

# LA VIDA COTIDIANA DEL ANTIGUO SEWELL

Diseño de una propuesta comunicacional basada en el rescate de las vivencias de los ex habitantes de Sewell.

MEMORIA DE TITULO

**ALUMNA:** Karla Fairuz Díaz Turchan

**PROFESOR:** Manuel Astudillo Díaz

**UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO**

Facultad de Arquitectura

Escuela de Diseño

ABRIL 2012



*Dedicado a mi abuelo y a Leyla...*

## **AGRADECIMIENTOS**

*A mi madre por su constante apoyo, por confiar en mí y por su amor incondicional.  
A mi familia, abuela, tíos y primos. A Pablo por su apoyo y compañía. A Jaime por  
sus asertivas palabras. A mi profesor guía Manuel Astudillo por su persistente guía  
y por los conocimientos entregados. A mis amigos y amigas y a todas aquellas  
personas que han sido importantes para mí durante este proceso.*

## CONTENIDOS - TOMO 1

<b>pág</b>	<b>CAPÍTULO 1. PRESENTACIÓN DEL TEMA</b>
<b>8</b>	<b>1.1</b> Introducción
<b>9</b>	<b>1.2</b> Fundamento del Área de estudio
<b>11</b>	<b>1.3</b> Planteamiento de problemática y reconocimiento de oportunidad
<b>12</b>	<b>1.4</b> Motivación personal
<b>14</b>	<b>1.5</b> Objetivos del Proyecto
<b>15</b>	<b>1.6</b> Metodología de investigación
<b>16</b>	<b>1.7</b> Contexto
	<b>CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN</b>
	<b>I. ROL PROTAGONICO DE LA DISCIPLINA DEL PROYECTO</b>
<b>18</b>	<b>1.</b> Visión personal de la disciplina del diseño
	<b>II. Diseño disciplina comprometida con el patrimonio, territorio e identidad</b>
<b>19</b>	<b>1.</b> La importancia del diseño como gestor cultural
<b>19</b>	<b>2.</b> Patrimonio cultural en Chile
<b>22</b>	<b>3.</b> Patrimonio Intangible o Inmaterial en Chile.
<b>25</b>	<b>4.</b> Cultura e Identidad Chile.
	<b>III. SEWELL, UNA CIUDAD QUE NO DEBE OLVIDARSE</b>
<b>26</b>	<b>1.</b> Sewell, ciudad de las escaleras y su valor patrimonial
<b>32</b>	<b>2.</b> La vida cotidiana de Sewell
	<b>VI. CONSUMIDOR DE CULTURA EN CHILE</b>

- 35 1.** ¿Qué es cultura?
- 36 2.** ¿Quiénes consumen cultura en Chile?
  - Consumo de cultura según el rango económico
  - cantidad de visitas | Sewell patrimonio de la humanidad, VI región.

### **CAPITULO 3. CONCLUSIONES PARCIALES**

- 44 1.** Conclusiones Preliminares y Visión del Proyecto

### **CAPITULO 4. PROYECTO**

#### **I. Antecedentes generales del Proyecto**

- 46 1.** Diseño emocional
- 48 2.** Imagen, comunicación visual y Aprendizaje
- 50 3.** Diseño de Experiencia
- 53 4.** La ilustración y los libros
- 54 5.** Libros móviles y desplegados
  - Breve historia del pop up
  - Técnicas y Mecanismos
- 60 6.** El Libro Objeto
- 62 7.** Entidades que fomentan y apoyan la producción de ediciones
- 65 8.** Aspectos legales de una publicación

**II. PROYECTO**

<b>67</b>	<b>1. Descripción del Proyecto</b>
<b>69</b>	<b>2. Propuesta conceptual</b>
<b>70</b>	<b>3. Diseño del Producto / Propuesta formal</b> - Concepto creativo libro armable
<b>73</b>	<b>4. Fundamento del Producto</b>
<b>75</b>	<b>5. Objetivo del Producto</b>
<b>76</b>	<b>6. Especificaciones productivas / Etapas del proyecto</b>
<b>79</b>	<b>7. CONCLUSIONES</b>
<b>80</b>	<b>BIBLIOGRAFIA</b>
<b>85</b>	<b>INDICE DE FIGURAS</b>



**CAPÍTULO 1**  
**PRESENTACIÓN DEL TEMA**

## **1.1 INTRODUCCIÓN**

Desde hace algún tiempo, existe un interés particular con respecto al rescate y fomento de las raíces propias de nuestro país; lo que nos habla de una necesidad y preocupación por preservar y mantener vigente la historia e identidad de Chile. Más aun hoy, cuando la tecnología ha invadido nuestro diario vivir, y el tiempo avanza a pasos agigantados provocando que algunas veces nos alejemos o nos olvidemos de donde estamos parados o de dónde venimos. Por eso es de gran importancia que nos detengamos y volvamos a disfrutar y a Re- conocer el territorio en donde vivimos para que sea transmitido y difundido a las nuevas generaciones.

El Gobierno de Chile ha procurado por el resguardo y valorización del Patrimonio Cultural en donde se han creado, a través de políticas y legislaciones, la creación de organizaciones, corporaciones e instituciones que apoyan la conservación, rescate y valorización del Patrimonio Nacional. Hoy con la existencia de entidades que resguardan el patrimonio de nuestro país, se nos ha permitido acceder y contar con información relevante que relata y representa la historia e identidad de Chile y su gente. Como punto clave, este proyecto nace como un aporte de la disciplina del diseño a la conservación de uno de los tantos lugares que son parte del Patrimonio Cultural de nuestro país, una conservación del patrimonio intangible de lo que alguna vez fue y formo el legendario campamento minero Sewell.

## **1.2 FUNDAMENTO DEL ÁREA DE ESTUDIO**

La disciplina del diseño se compromete a trabajar y desarrollar nuevas ideas y oportunidades en el área Patrimonial y Cultural debido a que cuenta con la capacidad de comprometerse con diversas disciplinas y áreas temáticas, es un medio capaz de identificar y dar cuenta de diversos sucesos, necesidades y oportunidades, capacitados para abordar proyectos de diferente índole y preparados para actuar con autonomía ante las múltiples situaciones a enfrentar; en este caso específicamente, la disciplina del diseño se compromete y ve la oportunidad existente en el área Cultural y Patrimonial. Chile es un país que cuenta con abundantes riquezas escondidas, ya sean geográficas, territoriales, culturales, entre otras, poco difundidas que están ahí esperando que las descubran para ser un aporte importante en la identidad del país para el fomento de nuestra cultura.

La importancia de la preservación del patrimonio y más aun de la valorización cultural, hoy en día es muy relevante para el fomento de nuestro país y de nuestra identidad como chilenos. Cabe mencionar que muchas veces desconocemos lugares, historias y tradiciones propias de Chile, y es por eso que este proyecto tiene como fin dar a conocer un lugar muy significativo que tuvo gran relevancia para el crecimiento del país, una ciudad muy particular y única, ubicada en plena Cordillera de los Andes, que da cuenta de la historia minera y de cómo sus habitantes le dieron vida a este lugar llamado Sewell.

Por su característica geográfica, social y cultural, Sewell guarda muchas vivencias, historias, estilos de vida y encantos de muchas generaciones que habitaron en ella y que han ido quedado en el olvido; mediante el diseño vamos vinculando y comunicando al usuario con hechos e historias lo que fue en su época de máximo apogeo la ciudad minera de Sewell. Su asentamiento físico que se enmarca dentro de lo que corresponde al Patrimonio Tangible, siempre estará ahí, sus edificios, sus escaleras, sus pasajes, su entorno; pero las vivencias del diario vivir que ahí ocurrieron corren el riesgo de perderse y olvidarse. El proyecto busca dar a conocer el Patrimonio Intangible presente en el estilo de vida de los habitantes de Sewell. Hoy en día cada vez son menos las personas que habitaron el ex campamento minero, por lo que sus relatos y experiencias permiten potenciar y entender el estilo de vida y subcultura existente entre norteamericanos y chilenos, que se formó en este asentamiento.

Existe una responsabilidad disciplinar en realizar una contribución a la cultura mediante el rescate de lo que alguna vez fue la ciudad de Sewell, para que así en el futuro próximo cada acontecimiento se comunique y se transmita a las nuevas generaciones como un aporte a la sociedad chilena, más aun a través de la mirada del diseño, ya que contamos con diversas formas y medios para comunicarlo, generando así nuevos proyectos que impulsen el desarrollo de nuestro país.

*“Sewell fue una “ciudad norteamericana”, próxima a Rancagua, con leyes y beneficios norteamericanos”* José Luis Granese Phillips, libro Sewell 1914 – 1926.

### **1.3 PLANTEAMIENTO DE PROBLEMÁTICA Y RECONOCIMIENTO DE OPORTUNIDAD**

En relación al ex campamento Sewell mina El Teniente, existe la necesidad de hacer un rescate del patrimonio intangible que hubo en dicho lugar, a fin de cuentas, la necesidad de preservar lo que fue la vida cotidiana y estilo de vida de las personas que ahí habitaron, que hicieron historia y que formaron una cultura e identidad únicas.

Dadas las características del diseño y su responsabilidad social, es posible difundir y preservar dicha necesidad, generando nuevos conceptos y objetos con gran carga identitaria y emocional, siendo esto una manera de enriquecer la identidad y conservación de aspectos pertenecientes a la memoria y cultura nacional.

#### **1.4 MOTIVACIÓN PERSONAL**

De cierto modo el motivo que impulso a abordar y trabajar esta temática, nace por un hecho más bien personal. Desde pequeña conocí y disfrute de las historias que mis abuelos contaban y recordaban de Sewell, ambos vivieron en aquel campamento, mi abuelita fue criada desde muy pequeña allí, y la mayoría de mis parientes vivió y formó familia en ese lugar. Sin quererlo, Sewell pasó a ser parte de mi vida también, ya que mi entorno y el de muchos nunca ha olvidado lo que fue vivir ahí, esto da cuenta de lo especial e importante que es Sewell para todas aquellas personas que tuvieron el honor y el placer de vivir, criarse y conocer esta particular ciudad.

Es un gran honor poder desarrollar y trabajar para que este Patrimonio llegue a más personas y más aun a las nuevas generaciones, que quizás no tienen la noción de que existió un lugar tan especial como este, un lugar que forma parte de nuestra identidad como chilenos, que hoy es reconocido como **Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO** desde el año 2006 y que se transformó en el “Museo Nacional de la Minería”. Hace unos pocos meses atrás, se dio a conocer una campaña llamada “Sewell para todos” creada por la Fundación Sewell (entidad sin fines de Lucro), destinada a ampliar el acceso y bajar el costo de conocer este patrimonio.

"No tiene ninguna lógica hacer este tremendo esfuerzo de conservación si nadie nos conoce", dice el arquitecto **Felipe Ravinet, presidente de la fundación**<sup>1</sup>. Con respecto a lo anterior existen grandes oportunidades de generar nuevos proyectos e ideas que ayuden a preservar el ex-campamento minero, es una manera de enriquecer la identidad y conservar aspectos pertenecientes a la memoria y cultura nacional.

Este interés en gran parte se ve influenciado por la formación disciplinar que implica la carrera de Diseño, una disciplina capaz de comprometerse en diversas áreas de trabajo, una profesión consciente ante la contingencia actual, y en este caso en particular consciente de promover valores culturales a la comunidad, utilizando diversas herramientas de comunicación fundamentales para la gestión en la solución de problemas y búsqueda de incentivos, contamos con la capacidad de revivir y de comunicar la importancia de nuestra identidad como país y de cómo diferentes hechos y sucesos han sido de gran importancia para nuestra cultura, hechos que demuestran y son parte de nuestro sentido de pertenencia.

---

<sup>1</sup> Párrafo extraído de la entrevista realizada al señor Felipe Ravinet por el diario El Mercurio, el día 01 de Octubre del año 2011

## **1.5 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **General**

- Contribuir al fomento y a la difusión del Patrimonio Intangible presente en el estilo de vida de los habitantes de Sewell, mediante un sistema comunicacional que relate e ilustre, de forma interactiva, la vida cotidiana, tradiciones y estilo de vida de este campamento minero.

### **Objetivo disciplinar**

- Detectar códigos identitarios que representen y rescaten la cotidianidad de Sewell, identificando el valor emotivo de este y así también involucrar al diseño como una disciplina capaz de generar proyectos de gestión creativa en base al valor emocional y a la experiencia patrimonial propia del país.

### **Específicos**

-Generar permanencia del contenido identitario de la ciudad de Sewell, respaldando la memoria de sus protagonistas.

-Comunicar el valor de la identidad y cultura propia de la vida cotidiana de Sewell.

-Representar y transmitir de manera visual elementos significativos y propios de la identidad que existió en Sewell.

## 1.6 METODOLOGÍA DE TRABAJO

En este estudio se utiliza un modelo de investigación de tipo descriptiva, la cual permitirá identificar y analizar los aspectos a estudiar de la temática abordada. Como primera etapa se considera la búsqueda y recopilación de documentos, referencias bibliográficas y audiovisuales las cuales permitirán un acercamiento directo para el desarrollo de los aspectos influyentes del proyecto, que se relacionan a nuestra temática de estudio.

La metodología utilizada cuenta con diferentes modos de recopilación de información, los cuales me permitirán alcanzar los objetivos planteados; en primer lugar se hace un acercamiento al Circulo Sewell, (congregación que reúne a un grupo de ex habitantes del campamento, ubicada en la ciudad de Rancagua), para explicar y comentar el motivo de mi investigación y proyecto, también para solicitar su ayuda en la recopilación de antecedentes, datos e imágenes del antiguo Sewell. Se les realiza una entrevista escrita en donde ellos pueden describir y entregar datos de cómo fue la vida en este lugar y como recuerdan sus años ahí, permitiendo así, contar con información de fuentes primarias que será de mucha utilidad para el desarrollo del Proyecto.

Además, se ha realizado la recopilación y revisión de documentales audiovisuales, artículos y libros, que dan cuenta de la creación, vida cotidiana e identidad de Sewell, para así tener un mayor acercamiento de la temática a trabajar. Con el estudio realizado principalmente se pretende estar al tanto en qué estado se encuentra la difusión y

reconocimiento del Campamento Sewell; y también conocer y recopilar datos que serán esenciales para el proceso de elaboración del presente Proyecto de Diseño.

Por último se relacionarán los resultados de cada instrumento de la investigación con los puntos y conceptos pertenecientes al marco teórico y las respectivas referencias bibliográficas, con el fin de determinar la conclusión general y criterios a seguir en la materialización del Proyecto de Título.

### **1.7 CONTEXTO**

El presente proyecto se desarrolla bajo los parámetros de un contexto comunicacional, dado por la imagen, la ilustración, la identidad territorial, la edición gráfica, la interacción y el sentido emocional de la experiencia. Herramientas que como diseñadores nos permiten elaborar nuestro proceso creativo.

Siendo el diseño una disciplina comprometida socialmente, existe una responsabilidad de realizar una contribución a la cultura propia de Chile mediante el rescate de lo que fue, alguna vez, la ciudad de Sewell. Para que así en el futuro próximo cada acontecimiento se comunique y se transmita a las nuevas generaciones como un aporte a la sociedad chilena, más aun a través del diseño, en donde contamos con distintas formas y medios para comunicarlo.



**CAPÍTULO 2**  
**ANTECEDENTES GENERALES**  
**DE LA INVESTIGACIÓN**

## **I. ROL PROTAGÓNICO DE LA DISCIPLINA DEL DISEÑO EN PROYECTOS DE GESTIÓN.**

### **1. VISIÓN PERSONAL DE LA DISCIPLINA DEL DISEÑO**

El diseño y la función fundamental del diseñador es tener la capacidad de observar su entorno, detectar oportunidades, resolver problemas y visualizar proyectos en diferentes áreas y disciplinas convirtiéndolo así en una profesión de gran versatilidad y capacidad de adaptación ante diferentes desafíos.

El diseñador por esencia es un comunicador que constantemente se relaciona con los medios visuales, donde a través de la observación nacen las ideas y mediante conceptos desarrollamos nuestro proceso creativo.

Tal como lo plantea Richard L. Daft el *“diseño interpreta y detecta aquellas necesidades humanas que pueden ser cubiertas dando forma a productos, mensajes o servicios. La función de estos productos es la de ayudar al hombre y a la sociedad de un territorio”*. La tarea del diseñador es la de proveer las respuestas correctas a los problemas de comunicación visual de cualquier orden en cualquier sector de la sociedad.

El ser diseñador en la amplitud territorial de Chile, nos invita a realizar proyectos creativos con gran carga emocional e identitaria que sean un aporte a nuestra sociedad y nos enriquezcan como cultura.

## **II. DISEÑO, DISCIPLINA COMPROMETIDA CON EL PATRIMONIO, TERRITORIO E IDENTIDAD**

### **1. LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO COMO GESTOR CULTURAL**

A través del diseño, disciplina con gran compromiso social podemos generar, proyectar y revalorizar las riquezas del territorio nacional, cultural y patrimonial, creando alianzas estratégicas con diferentes disciplinas para que en conjunto demos un vuelco y comencemos a potenciar lo propio de nuestro país, aportando una mirada global, estética y funcional a este ámbito tan relevante para Chile como es el Patrimonio Cultural, dejando así en la memoria de cada uno, los elementos y sucesos que fueron creando nuestra historia.

### **2. PATRIMONIO CULTURAL EN CHILE**

Podemos entender que patrimonio cultural es el legado, la herencia de los antepasados propios de un país, una comunidad o un pueblo, se considera patrimonio a distintos elementos ya sean materiales, inmateriales o a un conjunto de bienes valiosos, creaciones y expresiones pertenecientes a la comunidad que lo conforman, por ejemplo su territorio, la flora y la fauna, instituciones, creencias, tradiciones, religión, entre otras. Aquellos elementos dan cuenta de nuestros antepasados, y nos permiten acercarnos, conocer e identificar nuestra identidad nacional.

Estamos inmersos en un mundo cada vez más globalizado y tecnológico, por lo cual es muy importante dar a conocer el aporte de nuestro patrimonio y comprender la importancia de este para el desarrollo del país, y de esta forma, presentarnos ante el resto mundo con un sello propio, personal y con una identidad nacional reconocible por todos. El patrimonio cultural nacional nos acerca al inicio de nuestras raíces, y por lo tanto, nos permite sentirnos parte de ella. Es de gran importancia comunicar, difundir y conservar los legados de nuestro patrimonio para que perduren con el pasar del tiempo y así las nuevas generaciones conozcan, valoren y se sientan parte de este legado histórico, fortaleciendo la identidad como país.

### **TIPOS DE PATRIMONIO**

Ahora bien, para entender aún más el significado de patrimonio, según el documento “Patrimonio Nacional: Preservando la memoria, construyendo identidad”, este se clasifica en dos tipos:

**1.- Patrimonio Natural:** Constituye a los paisajes que contiene la flora y fauna de un territorio. El Patrimonio Natural define como monumentos, lugares y paisajes naturales, que tiene un valor relevante estético, científico y/o medioambiental, como por ejemplo, santuarios de la naturaleza, reservas y parques nacionales, entre otros.

**2.- Patrimonio Cultural:** Se entiende por los bienes culturales históricos que hereda una nación y por supuesto lo que se están creando día a día y que tienen gran importancia histórica, científica, estética y simbólica. Este legado nos da cuenta de nuestros antepasados, de su visión de mundo, su existencia, forma de vida y manera de ser.

*“Se considera patrimonio cultural los monumentos, conjuntos de construcciones y sitios que tengan un valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico o antropológico” Miguel de Unamuno citado en revista “el correo de la UNESCO” (sp.1997 pág.42.)*

Por su parte el Patrimonio Cultural se divide en dos tipos: Patrimonio Tangible y Patrimonio Intangible.

El Patrimonio Tangible constituye las expresiones físicas, materiales, realizadas por una cultura. El Patrimonio Tangible se divide a su vez en 2 parte, el patrimonio tangible mueble que constituye las obras de arte, objetos y elementos arqueológicos, vestuarios, manuscritos, libros y otros. El Patrimonio Inmueble, que se compone por edificaciones monumentales, obras de ingeniería, zonas típicas, a grandes rasgos, elementos que no pueden ser movidos del lugar en donde se encuentran. Es importante conocer que en Chile la identificación del patrimonio arquitectónico y urbano, se ha realizado a partir de estudios universitarios y solo una parte de este patrimonio se encuentra protegido

legalmente según la legislación de Monumentos Nacionales (Decreto Ley No 651 de 1925, y Ley No 17.288 de 1970).

### **3. PATRIMONIO INTANGIBLE O INMATERIAL EN CHILE.**

El patrimonio intangible se basa en el rescate “espiritual” por así decirlo que constituye a una cultura, a un pueblo, a una sociedad. El patrimonio cultural intangible pretende rescatar todos aquellos elementos que nos permitan traer de vuelta las memorias de nuestros antepasados, y de este modo fomentar nuestra identidad y la continuidad de culturas que se creían perdidas.

La idea de Patrimonio Intangible coincide con la de cultura, entendemos cultura como "Un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social" y que, "más allá de las artes y de las letras", engloba los "modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias"<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Definición entregada por UNESCO en la Conferencia Mundial de México sobre Políticas Culturales, UNESCO Press, México, 1982 (extraída del texto PATRIMONIO NACIONAL: PRESERVANDO LA MEMORIA, CONSTRUYENDO IDENTIDAD, del proyecto Enlaces, Ministerio de educación año 2000)

El patrimonio intangible se compone por elementos como, modos de vida, ritos, música, lenguas, bailes, comidas típicas, entre otros. Expresiones que, reunidas, son parte de nuestra identidad como país.

Según un extracto del texto Chile y la convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial del Consejo de la Cultura y las Artes (2008) “Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana”, lo anterior da cuenta de la importancia que tiene el reconocimiento y la difusión para la sociedad chilena de estos elementos que nos hablan de las diversas expresiones tradicionales existentes en el país, tradiciones que deben seguir vigentes con el correr del tiempo ya que simboliza la unión de nuestros antepasados manifestándose actualmente con nuestro cotidiano.

En estos últimos años, en Chile por parte del Estado se ha implementado la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial del año 2003 de UNESCO, *“se entiende por “salvaguardia” las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión, a través de la enseñanza formal y no*

*formal*<sup>3</sup>. Lo anterior compromete a la protección, registro y promoción del patrimonio cultural existente en nuestro país, trabajo que ha requerido de gran esfuerzo, pero aun así quedan muchas tareas pendientes por realizar. El Estado chileno se ha comprometido con la sociedad difundiendo y creando diversas instituciones y legislaciones que se dedican específicamente a proteger y dar a conocer la importancia del diverso Patrimonio Cultural.

Tal como lo plantea Miguel de Unamuno en su siguiente frase, debemos trabajar y procurar mantener vigente y presente el legado de nuestras raíces.

*"La memoria es la base de la personalidad individual, así como la tradición es la base de la personalidad colectiva de un pueblo. Vivimos en y por el recuerdo, y nuestra vida espiritual no es en el fondo sino el esfuerzo que hacemos para que nuestros recuerdos se perpetúen y se vuelvan esperanzas, para que nuestro pasado se vuelva futuro."* **Miguel de Unamuno.**

---

<sup>3</sup> Definición extraída del texto Chile y la convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial del Consejo de la Cultura y las Artes (2008).

#### 4. CULTURA E IDENTIDAD DE CHILE.

Para que entendamos mejor, cultura es el conjunto de valores, costumbres, creencias, y prácticas, que constituyen la forma de vida de un grupo específico. La cultura no nace por obligación, si no que se constituye por las necesidades que tiene el ser humano en su aportación social. Dentro de la cultura se consideran los siguientes elementos como factor dominante de una sociedad, y estos elementos son: las tradiciones, los rituales, las creencias religiosas, el hecho de compartir un mismo lenguaje, la música, la arquitectura, las influencias artísticas, entre otras; en resumen es aquello que nos hace reconocibles como grupo.

Tal como lo plantea Jorge Larraín en su libro *Identidad Chilena*: “...Las identidades nacionales cambian históricamente y no tienen una versión única definitiva capaz de señalar exhaustivamente y para siempre lo que les es propio.” **Cap.6, parte IV pág. 213.** Los elementos mencionados anteriormente, pueden ir modificándose con el pasar del tiempo, con el nacimiento de nuevas generaciones o por la globalización presente en la sociedad actual, lo que influye y va modificando el sentido de identidad.

A lo largo de nuestro país existe gran diversidad de pueblos y geografía territorial, muy diferente vive la gente del norte en comparación a la del sur, en donde se crean y se determinan subculturas con distintas costumbres y tradiciones que han sido influenciadas por los diversos pueblos originarios que habitan el territorio.

### **III. SEWELL, UNA CIUDAD QUE NO DEBE OLVIDARSE**

#### **1. SEWELL, CIUDAD DE LAS ESCALERAS Y SU VALOR PATRIMONIAL.**

En 1905 nace en Chile, la primera ciudad minera emplazada en plena cordillera de los andes, un lugar que sin quererlo se fue transformando en un particular pueblo, lleno de encantos, historias y trabajo duro, en donde dos culturas se unen para hacer crecer la economía cuprífera del país.

La ciudad de Sewell es HOY un pueblo fantasma, reconocida como Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO<sup>4</sup> en el año 2006, tal denominación se debe a su valor patrimonial en el plano minero-industrial, su particular arquitectura y su valor cultural intangible que fue dada por la subcultura con la que contaba, una mezcla entre chilenos y norteamericanos, también es denominada “Zona típica y Pintoresca” por el Consejo de Monumentos Nacionales<sup>5</sup>, en el año 1998.

Se encuentra ubicada en las laderas del Cerro Negro en la pre cordillera de Los Andes a unos 2.300 metros de altura sobre el nivel del mar y a 64 kilómetros al este de la ciudad de Rancagua. Fue el primer poblado minero de Chile por lo que antiguamente en esta ciudad vivían mineros y trabajadores especialistas en minas junto a sus familias

---

<sup>4</sup> Organización de las Naciones Unidas para la educación la ciencia y la cultura.

<sup>5</sup> [www.monumentos.cl](http://www.monumentos.cl)

desempeñando distintas labores en lo que hoy se conoce, como la gran mina subterránea de cobre, El Teniente<sup>6</sup>. En su mejor momento llegaron a vivir 15 mil habitantes, en donde había cerca de 100 edificios de todos los colores, rodeada de pasadizos y escaleras. Esto convirtió a Sewell en una ciudad de personalidad única, en donde norteamericanos y chilenos compartieron su cultura y formaron esta especial y singular ciudad.

### **Un poco de su Historia**

A kilómetros de Rancagua al interior de la cordillera, en 1905 una empresa extranjera dio inicio a la explotación industrial de la mina de cobre subterránea más grande del mundo, que solo había sido trabajada ininterrumpidamente en años anteriores. Para ello, debió contratar en forma masiva, obreros de origen campesino de distintas partes del país que realizaban trabajo pesado, un oficio diferente al de la minería, pero de gran resistencia física; ofreciendo un atractivo salario que los animara a subir un cerro y vivir en las estrecheces de este. Ellos dieron forma a un grupo humano relativamente pequeño y aislado, cuya población aumento lentamente hasta convertirse en un gran pueblo entre la cordillera con cientos de habitantes, llamado Sewell.

---

<sup>6</sup> El Teniente, mina de cobre subterránea más grande del mundo, ubicada en la sexta región a 2.500 metros de altura.

La historia cuenta que el descubrimiento del asentamiento minero fue de manos de un Teniente español desleal ante la corona que pretendía llegar a Argentina cruzando la Cordillera de los Andes, este Teniente llega al Cerro Negro y se da cuenta de la gran cantidad de piedras preciosas de color verde, y claro no dudo en sacar provecho del descubrimiento y volvió a la capital de Chile dispuesto a demostrar su lealtad con tal valioso cargamento. Por tal leyenda se le atribuye el nombre de “El Teniente” a la mina de cobre.

Los inicios del asentamiento datan aproximadamente del año 1905 - las primeras instalaciones del campamento fueron realizadas en ausencia de carreteras, trenes y grúas, el trabajo requirió de mucho esfuerzo, pensando en la escasa tecnología que existía en esa época y en el difícil acceso al lugar. Una empresa norteamericana llamada Braden Copper Company fue autorizada, por el Presidente de Chile de aquella época, German Riesco Errázuriz, para explotar el yacimiento de cobre El Teniente. Se construyó como planta industrial con el nombre de “Establecimiento Beneficiador de Minerales”. Hacia el año 1915 este poblado industrial fue llamado Sewell en honor a Barton Sewell, quien fue presidente de Braden Copper Company y falleció justo ese mismo año en Nueva York.

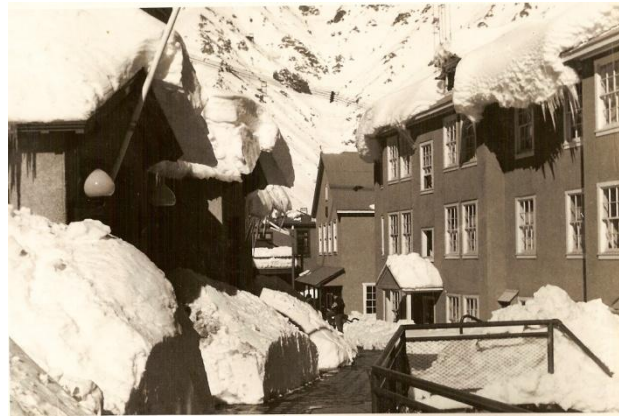
La época de máximo desarrollo de Sewell fue en el año 1968 en donde llegó a albergar más de 15.000 personas, esta singular ciudad contaba con todo lo necesario para la calidad de vida de las personas que ahí habitaban, hospital, teatro, escuelas, piscina, clubes sociales, negocios comerciales, etc. y un tren que iba desde Sewell a Rancagua y

viceversa. El campamento Sewell hoy día es considerado Patrimonial Nacional (Zona típica), por el Consejo de Monumentos Nacionales de Chile. Esto fue dictado el 27 de agosto de 1998. Revista, “el correo” de la Unesco sep.1997 pág.6.



Figura 1: Vista panorámica de campamento Sewell  
Fuente: [www.imagenesdesewell.cl](http://www.imagenesdesewell.cl)

## SEWELL SU GENTE Y ALREDEDORES



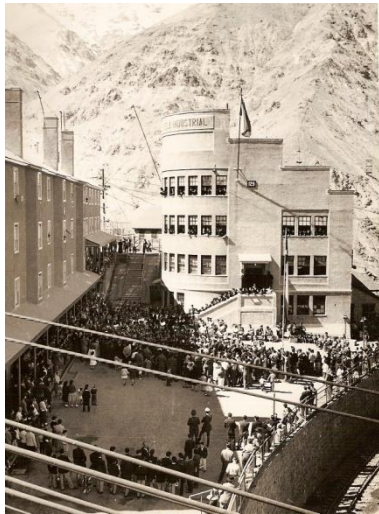


Figura 2 : Personas y alrededores de Sewell  
Fuente: [www.imagenesdesewell.cl](http://www.imagenesdesewell.cl)

## 2. LA VIDA COTIDIANA DE SEWELL

La vida en la ciudad de Sewell era muy particular<sup>7</sup>, mediante los relatos de sus ex habitantes se pudo conocer como ellos recuerdan el haber vivido en aquel campamento, los siguientes conceptos fueron los que más se repitieron en las entrevistas realizadas:



Figura 3: Conceptos Sewell  
Fuente: Elaboración propia

---

<sup>7</sup> Según los datos y relatos recogidos en el desarrollo del proyecto (ver anexo)

En general en la ciudad de Sewell, el estilo de vida era tranquilo y seguro, como ellos mencionan, **“vivíamos en un mundo de película”**, no pagaban agua, luz ni arriendo. La situación económica en general era favorable para todos, a nadie le faltaba nada, lo cual era un gran beneficio para los trabajadores y habitantes de la ciudad.

Tenían una vida sencilla, cómoda, aunque el trabajo era muy sacrificado en especial para los hombres que trabajaban en la mina. En Sewell existía un gran respeto entre las personas, eran alegres y comunicativas, había lealtad y amistad ente vecinos, cualidades como estas se debe a convivir en un pequeño poblado.

Los sewellinos se identifican con un modo de vida de: **COMPARTIR, TRABAJAR, VIVIR EN FAMILIA Y LA FORMACIÓN VALORICA.**

En el caso de las mujeres lo más importante era la vida familiar y el espacio domestico, en cambio para el hombre su sentido de pertenencia era: El compañero del club social, el deporte y las fiestas.

En la siguiente tabla<sup>8</sup>, se muestra lo más significativo de la identidad y estilo de vida de los habitantes de la ciudad de Sewell.

---

<sup>8</sup> Datos entregados por los propios ex habitantes de la ciudad de Sewell pertenecientes al CIRCULO SOCIAL SEWELL, mediante la entrevista realizada para el presente proyecto.

## LOS RECUERDOS DE SEWELL

- La infancia
- La época escolar
- Jugar en la nieve
- El pequeño tren
- El sentido de familia
- Los inviernos en la nieve
- La convivencia con los habitantes

## LOS ESPECIAL DE SEWELL

- La gente y su manera de vida.
- Los edificios y sus escaleras
- La tranquilidad de la ciudad
- El ambiente familiar
- La seguridad
- La nieve y los trineos
- La sensación de vivir en otro mundo

Figura 4: datos recogidos a través de entrevistas  
Fuentes: Elaboración propia

## VI. CONSUMIDOR DE CULTURA EN CHILE

### 1. ¿QUE ES CULTURA?

Según la definición que plantea UNESCO, la cultura es un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. La cultura engloba las artes, las letras, los modos de vida y los sistemas de valores y creencias; a través de la cultura el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo y nos entrega la capacidad de reflexión. La dimensión cultural es una manifestación definitoria de la condición humana y es posible afirmar que todos somos productores y portadores de cultura.

*“Hay en nuestra patria una riqueza incalculable de humanidad, de bondad, de belleza y de creatividad que palpita en el corazón de cada uno de nuestros compatriotas, y además clama por expresarse para contribuir al bien común de la cultura y el arte”<sup>9</sup>.*

***El consejo<sup>10</sup> tiene por objeto apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el PATRIMONIO CULTURAL de la nación y promover la participación de estos en la vida cultural del país.***

**Artículo 2° Ley 19.891**

---

<sup>9</sup> Palabras enunciadas por el Directorio Nacional del Consejo Nacional de la cultura y las artes (CNCA), pertenecientes a la Política Cultural 2011-2016.

<sup>10</sup> Refiérase al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

## **2. QUIENES CONSUMEN CULTURA EN CHILE.**

Es importante conocer el estado actual del consumo de cultura en nuestro país, debido a que nos permitirá detectar cierto perfil de aquellas personas que se interesan y tienen un mayor acceso a la cultura. Los datos son recogidos de la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural correspondiente al año 2011 realizada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. En los últimos años se evidencia aun aumento de actividades vinculadas a la creación, las comunicaciones, así como al patrimonio y la recreación.

Según los estudios realizados por la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (2011) el 66% de personas cree que hoy acceder a la cultura (actividades culturales y bienes patrimoniales) es más fácil que hace 5 años atrás y el 40,8% de la población piensa que es importante gastar parte de su dinero en cultura. Para el 48,2% de las mujeres y el 50,5% de los hombres el gasto en cultura en el PRESUPUESTO familiar es importante.

Con respecto a lo anterior los jóvenes cuyo rango etario fluctúa entre 15 y 29 años son quienes más consideran importante el gasto en consumo de cultura, con un 56,6%.

### Consumo de cultura según el rango económico

Los mayores niveles de acceso a todos los bienes y servicios culturales se encuentran presentes en el estrato ABC1<sup>11</sup> ya sea en actividades como: mayor acceso a internet, música, cine, artes visuales, visita a sitios patrimoniales, danza, entre otras. Se observa que un 11,5% visitó sitios patrimoniales al menos 1 vez durante los últimos 12 meses y nuevamente el nivel socio económico que más asiste a sitios patrimoniales es el ABC1 con un 26,5%. Existe una tendencia más igualitaria con respecto al acceso a bibliotecas entre los estratos socio económicos ABC1, C3<sup>12</sup>, D<sup>13</sup> y E<sup>14</sup>.

Podemos analizar que aun existe mucha desigualdad con respecto al consumo en actividades de tipo cultural entre los diferentes estratos sociales, aunque aun así, los expertos revelan un cambio importante, tal como lo plantea Tomas Peter, sociólogo de la Universidad Alberto Hurtado, “Independiente del ingreso económico, hoy las personas valoran más la cultura” y al respecto podemos decir que se esta inculcando y enseñando a los ciudadanos a que exista un interés por la cultura propia del país.

---

<sup>11</sup> ABC1 se refiere a la clase socioeconómica Alta- media-alta

<sup>12</sup> C3 corresponde a la clase socioeconómica Media-baja

<sup>13</sup> D corresponde a la clase socioeconómica Baja-superior

<sup>14</sup> E se refiere a la clase socioeconómica Extrema pobreza

### **CANTIDAD DE VISITAS<sup>15</sup> | SEWELL PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD, VI región.**

El ex campamento minero de El Teniente se ha consolidado como uno de los principales destinos turísticos y culturales de la sexta región. Estudiantes, organizaciones sociales, delegaciones empresariales, diplomáticas y turísticas de todo el mundo han conocido de la historia arquitectónica e identidad minera de Chile.

En el año 2010 más de 15.303 personas visitaron la ciudad de Sewell y 85.000 personas lo han hecho desde que se declaró Patrimonio de la Humanidad en el año 2006.

**SEWELL SE HA DECLARADO COMO SITIO DE INTERÉS PEDAGÓGICO** POR LA SECRETARIA REGIONAL MINISTERIAL DE EDUCACION. MÁS DE 1.000 ESTDIANTES DE DISTINTOS COLEGIOS DE LA PROVISCIA DE CACHAPOAL VISITAN CADA AÑO EL EX CAMPAMENTO

Según datos recogidos por una encuesta<sup>16</sup> realizada especialmente para este proyecto, con el fin de levantar y recoger datos con respecto a cómo percibe el encuestado la temática de Identidad, Patrimonio chileno y la ciudad de Sewell particularmente, el 80,25% cree que existe poca información y poco acceso a lugares con valor patrimonial en

---

<sup>15</sup> Datos extraídos del informe COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE 2010, Codelco división El Teniente.

<sup>16</sup> La encuesta fue realizada a 81 personas, de entre 19 y 50 años pertenecientes a las regiones de Valparaíso, Santiago, Rancagua y Concepción. La encuesta fue realizada vía internet. Ver anexo.

Chile (ver grafico 1), por otra parte el 91,36% sí les gustaría conocer y poder tener acceso a lugares con valor patrimonial y solo a un 4,94% le es indiferente.

De los encuestados, el 83,95% ha escuchado hablar de Sewell y un 6,17% nunca a oído hablar de la ciudad minera (ver gráfico 2). El 57,97% de las personas encuestadas ha escuchado hablar de Sewell por sus padres y abuelos, y también el 43% por televisión. El 43,24% de los encuestados ha visitado Sewell y al 39,19% le gustaría poder visitarlo (gráfico 4)

¿Cree que existe poca información o acceso a lugares con valor patrimonial?

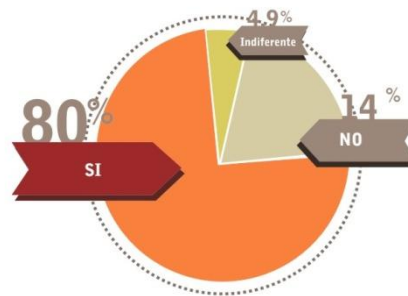


Gráfico 1: elaboración propia

¿Ha escuchado hablar de la ciudad de Sewell. VI región?

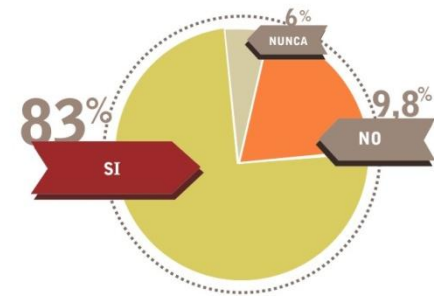


Gráfico 2: elaboración propia

Coincidentemente la mayoría de estas personas que conocen o han escuchado hablar de Sewell, son habitantes de la Región de O'Higgins, por lo cual podemos decir que en esta región es muy poco probable que alguien que habite en ella no sepa de la existencia de Sewell. Esto nos permite concluir que personas de otras ciudades (Valparaíso, Santiago, Concepción) que respondieron la encuesta no están al tanto de la existencia de este Patrimonio, debido a la poca difusión del lugar, siendo que se encuentra dentro de la zona central de Chile y no tan lejos de las ciudades mencionadas.

¿Por quienes a oído hablar de Sewell?

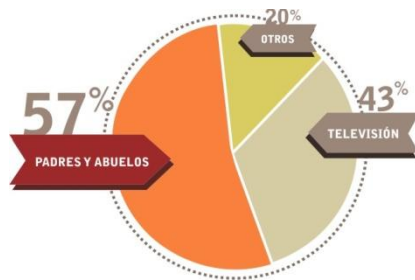


Gráfico 3: elaboración propia

¿Ha visitado Sewell?

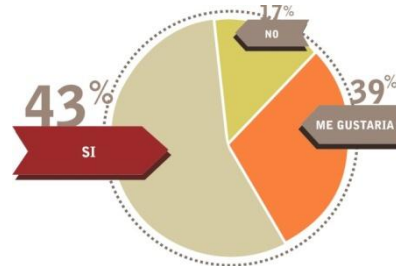


Gráfico 4: elaboración propia

### **CONCLUSIÓN DE LOS DATOS ESTUDIADOS**

Mirando el panorama actual con respecto al tema Patrimonial de Chile, existen grandes posibilidades y nichos a los cuales apuntar y es aquí donde el diseño con su capacidad de observación, estudio y responsabilidad con su entorno puede llegar a solucionar, aportar y colaborar con varios aspectos que hoy son deficientes en el área patrimonial y cultural de nuestro país. El diseño cada año ha ido tomando más campo, adquiriendo protagonismo en la participación de proyectos de distinta índole. Por esto la idea primordial del proyecto es tomar estos aspectos y generar propuestas de diseño para la comunidad en el plano cultural del país. Existe un gran interés por parte de la comunidad por conocer y estar al tanto de nuestros orígenes, raíz primordial de memoria de Chile.

Si bien es cierto que acceder a la cultura hoy en día es mucho más fácil que hace cinco años, aun queda mucho por realizar y es muy importante que todos nos comprometamos por hacer crecer y entregar igualdad en lo que respecta al consumo cultural, para que todas las personas puedan consumir a su elección entre las distintas opciones disponibles, de manera de crear una sociedad más culta y transversal.





**CAPÍTULO 3**  
**CONCLUSIONES PARCIALES**

## **6.2 CONCLUSIONES PRELIMINARES Y VISIÓN DEL PROYECTO**

A partir de todas las temáticas abordadas anteriormente, nos podemos dar cuenta y así visualizar el proyecto como un rescate de las experiencias vividas de un gran grupo de personas que vivieron y habitaron un lugar que hoy ya no existe, pero que sí fue de gran importancia, en su época, para nuestro país.

El compromiso que enfrentamos en este proyecto como diseñadores es lograr representar y realizar el rescate de un lugar histórico de Chile, a través de nuestros sentidos que nos inspiran a la creación, teniendo la capacidad de proyectar y coordinar estrategias comunicacionales, conocimientos de gestión, dimensiones estéticas y culturales. Abordar el área identidad es abordar dimensiones territoriales y globales a la vez, permitiéndole al diseño ser un vehículo cultural involucrándose en un terreno fértil y fascinante.

La relación del intercambio emotivo, cultural e identitario son fuentes de inspiración para la realización del presente proyecto, el valor del hacer, del producir, de proyectar reside en la capacidad de construir proyectos y productos que sean historia, lugares, que representen a un territorio y que sean un medio para construir experiencias y mantener viva la memoria que nos identifica como lo que somos hoy.



**CAPÍTULO 4**  
**PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

## I. ANTECEDENTES GENERALES DEL PROYECTO

### 1. DISEÑO EMOCIONAL

Los seres humanos contamos con la capacidad de experimentar diferentes tipos de emociones, las cuales nos permiten entender y aprender cosas nuevas, nos podemos sentir a gusto o incómodos, bien o mal, lo mismo sucede con el diseño emocional. El diseño emocional es la afinidad que las personas sienten por el objeto que adquieren, la emoción que les produce cierto tipo de objetos tal como lo plantea Donald Norman<sup>17</sup> *“No nos limitamos a usar un producto, sino que establecemos una relación emocional con él”*, se puede decir que la experiencia del usuario es la sensación, sentimiento, respuesta emocional, valoración y satisfacción del usuario respecto a un producto.

En gran parte los responsables de generar este tipo de emociones y lazos somos los diseñadores debido a que a lo largo del tiempo han sido los encargados de manifestar una fuerte influencia en el desarrollo social, económico, tecnológico y cultural.

---

<sup>17</sup> Donald Norman Arthur, nacido el 25 de diciembre de 1935, académico en el campo de la ciencia cognitiva, el diseño y la ingeniería de usabilidad y co fundador y consultor de la Nielsen Norman Group.

Los aspectos emocionales juegan un papel fundamental en la interacción del usuario, así como lo plantea Brave y Nass (2002), *“las emociones afectan a la capacidad de atención y memorización, al rendimiento del usuario y a su valorización del producto”*. El diseño emocional es un enfoque distinto dentro del diseño, procura definir nuevos conceptos con respecto a la usabilidad de productos, a la experiencia de uso o a la conducta del usuario con el producto. En sí el objetivo principal del diseño emocional según el psicólogo Donal Norman *“Es hacer que nuestras vidas sean mucho más placenteras”*<sup>18</sup>.

En este proyecto es de gran importancia el concepto de diseño emocional para establecer criterios motivacionales en la interacción del usuario con el producto, el cual estimulara su atención a través de códigos visuales, la observación y el aprendizaje.

---

<sup>18</sup> NORMAN, Donald, citada por: CAÑADA, Javier. Donald Norman y el diseño emocional [en línea], disponible en: <http://www.revistasculturales.com/articulosLeer.php?cod=317&pag=2> >.

## **2. IMAGEN, COMUNICACIÓN VISUAL Y APRENDIZAJE.**

La imagen posee un gran valor comunicacional, la cual nos permite pensar y aprender de manera más afectiva. A través de la imagen podemos realizar representaciones gráficas de la información y podemos hacer un traspaso de nuestras ideas a un mensaje real y concreto.

La imagen es una herramienta clave y muy importante del diseño en el área comunicacional ya que nos permite un claro reconocimiento e interpretación de lo que deseamos comunicar. La imagen puede tener muchos significados por lo cual, en palabras de Jorge Frascara<sup>19</sup> *“el texto ayuda aquí a crear una jerarquía que la imagen no necesariamente sugiere, transformando así la esencia de la imagen” (pág. 103 del libro “Diseño gráfico para la gente”)*. Uno de los medios más importantes de la percepción es la visual. La importancia de la visión, aparte de que es inmediata y práctica, nos rememora imágenes y asociaciones emocionales.

El desarrollo de la percepción de los mensajes visuales consiste en recibir, a través de los sentidos, estímulos visuales, sonidos, sensaciones o interpretaciones. La percepción es

---

<sup>19</sup> Diseñador gráfico argentino. Reside en Canadá desde 1976 y es profesor de arte y diseño de la Universidad de Alberta.

una función psíquica que permite al organismo captar, elaborar e interpretar la información que recibimos de nuestro entorno. En este sentido las imágenes pueden “leerse” o interpretarse tal como un texto literario, por lo que existe la posibilidad de un aprendizaje que permita profundizar el sentido de la lectura. La percepción visual en el área del diseño es un campo que nos compromete enormemente ya que nos permite entender de qué manera serán recibidos nuestros mensajes, respondiendo de manera óptima los requerimientos de la información que queremos entregar al público.

Como lo plantea Bruno Munari *“la comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos”* (pag.79, libro *“Diseño y comunicación visual”*), también plantea que la comunicación visual puede ser casual o intencional. Una comunicación casual es aquella que no presenta ninguna intención, es decir lo que sucede de manera espontánea y que no tiene un mensaje concreto dado por un emisor específico. Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe.

La comunicación intencional puede, a su vez, ser examinada en bajo dos conceptos: el de información estética y el de información práctica. Una información práctica puede decirse que no toma en cuenta la estética sino la funcionalidad. Por información estética se entiende un mensaje que está estructurado por líneas armónicas que nos dan una forma adecuada y hace que el mensaje funcional, también sea agradable a la vista.

La labor de la comunicación visual en este proyecto se ajusta principalmente a la función expresiva o emotiva que tiene como objetivo principal transmitir emociones.

### 3. DISEÑO DE EXPERIENCIA

Desde hace algún tiempo nos encontramos en una época en donde las emociones, los productos, las sensaciones y los servicios se experimentan, ¿Pero que es el diseño de experiencia? Herbert Spencer<sup>20</sup> lo plantea de la siguiente manera *“Para evitar polémicas el concepto Diseño de Experiencia por tratarse, en términos estrictos, es un error: ya que es imposible, si no pretencioso, diseñar una experiencia para alguien. Lo que hacemos es **diseñar las formas y comportamientos de aquellos elementos que indirectamente condicionarán la experiencia del lector o usuario**”* lo que en realidad hacemos es diseñar productos o servicios que condicionaran la relación e interacción con el usuario para hacerles vivir una experiencia.

---

<sup>20</sup> Diseñador Gráfico/Docente en la Escuela de Arquitectura de la Pontificia Universidad de Valparaíso, <http://www.herbertspencer.net/>

Según Nathan Shedroff<sup>21</sup> las fases que componen una experiencia son:



**Atracción:** Necesaria o voluntaria. Aquello que lleva a iniciar una experiencia. Se basa en la seducción: descubrimiento, novedad, sorpresa, expectativa ambiente. Si la repetición aporta, mejor.

**Compromiso:** Es la propia experiencia. Debe ser identificable respecto a su entorno y tener un final. En esta fase se produce una desconexión de la persona respecto a su entorno.

---

<sup>21</sup> Pionero en el diseño de experiencias, se convirtió en un experto y líder en los campos de la Arquitectura de la Información, Diseño de Interacción, y medios de comunicación en línea e interactivo, con amplia experiencia y profesional. <http://www.nathan.com/index.html>

**Conclusión:** Tan importante como las otras fases. Toda experiencia tiene un final. Una buena experiencia debe tener en cuenta que sensación dejará en las personas que la hayan vivido una vez finalizada: utilidad, satisfacción, llamada a la acción.

**Extensión:** La experiencia y sus consecuencias continúan una vez finalizada aquella.

El diseño de experiencias permite persuadir, estimular, informar, imaginar, entretener e incluso modificar ciertas conductas en el usuario y muchas veces le permite al usuario promover su área cognitiva, afectiva y psicomotora en sus habilidades de aprendizaje y conocimiento.

El diseño experiencial, parafraseando a Hassan<sup>22</sup> y Fernandez<sup>23</sup> (2005), considera momentos de interacción entre las personas y el producto o servicio, con el propósito de crear memoria y recuerdos positivos, ya que responde al deseo de crear momentos que tengan verdadero significado y valor para el consumidor.

---

<sup>22</sup> Consultor sobre Experiencia de Usuario y Visualización de Información. Diseñador de interacción en Scimago Lab, Doctor en Documentación (2010) por la Universidad de Granada y editor de la revista No Solo Usabilidad.

<sup>23</sup> Licenciado en Documentación e investigador sobre Usabilidad y Accesibilidad del Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada, y editor de No Solo Usabilidad.

#### 4. LA ILUSTRACIÓN Y LOS LIBROS.

La ilustración es un recurso gráfico y un aspecto importante para muchos diseñadores, a través de la ilustración podemos realizar la interpretación de un mensaje, de un texto o de nuestro imaginario para llevarlo al mundo real. Es una herramienta que estimula nuestra imaginación y nuestra capacidad de observación ya sea para el que las crea (emisor) o para quien las recibe (receptor). La Ilustración se utiliza para hacer que el lector entienda el contexto de una historia.

Liliana Mendez<sup>24</sup> plantea lo siguiente *“A través del arte de las ilustraciones y de las palabras, las personas profundizamos el vínculo con la vida, con nuestros sentimientos, pensamientos, experiencias y emociones.”*

En este último tiempo se ha incrementado la publicación de libros que complementan los textos con la imagen (ilustraciones) este tipo de publicaciones refuerzan la percepción, el conocimiento y además es un recurso indispensable para el goce estético. Muchas veces la ilustración en la portada de un libro, o en el mismo contenido de este puede construir el principal motivo de interés de quien lo ve.

---

<sup>24</sup> Artista plástica e ilustradora cordobesa, Licenciada en Psicología

Los libros ilustrados muchas veces brindan la posibilidad de transmitir mensajes de manera efectiva y conmovedora. El formato, las ilustraciones y la transparencia que suele caracterizar al libro, los hacen amables y accesibles.

Hoy, este tipo de libros no solo está dirigido a niños, cada vez son más adultos los que se interesan en adquirir libros ilustrados, ahora se han realizado muchos libros que tratan temáticas de alcance universal y que relatan situaciones afectivas que no tienen edad tales como: la soledad, el miedo, la pérdida, la amistad, el amor, la recuperación, entre otras. Con estas temáticas se nos demuestra que el mundo de los niños no es diferente ni distante del nuestro, que muchos de sus temas nos tocan porque son también nuestros temas.

El diseño y construcción de los libros ilustrados, como objeto, genera la necesidad de una lectura que trascienda lo meramente temático y argumental; una lectura más ligada al juego con las formas y el lenguaje, más atenta al placer estético de la palabra y la imagen. Por todas estas características se considera al libro ilustrado como un material valioso para la formación de lectores.

## 5. LIBROS MÓVILES Y DESPLEGABLES.

### 1. BREVE HISTORIA DEL POP UP

Se denomina libro pop up a cualquier libro tridimensional o móvil, desplegable o mecánico, y es aquel que el plegado de sus páginas le da un carácter tridimensional, el cual al ser abierto despliega imágenes que sobresalen y tienen movimientos.

Se cree que los primeros usos de los libros móviles aparecieron en un manuscrito de un libro astrológico cerca del año 1306, el filósofo Ramon Lull incluyó en unos de sus libros unos discos giratorios que explicaban sus teorías astrológicas. El uso de ventanas y viñetas desplegables se comenzó a utilizar principalmente en libros de medicina y astronomía.

Los siguientes libros móviles fueron encontrados en Alemania, y datan de finales del siglo XIX y fueron fabricados por Lothar Meggendorfer<sup>25</sup>. Después pasaron a Inglaterra, y a principios del siglo XX se encontraron algunos realizados por una empresa llamada Volcano. También hay libros publicados en Checoslovaquia y en los Estados Unidos en los años 30, publicados por **Blue Ribbon Books**, que fue la empresa que acuñó el término pop-up.

---

<sup>25</sup> Lothar Meggendorfer (6 de noviembre de 1847 en Múnich - 7 de julio de 1925 en Múnich) fue un alemán ilustrador y escritor reconocido por sus libros pop up.

Sin embargo a partir del siglo XIX la técnica de plegado y calado del papel comenzó a ser aplicada en libros recreativos para niños, cuando el editor inglés John Newbery comenzó a vender libros para este público específico.

Ya en los años sesenta, una empresa llamada Intervisual Communications, de los Estados Unidos, fue la responsable del actual renacimiento de los libros pop-up.

Los pop-ups modernos son fabricados por pocas empresas especializadas en Colombia, China y Tailandia. Los libros pop up, deben ser ensamblados a mano después de que las hojas se imprimen y se troquelan. La destreza de los cortadores de troqueles y ensambladores lleva años de experiencia para aprender. Antes de la impresión de un nuevo título, los especialistas en la producción en las fábricas tienen que dismantelar cuidadosamente y examinar un prototipo proporcionado por el ingeniero de papel\*, a fin de establecer exactamente los pasos, y en qué orden, el ensamblado debe tener lugar.

**\*INGENIERO EN PAPEL** UN INGENIERO DE PAPEL ES QUIEN HACE LOS LIBROS POP-UP, MÉCANISMOS, VIÑETAS, EMBALAJES Y ARTESANÍAS DE PAPEL. ÉL CUENTA CON EL CONOCIMIENTO ARTÍSTICO, HABILIDADES Y UN BUEN SENTIDO.

Según David Carter<sup>26</sup>, uno de los exponentes actuales del libro pop up, plantea que el éxito de estos libros se debe a tres factores: Primero que las editoriales, los escritores y los ilustradores creen buenos libros, segundo una buena fabricación que es un proceso muy complejo, y tercero, que al público en general le sigan gustando los libros pop up. Mientras esos tres factores se den, seguirán habiendo libros de esta categoría.

Según especialistas en la materia, este tipo de libros estimula la participación del lector debido a que se genera una interacción con las figuras o elementos interactivos que lo componen como solapas o pestañas hechas de papel. Los libros animados impactan y seducen por su creatividad. Sobre este tema todo está permitido, puesto que la palabra clave es **SORPRENDER**.

---

<sup>26</sup> Diseñador gráfico e ilustrador publicitario, a trabajado en Intervisual Communications, Inc., de California, artista, ingeniero de papel, y diseñador de libros hasta 1987, autor e ilustrador freelance de libros para niños, 1987

## 2. TÉCNICAS Y MECANISMOS

Todos los libros pop up funcionan de una manera diferente de acuerdo a la técnica o mecanismos utilizados para crear movimiento y relieves en las imágenes o escenas.

- **TRANSFORMACIONES O “CUERPOS Y CABEZAS CORTADOS”:** Al tirar una pestaña lateral deslizamos por debajo y por encima de los otros .La imagen se transforma en un escenario totalmente distinto.
- **TÚNEL O “PEEP-SHOW” (SHOW DE MIRONES):** Compuesto por dos piezas planas de cartón, con agujeros en medio de una de las piezas, y un papel doblado en zigzag que al unir las forman un tubo en forma de acordeón.
- **VOLVELES:** Son construcciones de papel con piezas giratorias.
- **FLAPS:** Solapas que se levantan.
- **PULL- TABS:** Pestañas que se jalan.
- **POP-OUTS:** Imágenes emergentes.
- **PULL DOWNS:** Mecanismos de tiras que se jalan.

- **TROQUELADOS:** permite ver lo que hay en la página siguiente.
- **SOLAPAS:** El más sencillo de todos los mecanismos constituido por una pieza plana que al desdoblarse hacia arriba destapa una ilustración oculta hasta el momento a los ojos del lector.
- **LIBROS CARRUSEL O 360°:** Sus pastas se abren 360 grados hasta tocar una contra la otra donde las ilustraciones y textos se disponen alrededor del eje formado por el canto del libro.

## 6. EL LIBRO OBJETO

El libro objeto se define como una manifestación de arte realizada por un artista que ha tomado al libro como medio de expresión, en otras palabras, se toma el libro como OBJETO, no propiamente como literatura. Es aquel que ofrece relaciones sensoriales, y a través del color, las texturas, la materialidad misma hace que el lector o usuario se conecte sentimentalmente con él.

El libro objeto\* se asocia a dos tendencias:

- **El libro de artista:** Generalmente vinculado a la poesía o al arte en versión pura o conceptual.
- **El libro sensorial:** Destinado a los niños, ya sea desde el parentesco artístico o desde el afán de la comunicación clara y directa que se necesita para establecer vínculos comunicacionales con el público infantil.

\*EL LIBRO OBJETO, EMPLEA LA IMAGEN DEL PROPIO LIBRO COMO ELEMENTO SIMBÓLICO.

Un libro objeto puede ser considerado como tal, cuando no nos limita a condicionarnos solo a la lectura, es más que un libro, nos permite interactuar con él, descubrir, sorprendernos, entre otras. Muchas veces nos atrae el libro como objeto, y este pasa a ser un libro de colección.

Para este proyecto se tomara en cuenta la tendencia de libro sensorial, debido a que esta área del libro objeto permite construir conceptos pertinentes para el desarrollo de un sistema/lenguaje optimo para los requerimientos de las temáticas abordadas.

## **7. ENTIDADES QUE FOMENTAN Y APOYAN LA PRODUCCIÓN DE EDICIONES**

### **CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES<sup>27</sup>**

El Consejo nacional de la Cultura y las Artes es el órgano del Estado encargado de implementar las políticas públicas para el desarrollo cultural. Tiene como misión promover el desarrollo, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, a través del fomento y difusión de la creación artística nacional; así como de la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural chileno, adoptando iniciativas públicas que estimulen una participación activa de la ciudadanía en el logro de tales fines.

Entre sus funciones principales se encuentra:

- Ejecutar y promover la ejecución de estudios e investigaciones acerca de la actividad cultural y artística del país, así como sobre el patrimonio cultural de éste.
- Apoyar la participación cultural, la creación y difusión artística, tanto a nivel de las personas como de las organizaciones que éstas forman y de la colectividad nacional toda, de modo que encuentren espacios de expresión en el barrio, la comuna, la ciudad, la región y el país, de acuerdo con las iniciativas y preferencias de quienes habiten esos mismos espacios.

---

<sup>27</sup> Fuente: página web del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

- Fomentar el desarrollo de capacidades de gestión cultural en los ámbitos internacional, nacional, regional y local.

#### **DEPARTAMENTO DE FOMENTO DE LAS ARTES E INDUSTRIAS CREATIVAS**

Corresponde a la sección del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) que se encarga de implementar las políticas culturales relacionadas con el fomento del sector de la cultura y las artes.

Esto se lleva a cabo por medio de herramientas de asignación de recursos a través del concurso de proyectos provenientes de los Fondos de Cultura, la articulación público privada a través de los Consejos Sectoriales, la ejecución de acuerdos de cooperación internacional e interinstitucionales, la definición de políticas sectoriales y el diseño de planes y programas.

Las acciones del Departamento son articuladas a través de las unidades operativas que lo componen:

- **Sección de Fomento de las Artes**
- **Sección de Industrias Creativas**

Entre los Fondos que otorga el CNCA se encuentra el **Fondo al Fomento del libro y la lectura** y el **Fondo al Patrimonio y Gestión Cultural** que son dos de las áreas temáticas desarrolladas y a los cuales se puede postular para llevar a cabo el proyecto.

### **FONDO AL FOMENTO DEL LIBRO Y LA LECTURA**

Consiste en *“asignar los recursos del Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, a través de convocatorias anuales a concursos públicos”*.

El objetivo de este Fondo, consiste en fomentar y promover proyectos, programas y acciones de apoyo a la creación literaria, la promoción de la lectura, la industria del libro, la difusión de la actividad literaria, el fortalecimiento de las bibliotecas públicas y la internacionalización del libro chileno.

### **EL FONDO AL PATRIMONIO Y GESTIÓN CULTURAL**

Entre sus objetivos se encuentra preservar y potenciar el patrimonio nacional, con el fin de resguardar la memoria tangible e intangible del país. En este sentido, el Consejo ha dispuesto en el ámbito regional de líneas de concurso para que personas naturales y jurídicas puedan realizar proyectos en los ámbitos de Conservación y Difusión del Patrimonio Cultural y Desarrollo de las Culturas Indígenas.

En la actualidad, el Consejo incorporó en la elaboración de la Política Nacional de la Cultura y las Artes, lineamientos específicos que se deberán considerar en el desarrollo y elaboración de programas o actividades relativos al resguardo, conservación y difusión del patrimonio cultural en todas sus expresiones.

## 8. ASPECTOS LEGALES DE UNA PUBLICACIÓN

Fuente: Cámara Chilena del libro<sup>28</sup>.

La edición de un libro abarca un interesante proceso, el cual se inicia con la creación de la obra. El primer paso lo constituye el Registro de Propiedad Intelectual<sup>29</sup>. Luego de este trámite, es necesario definir que alternativa de edición se ha de tomar (Edición Editorial o Autoedición).

*La Edición Editorial es en la que se involucra a un agente editor en el proceso, es decir, se contacta la editorial y se le hace entrega de un borrador de la obra. El editor tardará un tiempo en dar respuesta al autor, en caso que la respuesta sea afirmativa, se acordará mediante un contrato de edición, las condiciones, obligaciones para cada parte.*

*La Autoedición, es aquella en que es el propio autor el responsable de la edición y no existe editorial involucrada.*

El contacto y cotización de la impresión es otro paso importante en la edición de un libro. Previo a esto, el libro ya debe estar corregido y diagramado.

---

<sup>28</sup> Asociación gremial de personas jurídicas y naturales, fundada en 1950, que reúne empresas editoriales, distribuidoras de libros, librerías y organizaciones de venta directa.

<sup>29</sup> Ubicado en San Isidro 247. Teléfono 22 22 663 - Santiago

El ISBN\* - International Standard Book Number, debe ser asignado antes del proceso de impresión, es importante señalar que para este trámite ya se debe tener definido el formato del libro.

**EL ISBN - INTERNATIONAL STANDARD BOOK NUMBER** - ES UN SISTEMA INTERNACIONAL DE NUMERACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE TÍTULOS DE UNA DETERMINADA EDITORIAL, APLICADO TAMBIÉN A SOFTWARE. EL FUNDAMENTO DEL SISTEMA ES LA DE IDENTIFICAR UN TÍTULO DE UNA DETERMINADA EDITORIAL. UNA VEZ ATRIBUÍDA LA IDENTIFICACIÓN, ESTE NÚMERO SÓLO SERÁ APLICABLE A ESA OBRA Y NO PODRÁ SER REUTILIZADO.

Por último, están los procesos de impresión, difusión y distribución.

## II. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

### 1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto emplea al diseño, como gestor cultural destacando las funciones de rescatar, valorar y preservar el patrimonio del medio en el que se desenvuelve. Se propone un sistema comunicacional\* llamado **EL MÁGICO VIAJE A SEWELL -libro-objeto-** que busca dar a conocer parte importante de lo que fue la vida cotidiana en el ex campamento minero, principalmente el rescate del estilo de vida e identidad que existía en la época de 1921 a 1966, periodo de máximo apogeo.

**\*SISTEMA COMUNICACIONAL ES UN CONCEPTO DISCIPLINAR** TIENE COMO META PRINCIPAL LA INTEGRACIÓN INTERDISCIPLINARIA DE ELEMENTOS PARA FORMAR NUEVOS CONCEPTOS, ORDENAR TAREAS QUE PERMITIRÁN LA REALIZACIÓN DE UN FIN EN BASE AL PROCESO DE COMUNICACIÓN.

Este proyecto se caracteriza por tener una gran carga emocional, debido a que involucra un nuevo concepto de EXPERIENCIA DE USO, que permitirá condicionar la conducta del usuario, mediante la interacción con el producto, en donde se estimulara la atención de este a través de códigos visuales y estéticos que promoverán habilidades de aprendizaje y conocimiento, que aspira atraer a la comunidad a involucrarse y a conocer los valores propios de la identidad del patrimonio de Sewell.

Proyectos de índole patrimonial y cultural hoy en día cuentan con el apoyo de entidades gubernamentales y públicas. El escenario de las oportunidades es amplio, Chile exige, merece y prepara métodos de rescate para los cuales existen fondos del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes que apoyan y promueven este tipo de proyectos.

## **2. PROPUESTA CONCEPTUAL**

Se propone generar una experiencia interactiva entre usuario y producto, en donde el producto vinculara al usuario de manera emotiva, invitándolo a realizar un viaje y un recorrido al pasado que le permitirá conocer e ir descubriendo lo que fue la vida cotidiana que formo la identidad de Sewell.

Mediante un material didáctico el usuario pone en práctica sus habilidades y a la vez conoce y aprende parte importante de la identidad y patrimonio de una ciudad muy particular.

### 3. DISEÑO DEL PRODUCTO / PROPUESTA FORMAL

Consiste en un sistema comunicacional enmarcado dentro de un proyecto de gestión y un trabajo interdisciplinar, el cual tiene como fin dar a conocer los códigos identitarios de lo que fue la vida en el ex campamento minero Sewell.

El compromiso disciplinar se centra en la creación de una propuesta Editorial basada en el **concepto de LIBRO/ARMABLE**, que propone rasgos estéticos, didácticos, emocionales y comunicacionales que le permitan al usuario vivir una experiencia nueva de uso. El producto en sí, permite adentrarnos y conocer en detalle los que fue esta mágica ciudad.

Este sistema comunicacional llamado **EL MAGICO VIAJE A SEWELL** tiene la característica de relatar e ilustrar de forma interactiva la vida cotidiana, tradiciones y estilo de vida de la ciudad de Sewell, fortaleciendo al patrimonio y haciendo un aporte al rescate de la memoria de dicho lugar. Como objetivo principal EL MAGICO VIAJE A SEWELL pretende convertirse en un producto innovador y nuevo en el mercado chileno.

- **LIBRO ILUSTRADO ARMABLE**  
**Características del Producto**

El Libro Armable - EL MAGICO VIAJE A SEWELL- nace de la idea de vincular al usuario con el producto mediante la interacción y la sensibilidad emocional. Se compone de diferentes capítulos, en donde cada uno tratara una temática diferente relacionada al estilo de vida e identidad de las personas que habitaron Sewell. Dara a conocer la forma en que los habitantes “hacían ciudad” y se desenvolvían en ella, quienes eran los personajes típicos, como era la infancia, la vida social, los pasatiempos, fiestas y costumbres. Como se menciona anteriormente permitirá adentrarnos y conocer en detalle esta mágica ciudad.

Tiene como característica principal tratarse de un libro ilustrado el cual rescata la esencia y la estética de la ciudad mediante los códigos gráficos detectados. También rescata las principales técnicas del pop up y del paper craft\*.

**\*PAPERCRAFT:** SE TRATA DE LA CONSTRUCCIÓN DE FIGURAS TRIDIMENSIONALES EN PAPEL, SIMILAR AL ORIGAMI. SIN EMBARGO, DIFIERE DEL ORIGAMI EN QUE SUS PATRONES PUEDEN CONSISTIR EN MUCHAS PIEZAS DE PAPEL CORTADAS CON TIJERAS Y UNIDAS CON PEGAMENTO.

### **SOBRE LA PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

EL MAGICO VIAJE A SEWELL consta de un packaging que incorpora: un libro ilustrado armable, que además contiene una serie de láminas recortables, que así mediante instrucciones el usuario: recorta, pliega, arma y pega diferentes escenas de la historia que se cuenta en el capítulo, debido a que la característica principal del producto es rescatar la técnica utilizada en los libros pop up, con mecanismos y movimientos, generando en el usuario una experiencia nueva de uso que le permitirá conectarse, aprender y conocer el patrimonio intangible del ex campamento Sewell.

La esencia principal del producto es combinar, entretenimiento, habilidades y difusión patrimonial.

#### **4. FUNDAMENTO DEL PRODUCTO**

El proyecto y producto se enfocan en el área editorial gráfica debido a que el libro cuenta con los recursos y capacidades conceptuales que se proponen en el proyecto.

El libro, y más aun el concepto de libro armable tiene la capacidad de transmitir emociones, reúne la imagen, la ilustración, lo tridimensional, el movimiento, el texto y el color; en términos generales, constituye un OBJETO DE DISEÑO capaz de transmitir emociones, generar experiencia, interacción con el usuario, fomentar el aprendizaje y el conocimiento y lo más importante rescatar códigos gráficos que representen y den a conocer la vida cotidiana y la identidad de Sewell.

El libro a sido el único medio comunicacional “capaz de mantenerse al mismo nivel que cualquier cambio tecnológico imaginable” tal como lo menciona Roger Fawcett – Tang en el libro “Diseño de libros contemporáneos” (pág.06)

**EN UN MUNDO DE USAR Y TIRAR, LOS LIBROS REPRESENTAN LA PERMANENCIA Y LA CONTINUIDAD. SU CALIDAD TÁCTIL ES UN PLACER QUE NO DEBE SUBERSTIMARSE, ROGER FAWCET – TANG (DISEÑO DE LIBROS CONTEMPORÁNEOS, PÁG 10).**

Se debe considerar que hoy existen apoyos financieros de parte de entidades gubernamentales, para el fomento y desarrollo de proyectos editoriales y proyectos de índole patrimonial, que nos permitirán llevar a cabo el presente proyecto.

A través de este proyecto se pretende innovar con una nueva propuesta comunicacional en el área editorial, que permita transmitir y ser un aporte al patrimonio e identidad de nuestro país para generar un reconocimiento colectivo de este particular lugar, permitiendo que más personas se encanten y conozcan lo que fue esta ciudad en su época de máximo apogeo.

## **5. OBJETIVO DEL PRODUCTO**

### **General**

- Mediante la interacción y construcción de “EL MAGICO VIAJE A SEWELL” lograr que el usuario se involucre de forma personal con el sentido de permanencia de la cultura e identidad del diario vivir de los ex habitantes del legendario Sewell.

### **Específicos**

- A través del “EL MAGICO VIAJE A SEWELL” persuadir, entretener e informar al usuario promoviendo sus habilidades de conocimiento y aprendizaje.
- Mediante las bases estéticas, ilustrativas y textuales encantar y vincular las emociones del usuario hacia el producto y hacia el territorio.
- Lograr que el producto seduzca al usuario y lo conecte emocionalmente haciéndolo vivir una experiencia que le permita desarrollar sus habilidades imaginativas.
- Ser un producto innovador en el ámbito patrimonial que permita hacer un rescate de la memoria del territorio de Sewell.



**ESPECIFICACIONES  
PRODUCTIVAS  
ETAPAS DEL PROYECTO**

## 7. ESPECIFICACIONES PRODUCTIVAS /ETAPA DEL PROYECTO.

### PRIMERA ETAPA

#### RECOPIACIÓN DE ANTECEDENTES

Esta etapa consiste en un trabajo de investigación y recopilación de antecedentes históricos de Sewell que nos van a permitir definir y reconocer rasgos identitarios del estilo de vida de Sewell.

Esta etapa abarca tres fuentes de recopilación de antecedentes

- Circulo Social Sewell / trabajo en conjunto.
- Revisión de material audiovisual de Sewell
- Material bibliográfico

### SEGUNDA ETAPA

#### SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Una vez realizada la recopilación de antecedentes, se trabaja en base al procesamiento de la información. Se ordenan los antecedentes reunidos, se realiza una selección de los hechos más relevantes y por ultimo se escogen las temáticas a trabajar.

Esta etapa permite definir los hechos más relevantes de la vida cotidiana de Sewell

### TERCERA ETAPA

#### PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

#### DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La etapa tres contempla la definición de los capítulos y de cada temáticas a trabajar.

Se procede al desarrollo de la narración, textos, estética, ilustración, color, técnicas del pop up, instructivos, entre otros.

Se desarrolla un prototipo de lo que sera el primer capitulo de **EL MÁGICO VIAJE A SEWELL.**

ESTAS ETAPAS REQUIEREN UN TRABAJO MULTI DISCIPLINARIO

Para la realización de estas etapas se postula a un Fondo que permita financiar el trabajo de investigación de antecedentes referidos a Sewell. Para eso se postulara a un Fondo Concursable del CNCA, llamado Fondo Conservación Patrimonial, el cual financiara total o parcialmente estas etapas

Figura 5: Mapa de etapas del proyecto

Fuente: Elaboración propia

## **CUARTA ETAPA**

### **POSTULACIÓN AL FONDO DEL LIBRO Y LA LECTURA**

En esta etapa se realiza la postulación del proyecto El MÁGICO VIAJE A SEWELL al Fondo del libro y la lectura.

Con adjudicación de este fondo es posible financiar la producción de EL MÁGICO VIAJE A SEWELL.

## **QUINTA ETAPA**

### **LANZAMIENTO Y DIFUSIÓN**

Ya terminada la producción de el libro armable, se realiza el lanzamiento y difusión de El MÁGICO VIAJE A SEWELL.

**LAS ETAPAS QUE AQUÍ SE  
PRESENTAN PERMITEN  
VISUALIZAR EL PROYECTO EN SU  
TOTALIDAD, DEFINIENDO  
RESUMIDAMENTE CADA  
PROCESO DE TRABAJO**

## **8. CONCLUSIONES.**

Este este primer tomo nos permite visualizar las temáticas fundamentales para el desarrollo del presente proyecto. Queda estipulado el planteamiento teórico conceptual que nos permite tener una visión clara de la orientación a la cual se dirige el proyecto, el compromiso del diseño ante asuntos de orden cultural y patrimonial de nuestro país, y las herramientas utilizadas para el desarrollo de nuestro proceso creativo.

El segundo tomo, permitirá hacer una visualización de la envergadura total del proyecto, tales como especificaciones técnicas del producto, perfil usuario, sistema producto, costos, entre otros.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- **Compilado por Montecinos Aguirre, Sonia** - Revisitando Chile: identidades, mitos, e historias.
- **Granese Philipps, José Luis** - Sewell 1914 – 1926.
- **Larraín, Jorge** - “Identidad chilena” Editoriales LOM; año 2001.
- **Norman, Donald** – “La psicología de los objetos cotidianos” Editorial NEREA, año 1990.
- **Norman, Donald** – “Diseño Emocional” Editorial Paidós año 2004.
- **Dondis, D.A** – “Sintaxis de la imagen”.
- **Yáñez, Claudia – Aguayo, Luis – Valenzuela, Luis – González, Marcelo** – “Sewell en Rancagua, la persistencia de la memoria” Editorial Mosquitos producciones, año 2011.
- **Frascara, Jorge** – “Diseño gráfico para la gente” – comunicación de masas y cambio social”- Ediciones Infinito Buenos Aires, 2004.

- **Munari, Bruno** – “Diseño y comunicación visual, Contribución a una metodología didáctica” – Editorial Gustavo Gilli,S.L
- **Ledesma, María** – “El diseño gráfico, una voz publica” – Editorial Argonauta – año 2003
- **Swann, Alan** – “Bases del diseño gráfico” – Editorial Gustavo Gilli
- **Fawcett – Tang, Roger** – “Diseño de libros contemporáneos” – Editorial Gustavo Gilli

**Archivos Web / Documentos en Línea.**

- **Hevia Ricardo - UNESCO, Kaluf Cecilia - PIIE, Martínez Felipe – MAV (2000).**  
“Patrimonio Nacional: Preservando la memoria, construyendo identidad.” Obtenido el día 20 de Junio del año 2011 en la página:  
[http://www.mav.cl/patrimonio/home/frame\\_patrimonio.htm](http://www.mav.cl/patrimonio/home/frame_patrimonio.htm)

- **Sobre la UNESCO en Chile.**

[http://portal.unesco.org/geography/es/ev.phpURL\\_ID=9948&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/geography/es/ev.phpURL_ID=9948&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

- **Descripción del patrimonio cultural y de las instituciones que lo protegen y albergan, pág.** Obtenido el día 26 de Agosto del año 2011 en la página:

**<http://arpa.ucv.cl/texto/Aspectoseconomicospatrimoniocultural.pdf>**

- **Ley N° 17.288, Ley de Monumentos Nacionales.** Obtenido el día 29 de Agosto del año 2011 en la página: **[http://www.uta.cl/masma/patri\\_edu/PDF/LeyMonumentos.PDF](http://www.uta.cl/masma/patri_edu/PDF/LeyMonumentos.PDF)**

- **Revisión de documentación audiovisual sobre la historia de Sewell, Idea, dirección, fotografía y producción por Rodrigo Cavieres.** Música original incidental por Paulo Fuentes. Obtenido el día 14 de Octubre del año 2011 en la página:

**[http://www.youtube.com/watch?v=Xc1nUYiRx\\_M](http://www.youtube.com/watch?v=Xc1nUYiRx_M)**

- **Reportaje a Sewell, campamento minero el teniente,** Obtenido el día 14 de Octubre del año 2011 en la página:

**<http://www.youtube.com/watch?NR=1&v=94gBxVqHHb8>**

- **Reportaje Mira tú- Sewell,** Obtenido en el canal MIRATUCHILE de youtube, el día 14 de Octubre del año 2011 en el siguiente link:

**[http://www.youtube.com/watch?v=dHmeF\\_Austo&feature=related](http://www.youtube.com/watch?v=dHmeF_Austo&feature=related)**

<http://www.youtube.com/watch?v=iniazu22F0c&NR=1>

<http://www.youtube.com/watch?v=2NQq33Q7vTQ&NR=1>

- **Reportaje Sewell Eterno, Extracto de un Video de Codelco y Defor, Heinz Lesser, 1999. Las escenas de Sewell de los primeros años, corresponden a un cineasta italiano, Gambastiani, creador del documental que probablemente sea uno de los primeros filmados en Chile.** Obtenido el día 14 de Octubre del año 2011 desde el siguiente link:

<http://www.youtube.com/watch?v=PuFDwiXB7Yc&feature=related>

- **Sanders Liz, Diseño de la Experiencia.** Obtenido el día 13 de Enero 2012 en el siguiente link:

[http://www.masternewmedia.org/es/2007/10/19/disenos\\_de\\_la\\_experiencia\\_del.htm](http://www.masternewmedia.org/es/2007/10/19/disenos_de_la_experiencia_del.htm)

- **Shedroff Nathan, Diseño de la Experiencia.** Obtenido el día 15 de Enero del año 2012 en los siguientes link:

<http://www.infovis.net/printMag.php?num=123&lang=1>

<http://www.venus-seminars.net/?q=enroll/seminars/9>

- **Montero Hassan Yusef y Fernández Martín Francisco**, Experiencia del usuario (2005).  
Obtenido el día 15 de Enero del año 2012 en el siguiente link:

**[http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia\\_del\\_usuario.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/experiencia_del_usuario.htm)**

- **Libro Objeto**, obtenido el día 15 de Enero del año 2012, en el blog del Artista Visual José Emilio Antón en el siguiente link:

**<http://librosdeartista-historia.blogspot.com/>**

## **INDICE DE FIGURAS**

**FIGURA 1:** Vista panorámica de Sewell **FUENTE:** [www.imagenesdesewell.cl](http://www.imagenesdesewell.cl)

**FIGURA 2:** Personas y alrededores de Sewell **FUENTE:** [www.imagenesdesewell.cl](http://www.imagenesdesewell.cl)

**FIGURA 3:** Conceptos Sewell **FUENTE:** Elaboración propia

**FIGURA 4:** Datos recogidos a través de entrevistas **FUENTES:** Elaboración propia

**FIGURA 5:** Mapa etapas del producto **FUENTE:** Elaboración propia