuperación y digitalización de archivos personales de voluntarios Desarrollar protocolos para administración de extensión cultural
		Comunicación externa	Difusión de actividades con RedARPA Coordinación con IMV: Plan Director Gestión Patrimonial (plan Rumbo) CD institucionales promocionales para escuelas de historia, investigadores del patrimonio e instituciones afines Comunicados a prensa local Folletos difusión sobre extensión cultural 1°CBV y patrimonio para centros culturales y vitrinas urbanas Postales para venta en vitrinas urbanas y centros turísticos



Piezas desarrolladas



Piezas no desarrolladas

4. DESARROLLO DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La marca será la imagen reconocible y asociada a todas y cada una de las acciones implementadas con respecto a la extensión cultural de la Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso, será aplicada en diversos soportes, tamaños y situaciones por lo que a continuación se delimitan y norman los modos de aplicación de la marca.

4.1. Desarrollo de marca



En observaciones anteriores se determinó la preponderancia del colectivo por sobre el individuo, señalando la naturaleza anónima de la labor, por esto se seleccionó un casco antiguo típico de la 1°CBV contextualizado con un perfil (en uso), utilizado por los voluntarios fundadores y hasta la década de los '50. Desde el punto de vista simbólico y emocional para la institución el casco es la única parte del uniforme que los distingue entre compañías, valoración que se mantiene hasta el día de hoy, ya que por razones de seguridad se debe normar y estandarizar las vestimentas y calzados en pos de optimizar y garantizar la mayor protección y calidad del uniforme para todos los voluntarios.

Estilísticamente se decidió utilizar el recurso del trazo para desmarcarse de la rigidez y distancia que generan los escudos heráldicos, centrándose en la persona más que en la institución. Para reforzar la intención de generar cercanía hacia la comunidad, la tipografía es de estilo manuscrita.

Formalmente la marca está compuesta por un imagotipo que contiene tanto al isotipo como al nombre de la marca y slogan que declara tanto la identidad como intención del mismo.

El binomio rojo-negro presente en la paleta cromática se observa en reiteradas ocasiones tanto en el mundo bomberil como en la realidad inmediata de la compañía (fuego-efecto fuego, uniforme de parada, casco actual, entre otros)

4.1.1. Partes del logotipo



*Primera Compañía de Chile
Extensión Cultural*

Isotipo



Slogan

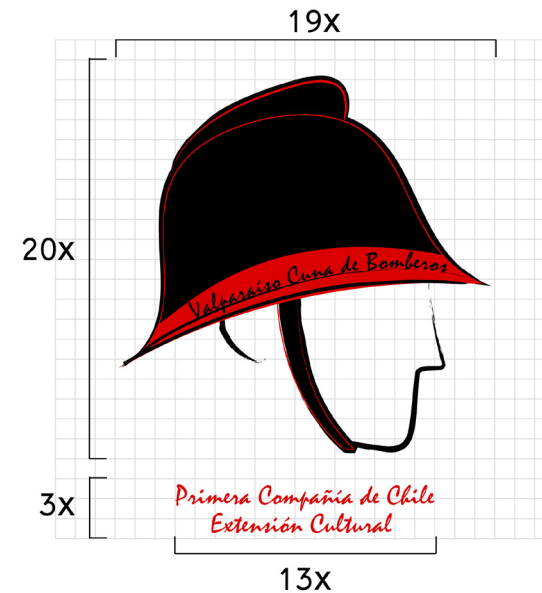
*Primera Compañía de Chile
Extensión Cultural*

4.1.2. Área mínima autónoma



*Primera Compañía de Chile
Extensión Cultural*

4.1.3. Retícula

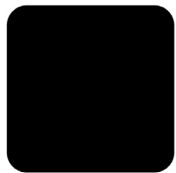


4.1.4. Paleta cromática de la marca

Tipografía Mistral

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

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



C0 M0 Y0 K100



C13 M93 Y96 K2



C91 M74 Y42 K50



C M Y K50

4.1.5. Alternativa de 1 color solido



Primera Compañía de Valparaíso
Extensión Cultural



Primera Compañía de Valparaíso
Extensión Cultural



Primera Compañía de Valparaíso
Extensión Cultural



Primera Compañía de Valparaíso
Extensión Cultural

4.1.6. Escala de grises



Primera Compañía de Chile
Extensión Cultural

Imagen desaturada



Primera Compañía de Chile
Extensión Cultural

Imagen al 10% timbre de agua

4.1.7. Negativo o calado



Primera Compañía de Valparaíso
Extensión Cultural



Primera Compañía de Valparaíso
Extensión Cultural



Primera Compañía de Valparaíso
Extensión Cultural



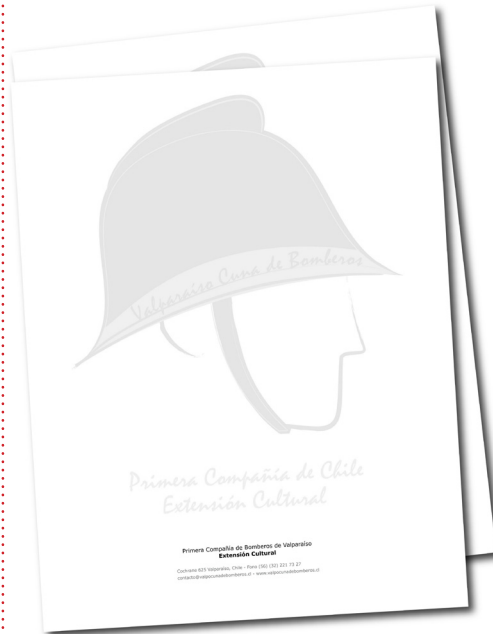
Primera Compañía de Valparaíso
Extensión Cultural

4.2. Papelería

Se proponen diversos soportes gráficos para normar y estandarizar las comunicaciones tanto internas como externas.

4.2.1. Hojas formato carta

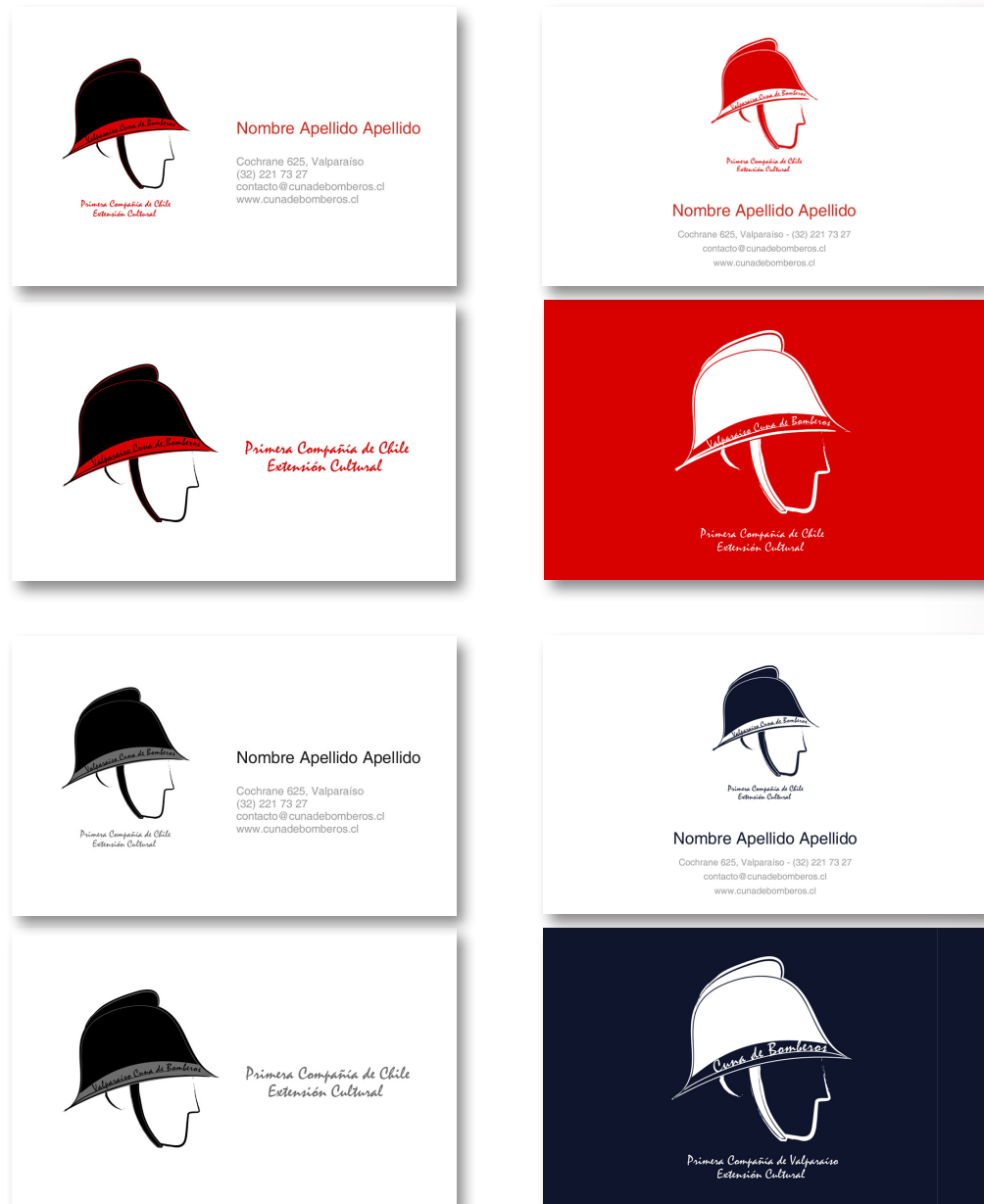
a) Hoja carta 2 para emitir certificados y cartas de compromiso



b) Hoja carta 1 para comunicaciones de carácter interno como externo

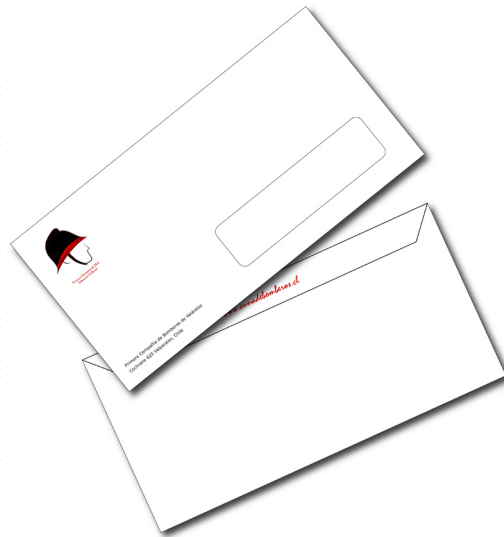


4.2.2. Tarjetas de visita



4.2.3. Sobres Americanos:

(formato 220x110 mm):



4.2.4. Carpetas

Cerrado 23x43 cms

Extendido 46,5x34 cms



Vista exterior



Vista interior

4.3. Diseño de sitio web

Se propone un sitio web que brinde al usuario una nueva visión con respecto a la labor bomberil, poniendo en valor las tradiciones como testimonio de la operatividad a través de los años, conociendo así más sobre sus tradiciones, historia, vínculo con el Valparaíso antiguo y actual.

www.cunadebomberos.cl

Se busca vincular a la comunidad, especialmente escolares y aficionados a la historia con el patrimonio tangible e intangible que la institución posee, exponiendo e invitando a la participación ciudadana mediante invitaciones a participar en diversas actividades, servicios (Archivo 1851), documentos de interés; centralizando en un sitio diversas informaciones de modo accesible y multimedial mediante recursos como galerías de imágenes, videos, material didáctico, entre otros.

4.3.1. Definición de contenidos

La definición de contenidos se realizó en función de los ejes temáticos planteados en el plan de desarrollo, además de la información referencial necesaria para dar a conocer y contactar a la institución. La información fue segmentada en 4 grandes áreas, además de links permanentes como Nosotros, Contáctanos y Colaboradores

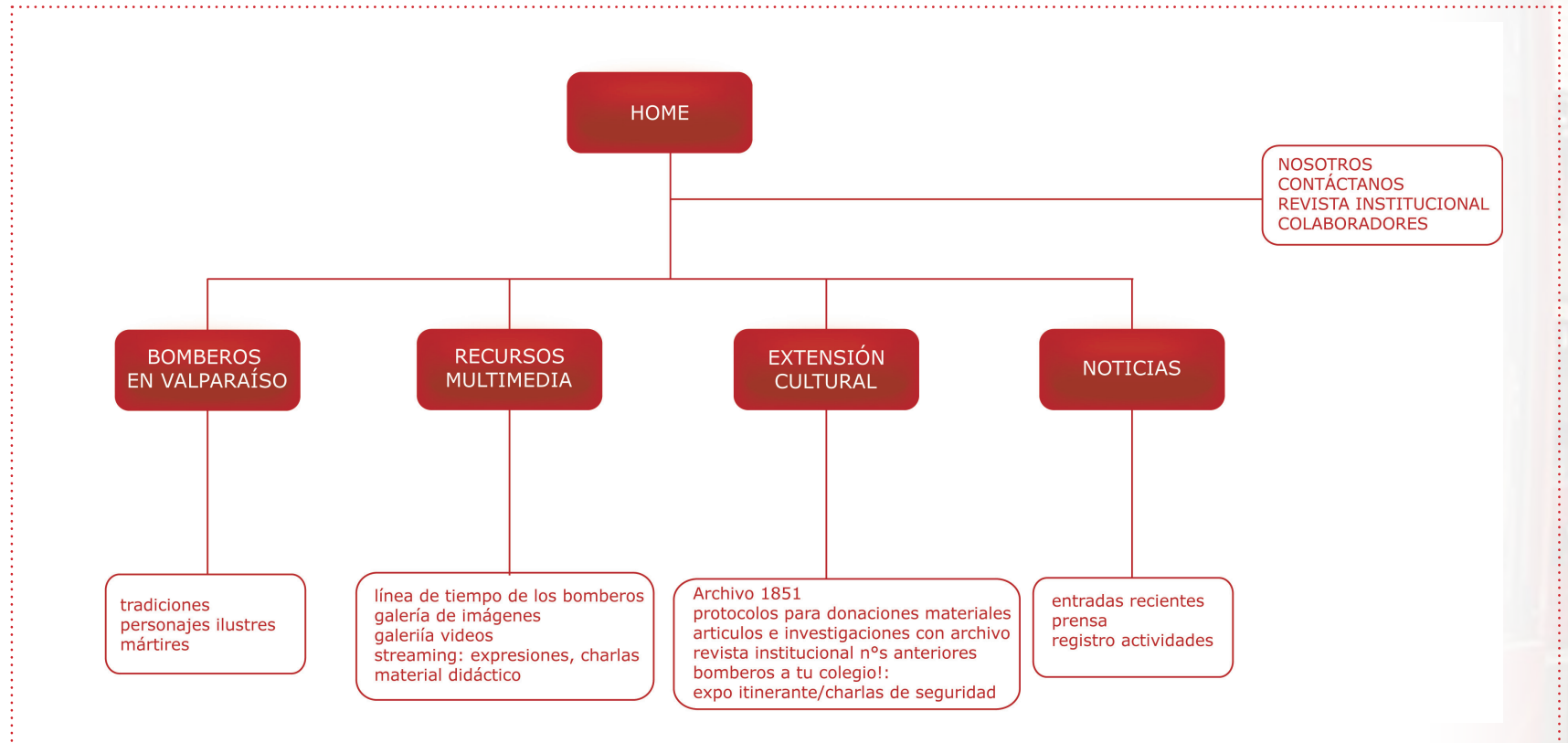
Bomberos en Valparaíso, este menú contiene el discurso historiográfico y social de las diversas manifestaciones y tradiciones de los bomberos en Valparaíso, dando a conocer personajes ilustres porteños que han aportado tanto en el desarrollo de la ciudad como en la institución; en la sección mártires se explica el concepto y se reseñan brevemente la vida y obra de estos voluntarios.

Recursos Multimedia, este menú contiene documentos fotográficos, audiovisuales línea de tiempo y material didáctico que busca ilustrar de manera más lúdica el contexto de la relación bomberos-Valparaíso; además de transmitir en tiempo real diferentes actividades de carácter cultural de la institución, ya sean tradiciones como charlas o seminarios, promoviendo de esta manera el registro permanente de estas acciones y a su vez potenciando la disponibilidad de información sobre el tema.

Extensión Cultural, esta sección hace referencia a los medios por los cuales la institución bomberil se vincula con los habitantes, promoviendo la retroalimentación entre estos, ya sea por el uso del archivo, la presencia en colegios porteños, medios escritos, entre otros.

Noticias, este menú pone a disposición del usuario la información necesaria con respecto a la difusión de actividades realizadas y por realizarse, generando un registro público y permanente de la vinculación entre estos dos actores.

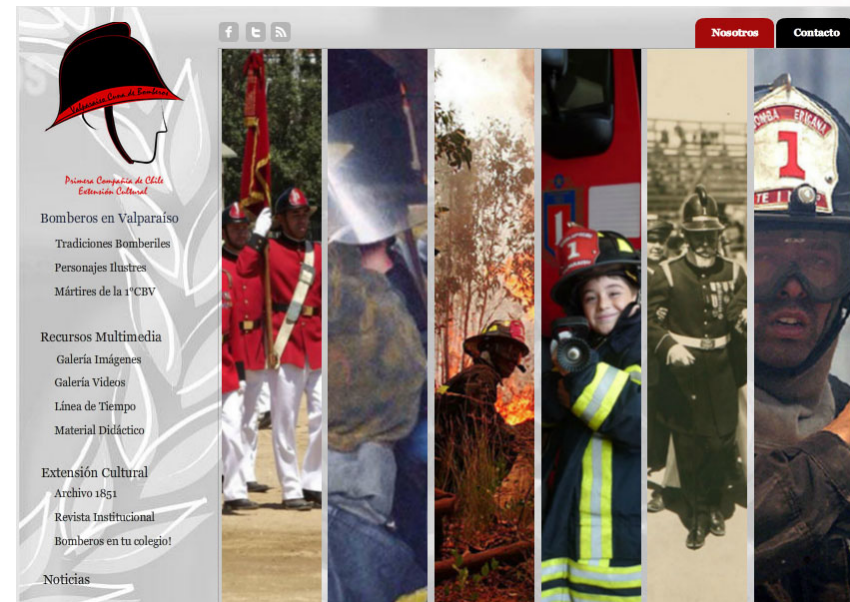
Fig. 23. Mapa lógico del sitio



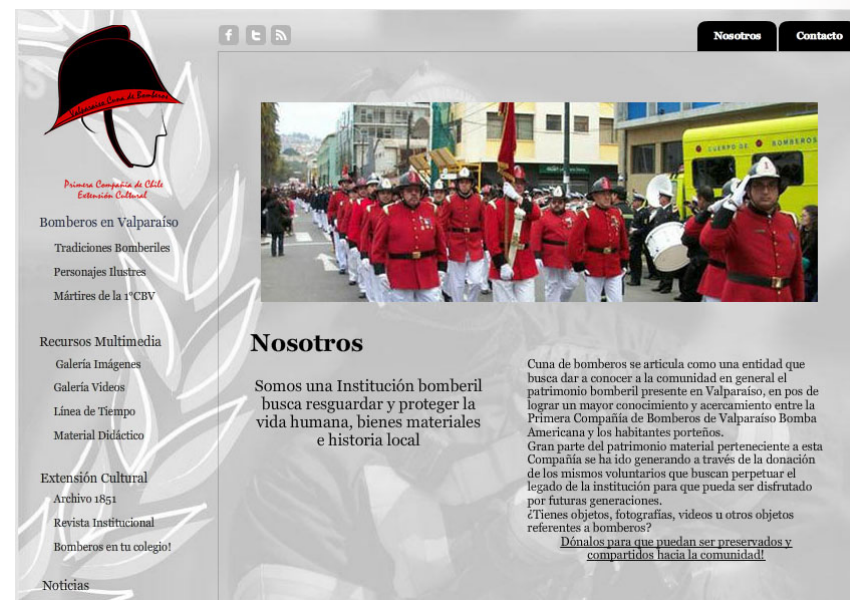
4.3.2. Visualización de página web

Gráficamente la página web se expone como una instancia para ampliar la mirada con respecto a la labor bomberil, centrada en aspectos como las tradiciones, los personajes y ciudadanos destacados que han sido parte de Valparaíso; de igual manera permite navegar y explorar diferentes herramientas multimedia.

Visualización Home



Visualización Nosotros



5. DESARROLLO DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

5.1. Exposición permanente en el cuartel

El cuartel de bomberos es un espacio multifuncional compuesto por diversas funciones:

1°Piso: sala de máquinas y camarines, constituyen las áreas netamente operativas de la institución, en estas se almacenan tanto el material menor (mangueras, pitones, tanques de oxígeno, camillas, entre otros) con el material mayor (carrobombas) así como uniformes de trabajo y de parada.

1°Piso: guardia nocturna, corresponde a un área de dormitorios restringida y separada de los espacios comunes, donde pernoctan los voluntarios (algunos por años), se destina generalmente a los voluntarios activos más jóvenes.

Entrepiso: Sala de oficiales, corresponde a espacios administrativos; estas oficinas son utilizadas por el director, secretario, tesorero, capitán y tenientes de la compañía; es en este espacio donde se albergan los documentos que constituyen el archivo 1851. También se utiliza para realizar reuniones de compañía.

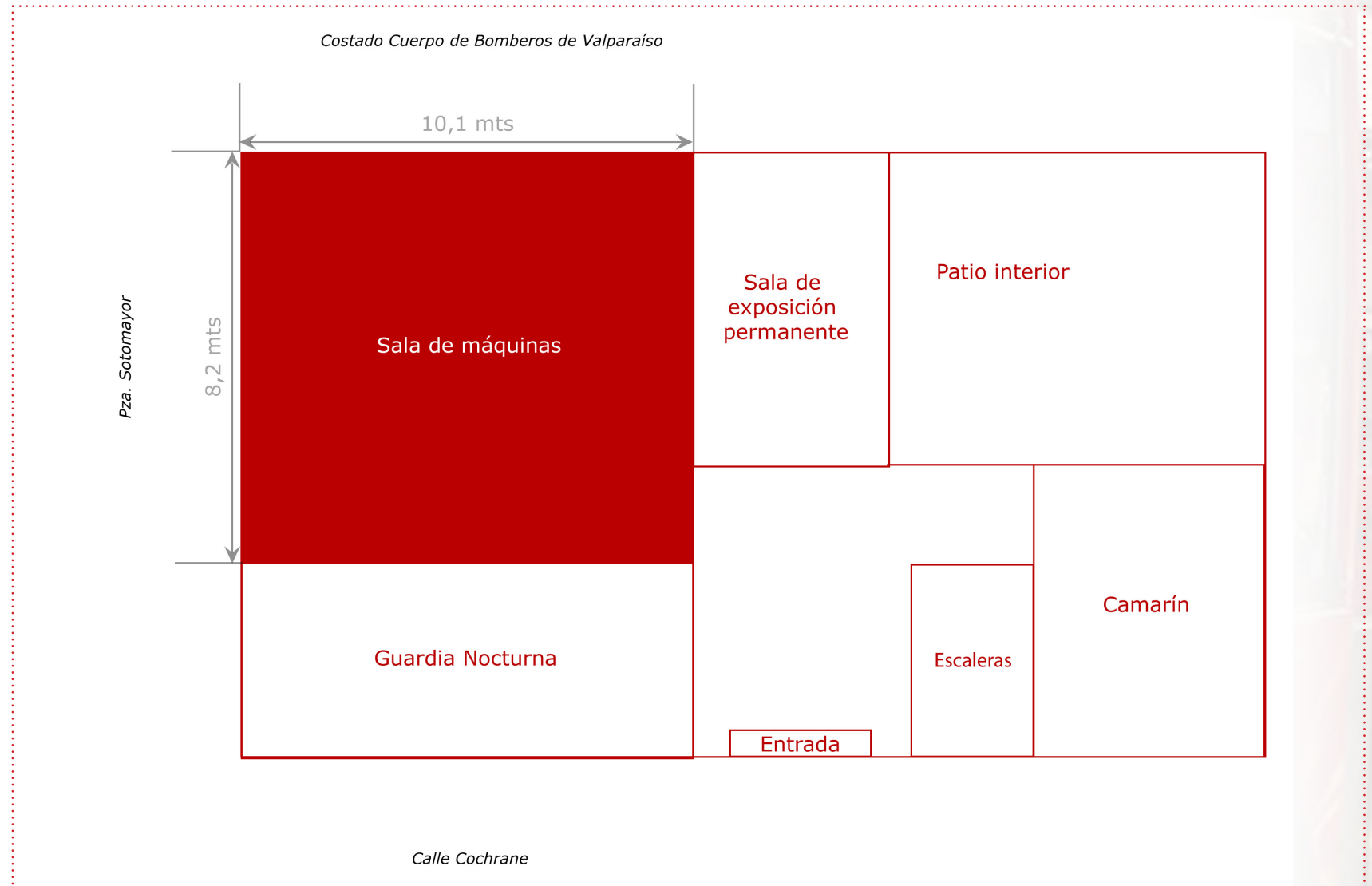
Entrepiso: departamento del cuartelero, en este sector habita un permanente un maquinista (conductor de carrobomba) encargado tanto de la mantención del material mayor como del menor.

3°Piso: casino, cocina, sala de estudio, son los espacios comunes donde comparten los voluntarios.

El cuartel es un espacio multifuncional, operativo, administrativo, habitado permanentemente, por lo que cualquier intervención debe tomar en cuenta todas estas variables. Se propone intervenir el primer piso, debido a que es un espacio común, de fácil acceso y visibilidad por parte de la ciudadanía. Además presenta grandes falencias a nivel operativo, específicamente en la iluminación. Cabe destacar que el desarrollo de una exposición permanente se podrán poner en valor tanto los objetos patrimoniales pertenecientes a la institución como los detalles constructivos de la arquitectura del edificio (inaugurado el 1955) y el mejoramiento de la función operativa. La primera etapa consistió en intercambiar el espacio de camarín por una sala habilitada para exponer de manera permanente la historia de la Compañía¹ y ahora como segunda etapa se propone el mejoramiento operativo y de contextualización histórica de la sala de máquinas.

¹ Contenido de memoria:
trabajo previo en la institución, página 4

Fig.24. Plano esquemático de vista superior de primer piso



5.2. Fotografías de sala de máquinas actualmente



5.3. Pared calle Cochrane

Se propone utilizar esta pared de vitrina, reorganizando las piezas existentes, pues la mayor parte de estas piezas corresponden a partes de carros antiguos y regalos de otras compañías en conmemoración de los aniversarios.

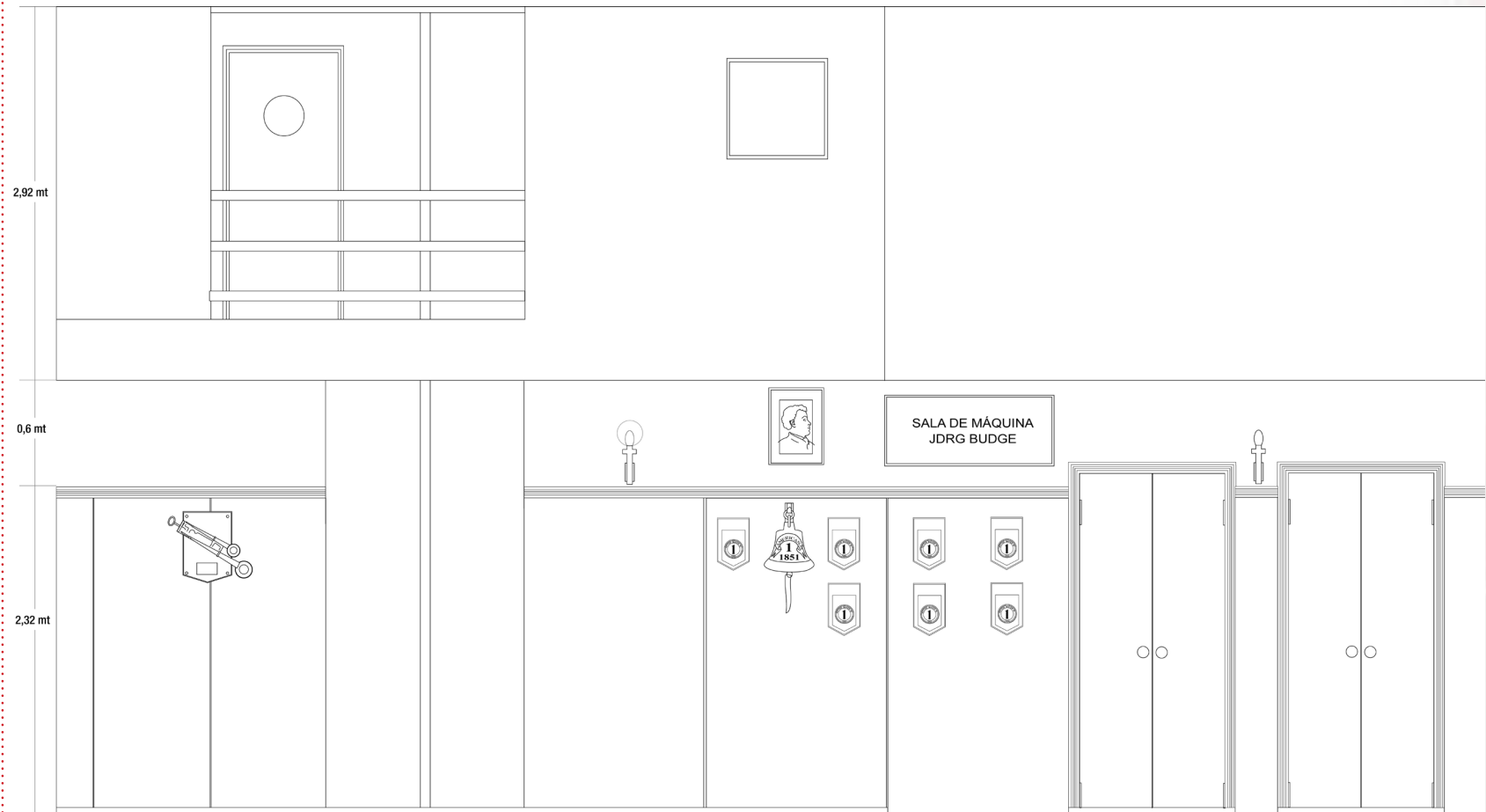
Los closet-pañol ofrecen un espacio visualmente accesible al público y operativamente apto para transfórmalos en vitrinas empotradas donde se exhiba y contextualice la tradición del Ejercicio general; se propone poner en valor la colección de pitones y otros implementos de uso operativo al mostrarlos dentro de un contexto histórico-valórico y funcional.

Se rediseñará el sistema de iluminación, iluminando las vitrinas y cambiando las luminarias actuales, pues el volumen de estas obstruye la rápida maniobra de los carros, siendo golpeada por la puerta del carro en reiteradas ocasiones, razón por la que se encuentra deteriorada.

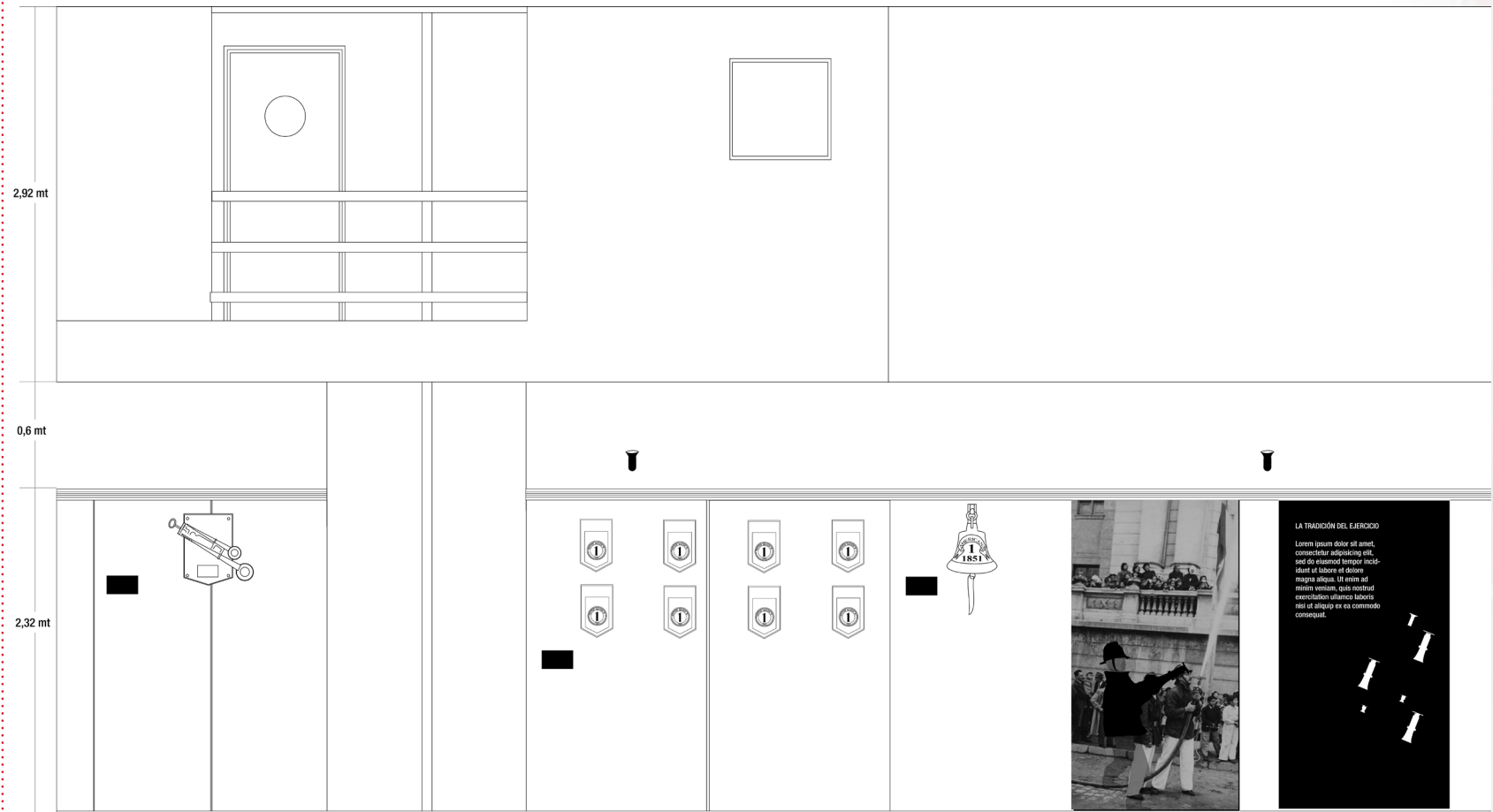
Se realizara un tratamiento de limpieza en las paredes de concreto, así como baldosas, al igual que pintar el entorno de un color neutro que realce tanto los objetos como detalles constructivos.



Vista actual pared calle Cochrane



Vista propuesta pared calle Cochrane



5.3.1. Vitrina pared Cochrane

Se propone generar un espacio de exposición que contenga la colección de pitones antiguos (actualmente expuestos en vitrinas de difícil acceso tanto para su limpieza y mantención como contemplación.

En una segunda vitrina se propone contextualizar dichas herramientas en una tradición bomberil que se realiza hasta el día de hoy¹, basada en el despliegue de equipamiento, recursos y destrezas de cada compañía para darlas a conocer entre la comunidad bomberil y porteña.

Vista frontal



Vista sistema
soportes



¹ Ver Tradiciones bomberiles, página xx

5.4. Pared de mártires

Esta pared colinda con la sala de exposición desarrollada en la fase 1, por lo que se propone construir una pequeña vitrina de venta para merchandising, pues se ha observado durante experiencias como Día del Patrimonio y otras, el interés de llevarse un objeto souvenir de la Compañía.

A su vez se propone restaurar los medallones de los mártires, incluyendo 2 mártires que no se encuentran presentes, reconstruyendo físicamente el historial de voluntarios muertos en acto de servicio.

La iluminación busca destacar el escudo de la Compañía tallado en madera con efecto de sobrerrelieve; cabe destacar que cuando los carros están acuartelados, el área donde está apostado el escudo es la única parte visible de la pared.

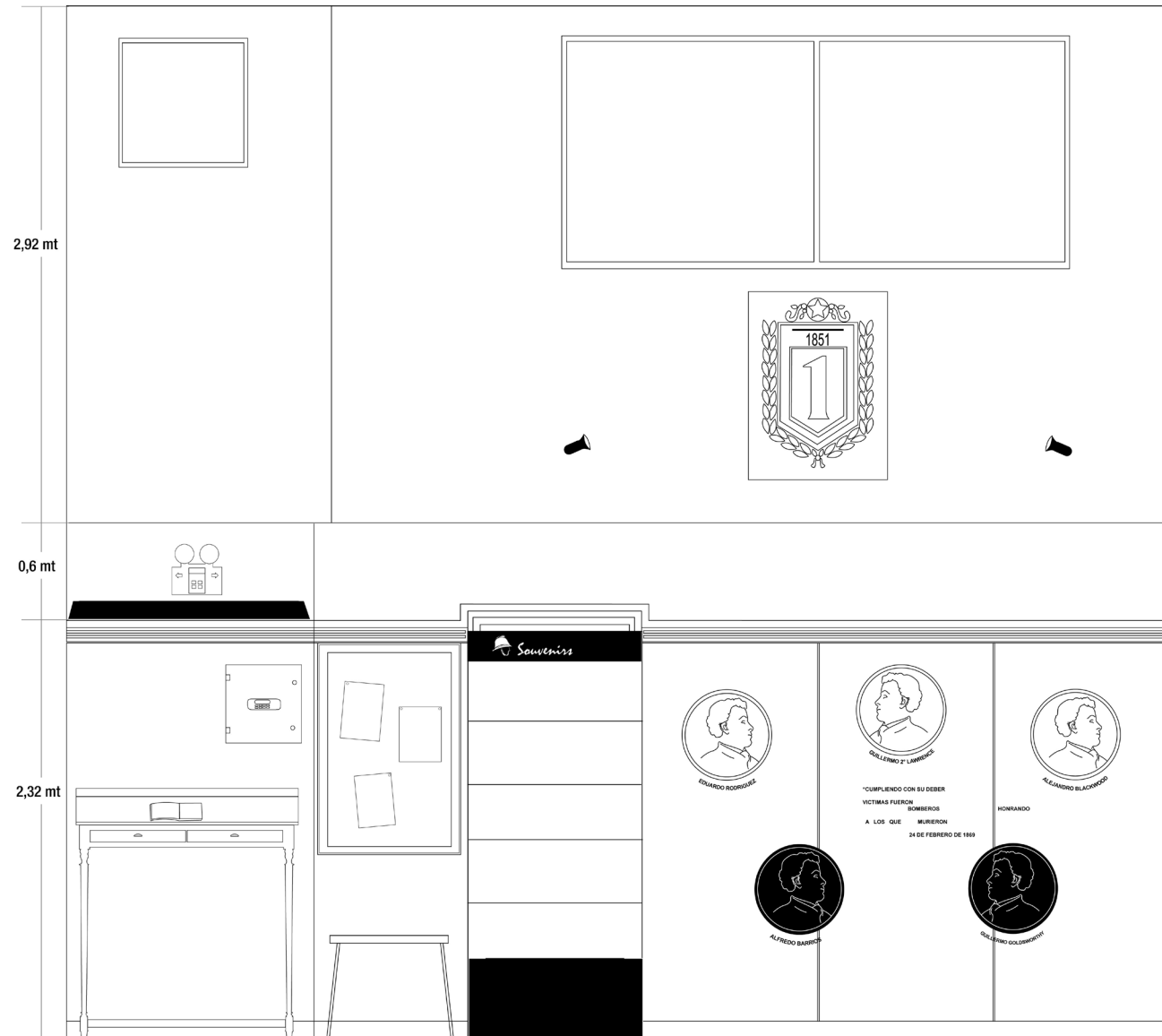
De igual manera se pretende iluminar de manera más idónea el escritorio, pues ahí se redactan las actas luego del llamado.



Vista actual pared de mártires



Vista propuesta pared de mártires

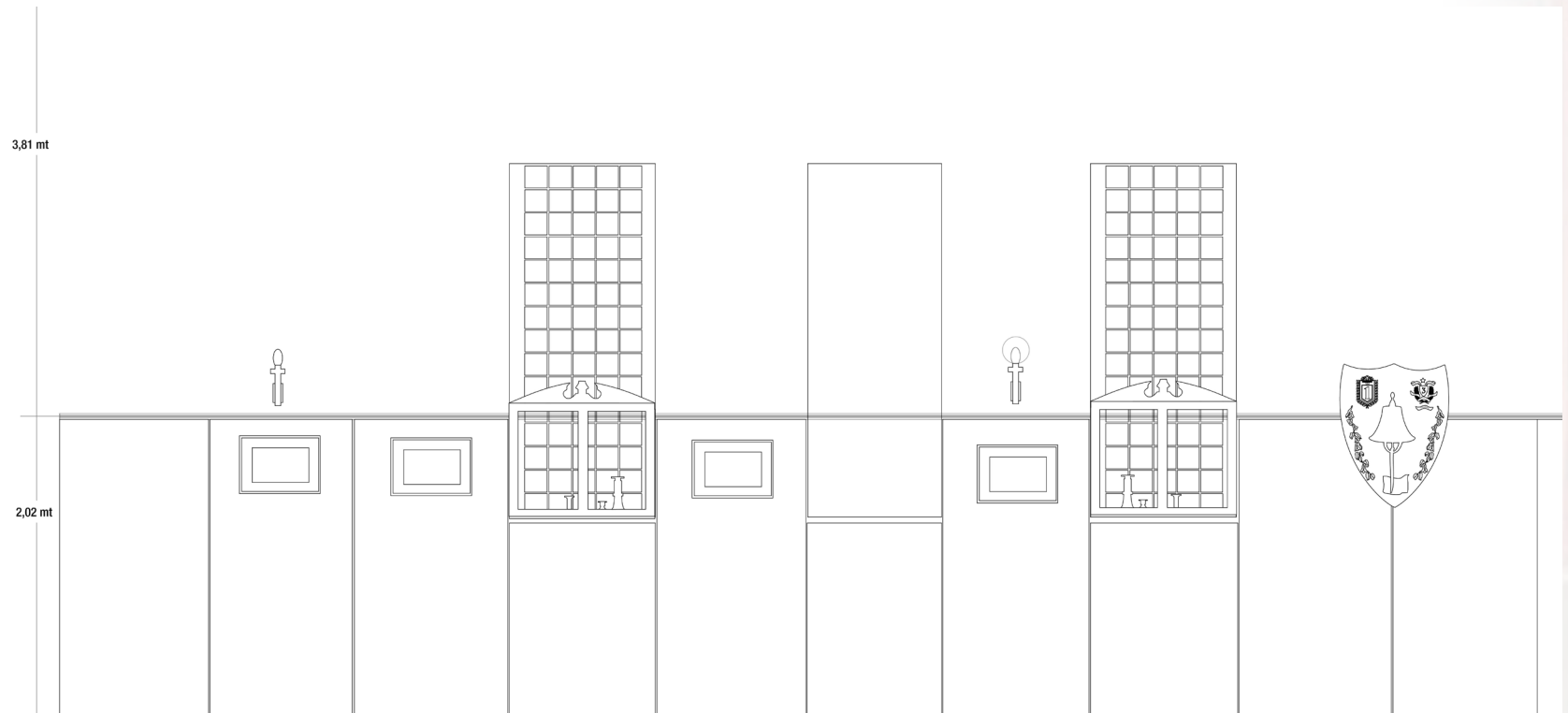


5.5. Pared de CBV

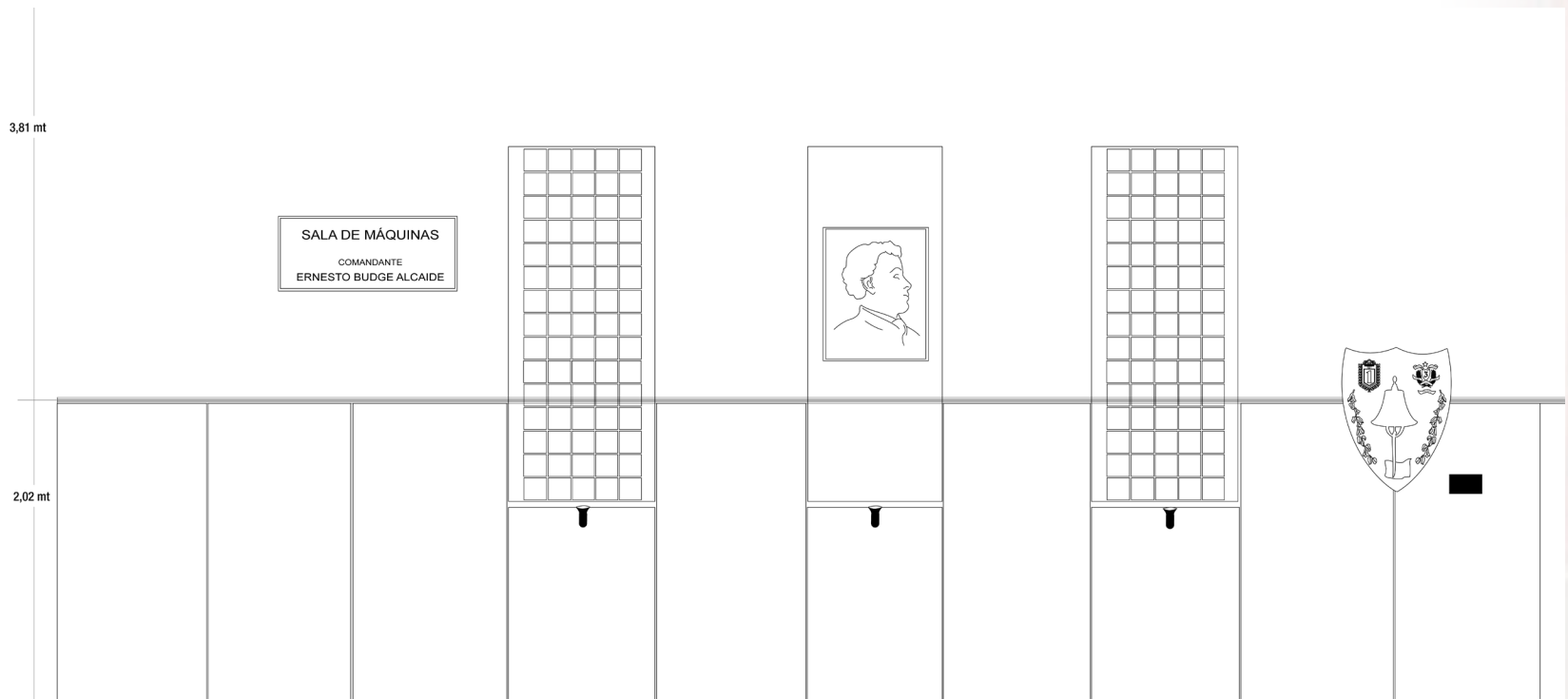
Esta pared colinda con el Cuerpo de Bomberos de Valparaíso, una muestra arquitectónica de esto son 2 ventanales, visibles desde ambos edificios, es por esto que se propone limpiar visualmente de objetos (pitones que serán trasladados a vitrinas) para poder iluminarlos, esto permitirá una mejora tanto operativa como estética. Cabe destacar que esta área del cuartel fue nombrada en honor a uno de sus voluntarios (Ernesto Budge Alcaide) por lo que se propone trasladar su placa y fotografía desde la pared Cochrane, mejorando su visualización.



Vista actual pared de CBV



Vista propuesta pared de CBV



6. DESARROLLO DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

6.1. Diseño de CD institucional promocional

Se propone el diseño de un CD institucional promocional para entregar a instituciones como: escuelas universitarias de historia, centros de estudios patrimoniales, archivos porteños (archivo de El Mercurio, archivo de Armada Naval, entre otros), investigadores del patrimonio porteño, corporaciones y fundaciones de rescate, investigación y difusión del patrimonio e historia local, CBV y compañías porteñas, otros Cuerpos de Bomberos, entre otros.

Se busca vincular al público institucional con respecto a la labor y servicios ofrecidos por la compañía, generando lazos de cooperación y colaboración en futuros proyectos, como en la puesta en valor de la documentación e historia de la 1°CBV; mediante la entrega de un documento digital ejecutable contenido en el CD.

6.1.1. Definición de contenidos

La definición de contenidos se realizó en función de los contenidos a comunicar y difundir; consta de una reseña sobre CUNA DE BOMBEROS, quienes son, su misión, visión y el vínculo entre los bomberos y Valparaíso; descripción de los servicios de la extensión cultural, centrado específicamente en el archivo 1851, detallando a quienes está dirigido, sus condiciones de uso, horario, ubicación y además descripción del acervo documental contenido mediante diversos soportes como actas, bitacoras y fotografías (describiendo sus años y temáticas) en pos de generar interés en la comunidad investigadora. Finalmente se incluye una sección de publicaciones y artículos, los cuales se irán incluyendo (con la autorización de los autores) como resultados y experiencias positivas logradas y a su vez como difusión para el investigador. Además de una sección de contacto y vínculo hacia la página web y correo electrónico.

6.1.2. Diseño de CD



6.1.3. Diseño de soporte de entrega de CD



6.2. Diseño de tarjetas postales

Las tarjetas postales tienen una doble función, pues son parte del merchandising destinado a al público visitante tanto del cuartel como de otros puntos de venta como centros turísticos, cafés, restaurants entre otros (vitrinas institucionales); a si mismo, son una puesta en valor de la colección fotográfica del archivo 1851.

Se proponen una colección de 5 escenas de la labor bomberil, con un tiraje de 1000 copias en total; que relaten las tradiciones bomberiles como un testimonio de la operatividad a través de tiempo, desde su fundación hasta la actualidad.

El reverso de las postales se presta para ser un espacio de difusión y resignificación de la misión de Valparaíso Cuna de Bomberos, relatando el trasfondo de la escena observada

Postal propuesta



Anverso

www.cunadebomberos.cl

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum



Reverso

Serie de postales



CONCLUSIÓN

A través de este documento se recopila un cumulo de experiencias, habilidades y herramientas adquiridas a lo largo de la carrera de diseño, logrando conciliar la visión del diseño integral, como una herramienta que aporta al desarrollo social de una comunidad, en este caso mediante la intervención comunicacional en la institución bomberil orientada hacia la temática del patrimonio. Durante el desarrollo de este trabajo se evidenció el desconocimiento de los alcances de la disciplina del diseño por parte de las instituciones, sesgando las posibilidades de la labor hacia tareas de ejecución y no de formulación y gestación, situación que no solo sucedió con voluntarios, sino que compañeras de trabajo.

Es nuestra labor abrirnos espacios y desarrollar campos poco conocidos o explorados durante nuestra formación académica, pues la piedra angular de nuestra formación radica en la innovación y la gestión de ideas; a través de este camino lograremos insertarnos como gestores de proyectos, aportando en el desarrollo de investigaciones teóricas (ya sean de historia, patrimonio, conservación, entre otras) y no solo en su puesta en valor.

Es importante mencionar que ante la mayor oferta de diseñadores, en especial en la región, es importante abrir campos de trabajo poco explorados, especialmente aprovechando las oportunidades y fortalezas del entorno local inmediato en donde nos situamos (nuestra historia, identidad, valores), comprendiendo que la riqueza de nuestra labor consiste en cambiar paradigmas e ideas preconcebidas, donde la innovación a veces radica en cambiar la mentalidad o concepción de una idea o una imagen de un grupo humano a través de la comunicación.

Desde el diseño se pueden gestar proyectos interdisciplinarios orientados hacia el patrimonio con una visión que va más allá de conservar, investigar y dar a conocer los resultados, sino que busca involucrar emocionalmente, en este caso a la institución bomberil, sensibilizándolos en el reconocimiento y valorización de su propia historia, haciéndola parte de su quehacer diario y de manera extensiva haciéndola parte del colectivo imaginario de otros miembros de la comunidad al develar una realidad y hecho histórico verídico pero desconocido.

Se concluye que los objetivos inicialmente propuestos se han ido cumpliendo a pequeña escala, pues este camino significa cambiar una concepción de la comunidad (resignificar la percepción de la labor bomberil como exclusivamente la atención de emergencias) pero también una costumbre dentro de las instituciones de esta índole: hermetismo y distancia entre su entorno.

Cabe mencionar que las herramientas metodológicas desarrolladas en esta memoria serán de gran aporte al trabajo actualmente realizado en la compañía, pues sientan una línea directriz de hacia dónde queremos llegar.

Se puede decir que este proyecto es sostenible tanto en la profundización y desarrollo de acciones comunicacionales dentro de esta compañía, como en la aplicación de instituciones de características similares, es decir, grupos humanos de gran valor por su labor, historia, identidad que a menudo se desconectan de su propio entorno y a su vez su entorno se desconecta de ellos.

BIBLIOGRAFÍA

Pau Rausell Köster. Cultura. Estrategia para el desarrollo local. Agencia Española de Cooperación Internacional Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. S/E. año 2007

Carlos Altamirano. Términos críticos de sociología de la cultura. Buenos Aires. Paidós. Año 202

Sonia Montenicos. Estado del arte del patrimonio cultural inmaterial. Crespial. S/F

Jorge Garín. Historia del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso. Valparaíso. Año 1998

Federico Mihura Seeber. El arraigo: valor orientador de una política poblacional para la patagonia. Escuela de Ciencias Políticas, Universidad Católica Argentina. Año 2003

Ernesto Ottone Ramírez, Director Ejecutivo. Centro Cultural Matucana 100 . Programación, Comunicación Y Marketing para Centros Culturales (Ernesto Ottone Ramírez, Director Ejecutivo. Centro Cultural Matucana 100 . Programación, Comunicación Y Marketing para Centros Culturales)

Pablo Andueza La política de activación patrimonial en Valparaíso: crítica y propuestas (http://www.sociedadpoliticaspublicas.cl/archivos/MODULO_IV/Panel06_Descentralizacion/Pablo_Andueza_La_politica_de_activacion_patrimonial_en_Valparaiso.pdf)

L.A. Fernández, I.G. Fernández. Diseño de exposiciones, concepto, instalación y montaje. Alianza Editorial. Madrid. Año 1999

Paula Dever Restrepo. Manual básico de montaje museográfico. División de museografía. Museo Nacional de Colombia

Camila Campusano Fuentes. Estudio de casos de la puesta en escena museográfica y el rol del diseño como contextualizador e interpretador del objeto museal. Tesina de grado. Universidad de Valparaíso. 2010

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/estrategia.htm>

<http://www.ub.edu/bid/23/monistrol2.htm>

<http://www.dibam.cl/noticias/PROYECTOS%20ADAI%202010%20CON%20ASIGNACI%C3%93N%2030-05-2010.pdf>

http://www.fundacioforum.org/valparaiso2010/esp/agenda_mes.asp?id_seccio=16&id_mesos=2

[http://www.monumentos.cl/OpenDocs/asp/pagDefault.asp?boton=Doc52&argInstanciaId=52&argCarpetaId=61&argTreeNodosAbiertos=\(0\)\(61\)&argTreeNodoSel=61&argTreeNodoActual=61](http://www.monumentos.cl/OpenDocs/asp/pagDefault.asp?boton=Doc52&argInstanciaId=52&argCarpetaId=61&argTreeNodosAbiertos=(0)(61)&argTreeNodoSel=61&argTreeNodoActual=61)

ANEXOS

ENTREVISTA N°1

Ficha de identificación

Nombre	Jaime Peralta Guzmán
Cargo	Secretario de la Compañía. Voluntario honorario de la Compañía
Edad	42 años

¿Qué significa para ti el ser bombero?	Ser un profesional de la emergencia, capacitado y entrenado de operar en diversos tipos de emergencias y catástrofes, en la mantención de la vida, la propiedad y el medio ambiente
¿Por qué postulaste a la primera compañía?	Porque mi padre, hermano, tíos, tíos abuelos, y gran parte de los amigos de la familia eran de la Compañía.
¿Qué es lo que significa para ti ser primerino?	Pertenecer a la Primera Compañía de Bomberos de Valparaíso, lo que no solo conlleva ser bombero, sino que también guardar las tradiciones de la compañía fundadora de los bomberos chilenos y tratar de mantener en el mejor nivel la operatividad y la gestión de la Compañía.
¿Te sientes parte de Valparaíso al serlo, en qué lo notas?	Lo noto en dos cosas, lo primero es que al recordar con personas que no son bomberos hechos históricos de Valparaíso de los últimos tiempos, casi siempre me toco participar directa o indirectamente en ellos, y que cuando alguien quiere ubicar una dirección en la ciudad, normalmente me identifican como bombero y me preguntan cómo llegar a esa localización. La segunda es que al estudiar la historia de Valparaíso, siempre los bomberos están involucrados en los eventos más importantes, ya sea como acción institucional o por que alguno de los involucrados era o es bombero.
¿Crees que la ciudadanía los reconoce como fundadores de los bomberos de Chile?	Creo que la gran mayoría de la población no tiene idea de que somos los primeros bomberos de la República.

¿Te sientes representado con las fotografías encontradas en el cuartel, en lo que ve en ellas?	Si, pues creo que las fotografías y cuadros deben representar la historia de la Compañía más que a las personas, por lo tanto me siento representado institucionalmente.
¿Puede describirme alguna actividad que aparece en esas fotos?	Existen una galería de todos los carros de la Compañía, varias fotografías de oficialidades, y fotografías de incendios, antiguos y recientes. Además fotografías y pinturas de voluntarios de importantes del siglo XIX y principios del XX.
¿Qué significan las tradiciones para ti? ¿Por qué crees que han permanecido en el tiempo?	Las tradiciones significan el mantener los ritos y costumbres que se emplean desde la fundación de la Compañía. Han permanecido en el tiempo porque es la manera de mantener, además de los ritos, los valores que dieron pie, y que mantienen funcionando a la Compañía y el Cuerpo.
¿Por qué crees que la comunidad asiste a este tipo de actos bomberiles (desfiles, ejercicios, competencias)?	Creo que la comunidad general ya no asiste como en los inicios de la institución, pues en general nos hemos centrado en lo operativo y no en la difusión de estas actividades. En general el público que asiste es familiar de bombero o bombero de otras Compañías.

ENTREVISTA N°2

Ficha de identificación

Nombre	José Morales Llanos
Cargo	Voluntario activo
Edad	29 años

¿Qué significa para ti el ser bombero?	Es mi pequeño aporte para construir una sociedad mejor, en vez de aportar a otras instituciones económicamente, lo hago de una forma muy particular con el voluntariado, si bien también implica un costo económico además de mucho tiempo en actividades programadas y otras que no, siento que me engrandece como persona y eso me llena de satisfacción.
¿Por qué postulaste a la primera compañía?	Llegue a la Compañía gracias a un amigo que ahora no es bombero de la Cía. él me comento, en ese momento, que participaba como bombero en la primera hacía un tiempo y que si quería participar o al menos conocer lo que hacían; conocí el trabajo que se realizaba, la historia, tradiciones y me entusiasme y empecé mi postulación.
¿Qué es lo que significa para ti ser primerino?	Es un orgullo pertenecer a esta institución, especialmente el ser primerino, es la primera Compañía fundada en Chile es un ejemplo para muchas instituciones. A modo personal es lo más importante después de mi familia e hija, todos los primerinos actuales recibimos el legado de nuestros primerinos antepasados que también dieron un todo para que está perdurara en el tiempo, ya tiene más de 160 años de historia y es nuestro deber que siga por muchos años más, trabajamos día a día para ser mejores profesionales de la emergencia. Los primerinos somos una familia.
¿Te sientes parte de Valparaíso al serlo, en qué lo notas?	Si lo siento, lo noto en los momentos que recibimos la admiración y más que eso, el reconocimiento a nuestro trabajo de la ciudadanía tanto en las emergencias como también en nuestras actividades; ejercicios, desfiles, funerales, competencias, romerías. Con eso nuestra labor esta pagada.
¿Crees que la ciudadanía los reconoce como fundadores de los bomberos de Chile?	Son muy pocos los ciudadanos que conocen o saben q la primera Compañía de bomberos de Chile fue fundada en Valparaíso. Creo que estas personas si nos respetan y reconocen la trayectoria e importancia de la bomba americana; pero creo que el mayor respeto es de parte de las instituciones y los bomberos de Chile.

¿Te sientes representado con las fotografías encontradas en el cuartel, en lo que ve en ellas? ¿Puede describirme alguna actividad que aparece en esas fotos?	De todas maneras, las fotografías representan todas nuestras vivencias, son el recuerdo inmóvil plasmado en un papel que permanece eterno. Tenemos fotografías de todos los carros bomba que ha tenido nuestra Compañía desde su fundación a la fecha, la que puedo destacar es la primera bomba que tubo la Compañía en el año 1856 la que era activada de forma manual por los bomberos a través de palancas, en ella se pueden ver bomberos de la época alrededor de la bomba, orgullosos de su primera máquina. También tenemos fotografías de incendios y bomberos destacados a lo largo del tiempo, estos bomberos visten su guerrera roja con todas sus condecoraciones. En las fotografías de incendios nos muestran de manera muy grafica la magnitud de los incendios y el trabajo que bomberos está haciendo en ellos.
¿Qué significan las tradiciones para ti? ¿Por qué crees que han permanecido en el tiempo?	Las tradiciones las hemos heredado de los antiguos bomberos primerinos, es el legado que nos dejaron, las respetamos y admiramos por este motivo han permanecido en el tiempo, a medida que pasa el tiempo nacen nuevas tradiciones.
¿Por qué crees que la comunidad asiste a este tipo de actos bomberiles (desfiles, ejercicios, competencias)?	Asisten porque son actividades muy típicas de Valparaíso en donde bomberos muestra todo su material, personal y recuerdos, no hay otra institución haga tan cercana a la sociedad sus actividades.

ENTREVISTA N°3

Ficha de identificación

Nombre	Darío López Villalón
Cargo	Director de la compañía Voluntario honorario del Cuerpo de Bomberos de Valparaíso,
Edad	64 años

¿Qué significa para ti el ser bombero?	Ser bombero es entregar servicio a la gente que lo necesita , ya no solamente a apagar incendios como era antes, si no que ahora es una gama de posibilidades de ayuda hacia la comunidad, ya sea en incendios , catástrofes, accidentes, rescates, en lo que sea.
¿Por qué postulaste a la primera compañía?	Cuando postule aquí, fue por dos razones. Una es porque me llamo la atención por el hecho de ser la primera y otra es porque tenía amigos acá, además que mi hermano había ingresado unos pocos meses antes que yo debido a estos mismo amigos
¿Qué es lo que significa para ti ser primerino?	En primer lugar un orgullo de ser voluntario de una compañía fundadora de Valparaíso y de Chile; y en segundo lugar, la responsabilidad que tenemos todos los que pertenecemos a esta compañía para poder seguir siendo y manteniendo a la Compañía en el sitio que siempre ha estado
¿Te sientes parte de Valparaíso al serlo, en qué lo notas?	La compañía esta inserta dentro de la historia de Valparaíso, es una de las instituciones más antiguas que existen dentro de Valparaíso y de Chile que se ha mantenido hasta la fecha porque hay muchas instituciones que desaparecieron. Lógicamente que eso es un orgullo y al mismo tiempo una responsabilidad de mantenernos dentro de esta institución y a la vez, mantener la institución dentro de la comunidad porque sabemos que lo necesita. Por lo tanto creo que la compañía y nosotros los voluntarios, somos parte de Valparaíso.
¿Crees que la ciudadanía los reconoce como fundadores de los bomberos de Chile?	Sí, eso yo creo que si se respeta, nos tiene cierto cariño, pero así también reconozco que con los años no es lo mismo que antes, incluso ha disminuido. Antiguamente el bombero era como más apreciado, mas reconocido, metafóricamente era como un super hombre. Ahora, hasta ha habido oportunidades donde nos han apedreado, eso años atrás no existía.

¿Te sientes representado con las fotografías encontradas en el cuartel, en lo que ve en ellas? ¿Puede describirme alguna actividad que aparece en esas fotos?	Sí, incluso en fotos en la que uno no aparece, uno se siente representado, especialmente en las fotos antiguas. Estoy hablando de yo como voluntario desde hace 46 años de servicio, yo veo una foto de 30 a 45 años atrás y lógicamente aunque no aparezca en esa foto, me siento representado porque hay compañeros que conocí y ya no están, en ejercicios que se hicieron; me siento representado con el hecho de saber qué es lo que significan. Compilado de ejercicios que hacíamos y que se hace ahora bastante poco, comparado a los de antes, ejercicio de competencia, aniversario y homenaje a huerfanitos. Esas cosas que se hacían bastante interesantes y nos gustaba mucho a los bomberos. También lógicamente hay fotos de incendios donde en alguna forma uno mira esas fotos y sabe donde ocurrió, donde fue y en qué momento determinado. También nos hace identificarnos con las fotos aunque no aparezca la persona, por el hecho del recuerdo que uno tiene al ver una imagen del suceso o el hecho se identifica con lo ocurrido.
¿Qué significan las tradiciones para ti? ¿Por qué crees que han permanecido en el tiempo?	Nosotros tenemos hartas tradiciones. Por ejemplo una de las tradiciones más importante es la tenida que usamos. Nuestra tenida, salvo el casco, pero nuestra tenida, la cotona de parada se usa desde que la compañía se fundó y estoy seguro de que va a ser muy difícil que lo cambiemos porque creo que todos llevamos dentro el hecho de que eso es la tenida que nos identifica como bomberos primerinos y como fundadores. Otras de las tradiciones es el asunto de pasar lista antes de salir a los actos de servicio pasamos listas a los fundadores y mártires. Es una tradición ya más de convivencia es el plato primerino que teóricamente debería ser el 1° día de cada mes, aunque por el ajetreo del tiempo y trabajo tratamos que se los días viernes. De cuando viene eso, no lo sé, pero si puedo decirle que hace más de 45 años que se hace.
¿Por qué crees que la comunidad asiste a este tipo de actos bomberiles (desfiles, ejercicios, competencias)?	Dentro de las tradiciones están los funerales. Esas tradiciones antiguamente cuando había funeral, las calles se llenaban al ver los bomberos. Ahora no se llenan, ahora la gente se molesta y reclamaban porque los bomberos obstaculizan las calles. Yo creo que eso se debe a que la gente es otra forma de vivir que tiene, es más egoísta, no le interesa el resto, solamente sus intereses personales y eso hace que estas cosas no les interese, antes llevaban a sus hijos chicos, ahora no. Para el aniversario por ejemplo, ya no van, pese a que son los días domingos, tienen otras cosas que les llama la atención, y no a los bomberos.

ENTREVISTA N°4

Ficha de identificación

Nombre	Luis Muñoz
Cargo	Voluntario activo
Edad	27 años

¿Qué significa para ti el ser bombero?	Algo que todos lo pueden hacer pero no todos lo hacen, está dentro de cada bombero, le sale del alma hacer esto que damos la vida por apagar un incendio o rescatar a alguien, es una limpieza de alma la satisfacción de ser bombero
¿Por qué postulaste a la primera compañía?	Fui el primer bombero llegado vía web, de la página de la Cía., yo desde chico me gustaba ver los carros, siempre quise ser bombero. Llegue aquí un día que no tenía nada que hacer en el instituto y vi la página de la compañía y mande el correo preguntando que tenía que hacer.
¿Qué es lo que significa para ti ser primerino?	Orgullo de vestir la guerrera roja de la Cía., del salir en las unidades [carros bomba], me gusta ver todo lo que han hecho los voluntarios, como se ha mantenido en el tiempo.
¿Te sientes parte de Valparaíso al serlo, en qué lo notas?	En el ámbito de historia la Compañía y Valparaíso están vinculados, pero que la gente sepa eso es distinto; pero sí, las 3 Cías. fundadoras y el Cuerpo si se han involucrado en la historia. Por ejemplo en el bombardeo de Valparaíso por los españoles [31 de Marzo de 1866], estas tres compañías, fueron de gran ayuda evacuando a las personas y apagando incendios provocados por disparos españoles.
¿Crees que la ciudadanía los reconoce como fundadores de los bomberos de Chile?	Yo creo que poca gente lo sabe, el 5% de la población sabe que somos los primeros, dentro de ese 5% deben ser los bomberos y los familiares. En general sabe poca gente aprecia lo que tiene, y esta institución es de la gente al final. Suelen pensar que en Santiago nació la institución. Yo creo que la gente de más edad o más asiduos a la historia lo saben.

¿Te sientes representado con las fotografías encontradas en el cuartel, en lo que ve en ellas?	Yo conozco los álbumes de fotos y cuadros. Me siento totalmente representado con las fotos, uno ve ejercicios de 1900 o 1800 y se visten igual que ahora, uno se siente representado.
¿Puede describirme alguna actividad que aparece en esas fotos?	Ejercicios, actividades sociales que hoy en día ya no se hacen tanto, también se ven desfiles del cuerpo y de la Cía.
¿Qué significan las tradiciones para ti? ¿Por qué crees que han permanecido en el tiempo?	Las tradiciones son un pilar fundamental, familiar, bomberil, social. Las tradiciones se deben mantener. Lógicamente, se han perdido algunas en el tiempo como las del día viernes que venían todos al cuartel, pero hoy en día vienen pocos voluntarios; se van perdiendo por lo social y lo temporal, porque hace 100 años todos vivían cerca, trabajaban cerca, los horarios laborales era más flexibles. Ahora somos la mayoría estudiantes que nos movemos a todos lados. Pero hay tradiciones que siguen que no van a cambiar. Algunas de las tradiciones más fuertes, no son producto de lo social, sino de la compañía, por ejemplo se pasa la lista a los mártires, eso significa que se les nombra antes de ir a un incendio grande y eso se va a mantener son internas.
¿Por qué crees que la comunidad asiste a este tipo de actos bomberiles (desfiles, ejercicios, competencias)?	No creo que las personas bajen a los desfiles, no es planificado, la gente justo estaba ahí y se topo con nosotros. La gente no está tan interesada en los bomberos, lo vemos en la rifa, cuando ya llevamos una semana vendiendo somos como molestia, interrumpimos su día. A la hora que son los funerales, generalmente a las 20.00 hrs, en las noches, la gente se está yendo a sus casas y justo se topa con nosotros y debe esperarnos [se corta el tránsito para que los voluntarios desfilen un par de cuerdas acompañando al voluntario] Yo creo que como Cuerpo de Bomberos hubo un tiempo era muy fuerte la llegada a la gente, quizás por hacía actividades sociales, porque hacían más ejercicios en las calles; pero hoy no, ha bajado el interés de la gente porque no sabe lo que tiene, si tu no vas a mostrar lo que somos no vas a tener gente dispuesta a dar algo; si los bomberos quieren potenciar eso deben usar el marketing, como dar los incendios en las radios como antes. Antiguamente fallecía un bombero, salía en la primera plana, y ahora ya no, no se atrae a la gente. Es un gasto, por eso si no hay difusión no tienen como atraer a la gente hacia el Cuerpo en general, cuando se den cuenta que hay que abrirse para que nos conozca, la gente va a volver a querer saber de nosotros.

ENTREVISTA N°5

Ficha de identificación

Nombre	Felipe Estay
Cargo	Voluntario activo
Edad	26 años

¿Qué significa para ti el ser bombero?	Es difícil de explicar, en realidad, la gente piensa que es como un equipo de futbol, como un hobby, pero en realidad, el bombero no es solo cuando está en el cuartel, en la calle uno sigue prestando servicio con la función que tiene, es algo que se te mete en la sangre, es una forma de vida
¿Por qué postulaste a la primera compañía?	No es que yo eligiera, en el momento uno no tiene conocimiento de la película completa, nosotros [como institución] somos herméticos. Particularmente yo llegue por un amigo acá y se presento la oportunidad que me invito al cuartel.
¿Qué es lo que significa para ti ser primerino?	Es una sensación especial, uno de repente no lo nota tanto hasta que otras personas te lo recuerden que de repente viene de afuera a conocer el cuartel y dicen “este es el primer cuartel”, son de 1851. Es extraño que la gente reconozca algo que para nosotros es tan normal y cotidiano
¿Te sientes parte de Valparaíso al serlo, en qué lo notas?	La verdad yo no soy porteño de nacimiento, pero sí, al recorrer la foto y uno se siente inserto, de alguna forma se siente navegando como en Valparaíso. Puedo darte ejemplos curiosos, el hotel Reina Victoria [ubicado en pza. Sotomayor], nosotros siempre hacemos ejercicios y si revisas los álbumes, en las fotos hay muchos simulacros en 1910, otros tantos en 1930, otros en 1954, otro en 1985, entonces te da risa ver el mismo lugar a lo largo del tiempo, el mismo caso es del gasómetro que se quemó como 3 veces hasta que decidieron sacarlo.
¿Crees que la ciudadanía los reconoce como fundadores de los bomberos de Chile?	La ciudadanía no lo sabe, imagínate que ni si quiera nosotros lo sabemos cuando entramos, con el tiempo uno no se siente especial, para uno se siente normal, es un trabajo.

¿Te sientes representado con las fotografías encontradas en el cuartel, en lo que ve en ellas? ¿Puede describirme alguna actividad que aparece en esas fotos?	Me siento representado absolutamente. Siempre lo comento, uno ve una fotografía de 1920 y ve a todos puestos para la foto, pero uno en las fotos de los mismos años pero de esta compañía uno los ve siempre desordenados, con la lengua afuera, entonces uno se ve reflejado en las emociones de ellos, quizás los implementos y equipos no sean lo mismo pero las emociones son las mismas y uno se siente parte de esa realidad. Hay de todo, visita a los hogares de los niños, ejercicios, las comidas de los días viernes, funerales, hay pocas fotos de incendios en realidad, porque nosotros no estamos sacando fotos en los incendios, por un tema operativo.
¿Qué significan las tradiciones para ti? ¿Por qué crees que han permanecido en el tiempo?	Cuando uno va creciendo con la institución uno las va queriendo mas, hay tantas cosas que para uno se vuelve una pasión, es la analogía de un equipo de futbol, uno se fanatiza con el tema y toma la iconografía donde se plasman las tradiciones. Son cosas que son propias, que van pasando de generación a generación, a medida que uno las absorbe, las hace parte de uno y es un ejemplo para el otro, como la limpieza del uniforme y se lo transmites a los más nuevos. Es darse cuenta que este mismo uniforme, lo estamos ocupando hace 160 años atrás entonces hay que lucirlo con orgullo. Lo trascendente se conserva.
¿Por qué crees que la comunidad asiste a este tipo de actos bomberiles (desfiles, ejercicios, competencias)?	Es poca la gente que asiste, normalmente en estas actividades como los ejercicios, desfiles, estamos acompañados por nuestra familia o por algunos parientes, esposas. Pero si debo ser justo en mencionar en que las ocasiones en que debe ser importante la presencia de la gente, ha sido increíble su apoyo. Estoy hablando en el caso del Funeral de Guillermo [Guillermo Goldsworthy, mártir de la Cía. Murió el 3 de Junio de 2002] de Gabriel Lara [voluntario de la Cuarta Compañía que murió el 21 de Enero de 2008, ambos en acto de servicio], los últimos dos mártires del cuerpo. El apoyo que nos brindó la comunidad es invaluable fue una tremenda respuesta y de los bomberos de todo el país.