



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

CARRITOS

◆◆◆◆ **DETENCIÓN OBLIGADA** ◆◆◆◆

*Carritos de Street Food como parte del
patrimonio urbano de Santiago.*

Proyecto para optar al Título de Diseñador Gráfico.

Erich Hans Dreyer Salinas / Profesor Guía: Alejandro Estrada Martínez

Santiago, Julio 2010



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

Carritos

“Detención Obligada”

*Carritos de Street Food como parte del
patrimonio urbano de Santiago.*

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADOR GRÁFICO.

Erich Hans Dreyer Salinas.

Profesor Guía : Alejandro Estrada Martínez.

Santiago, Julio 2010

GARRITOS

◆◆◆◆ **DETENCIÓN OBLIGADA** ◆◆◆◆

Carritos de Street Food como parte del patrimonio urbano de Santiago.

INTRODUCCIÓN	5
MOTIVACIÓN DEL PROYECTO	8
OBJETIVOS	10
METODOLOGÍA DE TRABAJO	11
PATRIMONIO	15
Patrimonio gráfico	19
PROVINCIA DE SANTIAGO	21
Región metropolitana	21
CARRITOS AMBULANTES DE STREET FOOD	25
Carritos en Santiago	26
Aspectos legales	27
Tipos de carritos	29
Menú diario	32
DISEÑO EDITORIAL	37
El libro actual	38
Tipos de libro	39
Coffe table book	40
Aspectos técnicos	41
Sistema de impresión	44
Encuadernación y terminaciones	46
TIPOLOGÍA Y REFERENTES	47

DESARROLLO DEL PROYECTO

EDICIÓN DEL LIBRO	55
Registro e inscripción	58
PROCESO DE DISEÑO	65
Conceptualización	63
Fotografía	63
Título del libro	65
Baja de título	65
Desarrollo de marca	66
Propuestas desarrolladas	67
Marca definitiva	68
Variaciones	69
Aplicaciones	70
Estructura de libro	71
Formato del libro	71
Paleta de colores	71
Tipografía	72
Páginas tipo	74
Portada	76
GESTIÓN Y FINANCIAMIENTO	79
Patrocinadores	80
Auspiciadores	81

Empresas seleccionadas	82
Fondos concursables	84
Búsqueda de colaboradores	85
DIFUSIÓN DEL PROYECTO	87
Plan de medios digitales	89
COSTOS Y PRESUPUESTOS	91
Costo total del proyecto	92
CONCLUSIONES FINALES	93
BIBLIOGRAFÍA	95
ANEXO	99
AGRADECIMIENTOS	101

● **INTRODUCCIÓN** ●

La siguiente investigación nace como extensión a una inquietud personal abordada con anterioridad en el taller del primer semestre de 4to año llamado “Ciudad Visual”; en donde Santiago era el contexto de trabajo. El enfoque expuesto era redescubrir la ciudad, observando y tomando conciencia del sin número de estímulos (visuales, auditivos o sensoriales) que ésta nos brinda, y como muchas veces, pasa desapercibido ante los ojos del ciudadano.

Hoy esa inquietud inicial, se profundiza en una investigación con mayor intensidad y seriedad, tanto en la metodología de investigación, en la recopilación de las muestras, el planteamiento y enfoque del mismo. **Buscando hacer una lectura de la ciudad a través de los elementos cotidianos presentes en ella.**

El resultado de toda esta investigación derivará en generar un objeto editorial, lo que se convertirá en mi proyecto de título para obtener la Licenciatura en Diseño Gráfico.

La principal motivación para llevar a cabo este proyecto, es **plantear como parte del**

patrimonio urbano de nuestra ciudad, a los cotidianos carritos ambulantes de comida rápida o “street food”; este planteamiento nace al observar la dualidad que se produce en este objeto. Un carácter global debido a su presencia en muchas ciudades del mundo, pero que en nuestra sociedad cobra un carácter local, con lo que postulo que en ellos se puede descubrir parte de la identidad de la ciudad, debido a que **evidencian necesidades, comportamientos y costumbres propias de esta, los que a su vez hablan de nosotros como sociedad, dejando entrever parte de lo que somos, parte de nuestra identidad.**

Para el desarrollo del proyecto, se revisaron diversos temas que involucra esta investigación en función de estructurarla, lo que llevó a definir los 4 temas de mayor importancia, definiéndose en 4 capítulos.



En el Primer capítulo, se abordará la temática del patrimonio. Se definirá el concepto del mismo y determinará los tipos de patrimonios existentes. Esto con el fin de poder establecer en que categoría se encuentra el material con el que estamos trabajando.



En el capítulo II se expondrá sobre Santiago como la capital del país, sus características, su división política, sus habitantes y sus características demográficas. También se hará referencia a Santiago como centro histórico con sus sitios patrimoniales presentes en la región, situación que convierte a la ciudad en un atractivo panorama tanto para sus habitantes como para los extranjeros que visitan el país. Siendo estos lugares y recorridos, en donde encontraremos nuestro objeto de observación.



El Capítulo tercero se referirá a un panorama general de los carritos de “Street Food” como fenómeno universal, para luego hacer referencia a lo que sucede en Santiago de Chile. Menciona los aspectos legales de su funcionamiento y la diversidad de tipología que encontramos entre ellos. A modo de cierre, se detallará un listado de comidas que podemos encontrar en un recorrido por las calles de la capital.



Para finalizar, en el capítulo IV, se concentrará el tema del libro tradicional versus el e-book. Reconociendo los beneficios que otorga cada uno de los formatos, lo que ayudará a definir cuál será el formato escogido. En base a esta definición se abordarán los temas pertinentes que implica preparar la publicación.

● MOTIVACIÓN DEL PROYECTO ●

Como se mencionaba en la introducción, la motivación del proyecto, surge al plantearse hacer una lectura de la ciudad a través de los elementos cotidianos presentes en ella, en la búsqueda de identidad. Es importante en este punto el comenzar a definir ciertos conceptos que más adelante comenzarán a ser esenciales para el entendimiento y desarrollo del proyecto. Plantear como parte del patrimonio urbano de nuestra ciudad a los carritos ambulantes de comida rápida o de “street food”, como objeto que tiene un carácter global, pero que en nuestra sociedad cobra un carácter local pasando a ser parte del reconocimiento de ella y parte de su identidad.

Se entenderá por identidad o identidad cultural *al conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. La identidad cultural es similar a todo aquello que nos enseñan nuestros antepasados y lo ponemos en práctica*¹.

Por lo tanto, a través de esta lectura podemos evidenciar **necesidades², comportamientos³ y costumbres⁴ de la propia ciudad**. Este planteamiento surge al observar la infinidad de objetos y elementos que están presentes en la mayoría de las ciudades del mundo y que son de carácter universal, como parte del mobiliario urbano de esta, pero que dependiendo del contexto en donde se esté realizando la observación cobran atributos particulares de la zona y un carácter local. Una definición de mobiliario urbano o equipamiento urbano, la cual se rescatará para apoyar lo anteriormente planteado dice: *Los elementos urbanos identifican la ciudad y a través de ellos podemos conocer y reconocer las ciudades. Llegan a definirse como una parte constituyente del ADN de la identidad de la ciudad. El diseño de un mobiliario urbano que responda y se adecúe a los espacios, coloridos y los usos que la sociedad demanda es una tarea muy comprometida. Para ello es fundamental la comprensión del medio y una lectura clara detenida de su comportamiento dentro del marco donde vaya a ser ubicado, más si se trata de una ciudad monumental o histórica y con peculiaridades específicas*⁵.

1. Méndez, Castro Palmira (2008). "concepto de identidad" Tomo 1 y único. Nauatl, Aghev.

2. Impulso irresistible que hace que las causas obren infaliblemente en cierto sentido. RAE

3. El comportamiento es la manera de conducirse las personas u organismos, en relación con su entorno o mundo de estímulos. El comportamiento puede ser consciente o inconsciente, voluntario o involuntario, público o privado, según las circunstancias que lo afecten.

4. Hábito, modo habitual de obrar o proceder establecido por tradición o por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto. RAE

Pues bien, luego de hacer el ejercicio de observación de la ciudad, de recorrerla y redescubrirla; es donde surge el carrito ambulante, como un objeto de interés para realizar este proyecto.

Los aspectos que interesa observar dentro de la investigación y que serán preponderantes al momento de evidenciar las características de cada uno de ellos son los cuatro siguientes:

- » **Diseños en la estructura del carro.** Sus variantes y adaptaciones para el rubro al que se dedica.
- » **Cromatología imperante en ellos.** Otorgada muchas veces por el tipo de producto que ofrece en sus exhibidores.
- » **Códigos comunicacionales.** En los elementos gráficos utilizado persuasivamente para atraer al consumidor.
- » **Usuario / Consumidor.** La interacción que se produce entre consumidor y carro. Si es una relación transitoria, de permanencia, personal, impersonal, etc.

Son estos cuatro puntos anteriormente mencionados los que le dan un carácter local a este elemento global.

Sin duda este objeto está presente en todas las grandes capitales del mundo pero **en cada una de ellas el fenómeno se presenta de manera diferente y es por eso que resulta interesante comenzar hacer este rescate en la ciudad de Santiago.**

Debo confesar una gran motivación al momento de trabajar con la propia ciudad y su lenguaje en particular, ya que me resulta muy interesante la interrelación en el tipo de comunicación que se produce en ella. Existe una constante mezcla de estímulos visuales y auditivos, conscientes e inconscientes, que se van generando con los constantes cambios que se producen en ella. La propia diversidad en el tipo de personas que alberga una ciudad de la densidad poblacional de Santiago, la nutre de interesantes tipos de expresión. La suma de estos estímulos con los elementos que conforman la ciudad; más el propio contexto de estos mismos, es lo que va construyendo en parte la imagen colectiva que poseemos de Santiago.

Un segundo punto de interés para decidir abordar el tema de los “carritos ambulantes”, nace al plantearse como estos elementos cotidianos pueden ser un objeto de observación tanto aquí en Santiago como en cualquier otra ciudad del mundo. El fenómeno de los carritos de comida en la vía pública se repite y arraiga cada vez más en las distintas ciudades a través del globo, por lo tanto, el objeto posee un carácter de universalidad, lo que posibilita a este proyecto e investigación repetirse y realizarse en otras ciudades y localidades que no sean Santiago. **Es aquí en donde nuestra disciplina hace su aporte al ofrecer nuevas perspectivas acerca de temas que son tradicionales y de interés nacional.**

S. Serra, J. M. (1996).
Elementos urbanos:
mobiliario y
microarquitectura.
Barcelona: G. Gili.

OBJETIVOS

- » Diseñar a través de las imágenes recolectadas, un relato visual representativo a cada uno de los carritos seleccionados. Evidenciando necesidades, costumbres y tradiciones de la propia ciudad.
- » Originar un libro, con el material seleccionado del rescate visual del los “carritos de Street Food” como parte del patrimonio urbano de Santiago.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Etapa investigativa

- » Identificar los temas relevantes para investigación.
- » Definir los conceptos pertinentes en el desarrollo del tema.
- » Investigar los temas seleccionados.

Etapa desarrollo del proyecto

- » Registrar los distintos tipos de “carritos ambulantes”, presentes en la zona seleccionada dentro de Santiago para recolectar la muestra.
- » Reconocer las diferencias y similitudes entre los objetos de observación.
- » Documentar las particularidades de cada uno de ellos.
- » Identificar las distintas categorías existentes para el mismo objeto.
- » Relatar a través de la imagen, la interacción de este elemento con el usuario y su entorno (relato visual).

● **METODOLOGÍA** **DE TRABAJO** ●

Para llevar a cabo este proyecto, se optará por realizar una investigación del tipo exploratoria por el alcance que este tema pueda tener, siendo fracción de una temática considerablemente mayor. Por lo tanto nos entregará un acercamiento al tema pero no una visión completa ni definitiva de todo lo que puede abarcar. Lo que puede dar pie para el inicio de posteriores aportes al tema o área.

Las limitantes con las que esta investigación se verá enfrentada serán de dos tipos: Desde el punto de vista de la investigación: debido a que no existe una estructura de exploración definida para este tema, con pasos y procedimientos específicos. Esto por tratarse de una temática que abarca varias disciplinas a la vez (diseño gráfico, fotografía de registro, diseño editorial, gráfica vernacular, espacios urbanos, sociedad), pero que ninguna lo contiene en su totalidad. Por lo tanto el levantamiento de información se realizará complementando investigaciones de campo, bibliográficas, encuestas dirigidas, observación en terreno, etc.

Desde un punto de vista práctico, el registro

fotográfico podría verse entorpecido por los mismos propietarios de cada “carrito”, debido a que existe un cierto temor a ser perjudicados con el registro que se les realizará y que éste sea utilizado con algún otro fin externo al de la esta investigación, como denunciar algún tipo de problema sanitario o de regularidad de sus permisos para vender en la vía pública, lo que podría afectar su fuente de trabajo.

El rol que tiene el diseñador gráfico dentro de estas temáticas, es que con sus conocimientos y habilidades, puede intervenir, influir y contribuir al imaginario colectivo que poseen las personas. **Por lo mismo es preciso acotar que no avanzamos en busca de encontrar solución a un problema específico planteado, sino más bien, el cómo podemos aportar y nutrir desde nuestro punto de vista a una nueva perspectiva de la identidad.**

El material resultante será de interés para jóvenes, adultos, profesionales o estudiantes ligados al ámbito de la comunicación visual. Que sientan algún tipo de interés por temáticas de la ciudad, patrimonio visual,

la identidad de esta y temas relacionados.

Personas que gusten de libros como Santiago Gráfico, Modesto Estupendo, Santiago Stencil, entre otros. En donde se presenta la ciudad desde la imagen que nos narra una historia, una vivencia, una ciudad que vive y se transforma. Paralelamente, y no siendo el público objetivo definido, la valiosa información recabada, servirá a otras disciplinas para ahondar y/o complementar este punto de vista planteado. El material resultante contribuirá y nutrirá al legado existente sobre temas relacionados con la identidad país. Temática relevante hoy en día, año del Bicentenario de Chile, momento preciso en donde a través de diferentes iniciativas, el gobierno, instituciones y particulares han potenciado el generar una imagen de Chile 2010, acerca de su gente, su estilo de vida, sus gustos, entre otros⁶.

El valor que le otorga al proyecto el generar una publicación impresa, es que busca preservar y dejar plasmado el material resultante, que sea testimonio de esta actividad. Que tenga presencia física ya sea en bibliotecas de lecturas o en alguna biblioteca personal. Que

sirva de reflejo de una cierta actividad en una determinada época y que en un futuro podamos comparar hacia donde hemos evolucionado como sociedad, como han cambiado sus necesidades y como han cambiado sus costumbres.

Como se mencionaba anteriormente, el levantamiento de información se realizará complementando investigaciones de campo, investigación bibliográfica, encuestas dirigidas, observación en terreno, etc. Por lo tanto, en la primera etapa teórica, se definieron cuatro temas relevantes a investigar y que serán abordados en los próximos capítulos. Estos temas fueron incluidos en esta investigación, porque son esenciales para el entendimiento del panorama de los carritos y a su vez tener una visión global del tema, sin embargo no fueron los únicos temas que se revisaron: Pero por jerarquía los cuatro mencionados a continuación se revisarán a profundidad y se convertirán en el marco teórico con el cual se trabajó:

Patrimonio – Definición

» Tipos de Patrimonios

6. Concursos como "Estampilla del Bicentenario", "Concurso fotográfico ZoomGente", "Concurso el quiltro del Bicentenario", "Enfoca Chile 2010", "Cancionero del Bicentenario". <http://www.chilebicentenario.cl>

Santiago - Región Metropolitana

- » **Santiago y su centro Histórico**

Carritos Ambulantes de “Street food”

- » **Carritos en Santiago**

Diseño editorial.

- » **El libro ventajas y desventajas**

Una vez culminada la etapa de investigación teórica se procederá de la siguiente forma:

Ya con la información previamente recolectada en la etapa de investigación, se obtendrán datos como los tipos de carros presentes en la ciudad y mapa de sectores en donde se encuentran ubicados estos objetos de observación.

Con esto se puede definir la segunda etapa de salidas a terreno, en donde se obtendrá el material fotográfico.

Siendo clasificados por dos criterios:

Por tipo de alimento:

- » Pop corn
- » Algodón de azúcar
- » Completos y Churrascos
- » Maní confitado
- » Frutas y verduras
- » Jugos Naturales
- » Mote con huesillo
- » Lácteos
- » Té, café, desayunos
- » Churros
- » Dulces y Golosinas
- » Helados artesanales
- » Sándwich de potito

Por tipo de carro:

- » Tipo Patrocinado
- » Tipo Modificado
- » Tipo triciclo
- » Tipo Góndola

La selección de estos carritos se debe al recorrido realizado por la ciudad de Santiago y a la observación de los carritos existentes en la calles de la ciudad. Un recorrido que el cualquier ciudadano realiza diariamente desde su hogar al lugar de trabajo o de su hogar a su lugar de estudio. Sin embargo, para el proyecto fue necesario delimitar y justificar un recorrido, el cual se acotó a puntos turísticos y lugares tradicionales de Santiago, los cuales delimitan la zona de Santiago en los cuales se tomó la muestra.

Además es necesario mencionar que dentro del recorrido, fueron descartados otros carros que ofrecían otros tipos de artículos que no eran alimentos. Ya que existen otros tipos de productos que eran comercializados en este mismo tipo de módulos, pero que sin embargo escapaban de la categoría de “street food”.

También fueron descartados otros tipos de venta de alimentos, que no eran ofrecidos en carritos, sino más bien en otro tipo de módulos, por lo cual escapaban de nuestro objeto de observación. (venta de sándwich, bandejas de sushi, arrollados primavera, etc).

Los lugares en donde se disponen principalmente la oferta de productos son en las principales avenidas y calles de concurrido tránsito peatonal cercanos a:

- » Estaciones de Metro
- » Paraderos de locomoción
- » Establecimientos educacionales
- » Hospitales
- » Centros deportivos
- » Oficinas de Servicio
- » Terminales de Buses

Se definirá una ruta para coordinar las tomas fotográficas con el funcionamiento del carrito en la vía pública.

Se contactará con la persona que esté administrando el carrito en ese momento, para explicarle las generalidades del proyecto y a su vez, que acceda a ser registrado a fin de obtener de primera fuente datos del tipo de usuarios que hacen uso del carrito, las variaciones de venta dependiendo del horario, de la época del año,

dando a conocer la evolución de esta actividad. Esto se realizará a través de un set de preguntas previamente definidas.

Se realizarán las tomas fotográficas, estas en función a las particularidades que se quiera rescatar de el elemento observado. También se evidenciará la interacción con los usuarios.

Se seleccionará el material recolectado y comenzará la etapa de conceptualización y diseño del libro.

● PATRIMONIO ●

Cada generación de personas, ha enfrentado ciertos temas relevantes que surgen y que necesariamente llaman a tener una postura frente a ellos; la carrera armamentista de las potencias mundiales, la pobreza extrema en los países subdesarrollados, la liberación sexual, la inserción activa de la mujer en la sociedad, entre otros, son temas que han sido abordados por nuestros antecesores. Es por esto, que a la generación actual, temas tan relevantes como el surgimiento de conciencia por el cuidado del planeta, la guerra contra el terrorismo, la multi-conectividad de internet y las nuevas tecnologías que lo hacen posible, o el tema del salvaguardar lo patrimonial, son temáticas que en la actualidad, conciernen a toda la población.

Chile no queda atrás a la hora de hablar de patrimonio, tema que ha ido tomando cada vez mayor peso, debido a un aumento de interés en poder rememorar todo lo que nos caracteriza y por consecuencia, plasmar lo que somos a través de nuestra identidad, a modo de registro histórico para las generaciones venideras. Son los casi 200 años de vida que tiene el país, lo que respalda el comenzar a apreciar nuestros

patrimonios, o quizás el no querer perderse en la homogeneización de las sociedades actuales. Es por este tema, que se comenzará a encauzar la línea de investigación que ayudará en el desarrollo del proyecto.

Definición de patrimonio

El desarrollo del proyecto, se basará en la definición de patrimonio, encontrada en el sitio web nacional, “TODO SOBRE EL PATRIMONIO” (<http://www.mav.cl/patrimonio>). Esto, con el propósito de poder definir con mayor precisión dentro de que categoría nuestro proyecto se encuentra.

“TODO SOBRE EL PATRIMONIO”, es un proyecto desarrollado por el MAV (museo de artes visuales) y el Gobierno de Chile, en donde se precisa lo siguiente:

El patrimonio de una nación, lo conforman el territorio que ocupa, su flora y fauna, y todas las creaciones y expresiones de las personas que lo han habitado, sus instituciones sociales, legales y religiosas, su lenguaje y su cultura material desde las épocas históricas más antiguas.

El patrimonio, comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados, el ambiente donde se vive, los campos, ciudades y pueblos, las tradiciones y creencias que se comparten, los valores y religiosidad, la forma de ver el mundo y adaptarse a él. El patrimonio natural y cultural constituyen la fuente insustituible de inspiración y de identidad de una nación, pues es, la herencia de lo que ella fue, el sustrato de lo que es y el fundamento del mañana que aspira a legar a sus hijos.

Profundizando aún más en esta definición, se desglosa de la misma, que existen dos tipos de patrimonio: el natural y el cultural.

El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. La UNESCO lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biósfera, los monumentos naturales, los parques y reservas nacionales, y los santuarios de la naturaleza.

El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia ha legado a una nación, y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética.

Dentro del Patrimonio Cultural existen dos sub-categorías, patrimonio de tipo **Tangible e Intangible**.

El patrimonio tangible es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales, de lo cual surgen dos sub-categorías: **Mueble e Inmueble**.

El patrimonio tangible mueble comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folclórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos, cabe mencionar las obras de arte, libros, manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales,

artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico.

El patrimonio tangible inmueble está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico).

El patrimonio intangible está constituido por aquella parte invisible que reside en espíritu mismo de las culturas. Está conformado, entre otros elementos, por la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular y las tecnologías tradicionales de nuestra tierra. Integran la cultura popular las diferentes lenguas, los

modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos, los trajes que identifican a cada región de Chile, la cocina chilena, los mitos y leyendas; las adivinanzas y canciones de cuna, los cantos de amor y villancicos, los dichos, juegos infantiles y creencias mágicas.

Dentro de la definición, es importante tener otra consideración, y es referente a la jerarquía existente dentro del patrimonio, el que se divide en 4 niveles:

- » **El patrimonio familiar** está constituido por aquellos objetos valiosos, tradiciones, apellidos y rasgos característicos que distingue a una familia de otras.
- » **El patrimonio local** está constituido por aquellos monumentos, sitios, tradiciones y objetos que son valiosos para la comunidad y le dan sentido de pertenencia a sus habitantes.
- » **El patrimonio chileno** está constituido

por todo aquello que se tiene en común como nación; la riqueza de las tradiciones y monumentos heredados de los antepasados y que pertenece al país, como individuos y como pueblo. En este sentido, el patrimonio nacional se constituye en la máxima riqueza del país, ya que da identidad frente a otros pueblos que tienen su patrimonio e identidad propias.

» **Patrimonio Mundial** pertenecen a todos los pueblos del mundo, independientemente del territorio en que estén localizados. Los países reconocen que los sitios inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial, que se encuentran en su territorio nacional, sin perjuicio de la soberanía o la propiedad nacionales, constituyen un patrimonio universal “en cuya protección la comunidad internacional entera tiene el deber de cooperar”.

Teniendo una mayor claridad de las categorías existentes dentro de la definición de patrimonio, se puede definir dentro de cual de estas se encuentra este tipo de proyecto, por lo tanto, **el material resultante será considerado dentro de la categoría de patrimonio cultural tangible mueble y a su vez es patrimonio local, en base a las definiciones anteriormente descritas. Ya que estamos considerando al objeto de observación como un artefacto tangible, valioso para la sociedad que le dan sentido de pertenencia y que deja en evidencia tradiciones, costumbres y necesidades de nuestra sociedad.** Es preciso puntualizar que dentro del desarrollo del proyecto y la investigación, nos referiremos a los carritos ambulantes como parte del mobiliario urbano de la ciudad, entendiendo que éste, está dentro del patrimonio local, pero lo categorizamos de urbano por tratarse de un elemento propio de una ciudad.

Por otra parte, en el VII Seminario sobre Patrimonio Cultural el año 2005, Clara Budnik, ex-directora de la Dibam (Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos) señaló acerca del patrimonio: **“No se trata de catalogar objetos, se trata de recrear con ellos, de**

reinterpretarlos, de contextualizarlos, de abrirlos a nuevos sentidos, generando nuevas formas de relacionar el patrimonio con un mayor número de personas”

Ante este tema, muchas otras disciplinas han aportado en gran medida a lo que ya se ha dicho y hecho en torno al patrimonio, identidad nacional y reconocimiento cultural. Historiadores, sociólogos, arqueólogos han jugado un rol esencial en haber establecido previamente, ciertos parámetros de acción y haber definido aspectos dentro del tema: sin embargo la disciplina de comunicación visual, también ha comenzado a tener presencia y aportar al panorama actual.

Compartiendo las palabras de Clara Budnik, el proyecto no solo se trata de hacer un catalogo de objetos, sino más bien una reinterpretación de estos, con lo que se busca hacer una lectura de la ciudad a través de elementos cotidianos, en donde gracias a la visión de comunicadores visuales se buscará entregar una nueva visión del acerca del tema de **patrimonio pero abordado desde una nueva perspectiva y buscando ser un aporte al tema.** Otro acercamiento al tema de patrimonio, es

lo que planteó Nivia Palma, actual directora del Dibam (Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos), en la Convención de la cultura y las artes 2006, quien señala lo siguiente:

“Constituyen patrimonio cultural una diversidad de bienes, oficios, prácticas y representaciones simbólicas. Cuando hablamos de patrimonio cultural, no estamos haciendo referencia sólo a edificios, lugares con valor histórico, arquitectónico o arqueológico, como tampoco sólo hacemos referencia a objetos con valor histórico, artístico o antropológico. También estamos hablando de todo aquel patrimonio inmaterial o intangible, que es digno de recordar, digno de permanecer, que nos habla profundamente de la vida y de su sentido, que en sí misma dan trascendencia al ser humano, más allá del espacio y tiempo.”

Es por lo anteriormente mencionado por Nivia Palma, es que este proyecto rescata una actividad y un oficio muy característico de la ciudad, el cual pasa muchas veces desapercibido, pero que sin embargo nos relacionamos inconscientemente con él, en nuestro tránsito por la ciudad.

PATRIMONIO GRÁFICO

El patrimonio gráfico se entiende como piezas u obras gráficas que plasman parte de la historia del país (afiches, billetes, logotipos, revistas, ilustraciones, historietas, carátulas de libros, fotografías, spot publicitarios) que dan cuenta de una época, ya sea por la técnica de realización o mensaje comunicativo que genera, evidenciando parte de nuestra historia. Plasmando procesos políticos, desarrollo económico del país, evolución de las tecnologías, incorporación de nuevos canales comunicacionales, etc. Generando en las personas un sentimiento de pertenencia y reconocimiento en ellas.

Es Pepa Foncea, diseñadora nacional, académica y realizadora del proyecto “carretones”, quien define los aspectos centrales de este tipo de patrimonio de la siguiente manera: “El patrimonio gráfico, lo conforma un mundo de formas y colores, signos y símbolos, presentes en elementos tan disimiles como la gráfica logada al circo, el legado fotográfico, los carteles callejeros de ferias, los motivos de fiestas nacionales y religiosas, la graficación de valores,

billetes, monedas y sellos postales, los símbolos patrios, los escudos, y emblemas de las ciudades y pueblos, los galvanos y condecoraciones, la pintura y los colores de la arquitectura popular, y un largo etcétera”

De esta manera podemos entender que nuestra disciplina comienza a jugar un rol importante dentro de esta área, abriendo la puerta a una nueva categoría dentro del patrimonio, un patrimonio gráfico de la ciudad.

Es en este punto en donde el rescate, la recopilación de manifestaciones urbanas (grafitis, stencil, sticker, murales), la identificación de familias de objetos dentro de la ciudad, comienzan a ser herramientas que logran establecer nuevos aportes al tema. Y es ahí, donde el comunicador visual, a través de sus potencialidades, logra desarticular y establecer los códigos que conforman nuestra identidad visual más allá de lo folclóricamente reconocible, teniendo el poder de establecer en las personas, nuevas percepciones en torno a la identidad.

Dentro del patrimonio gráfico podemos destacar como por ejemplo:

- » Los Afiches de polla chilena de beneficencia (Waldo González).
- » Spot publicitarios y grafica de campaña del plebiscito del "SI" y el "NO" 1988.
- » Tipografías vernaculares Chilenas.
- » Evolución de logos de canales de tv chilena.
- » Revista Condorito.
- » Muralismo chileno
- » Revistas Zigzag
- » Chile marca registrada
- » Archivo fotográfico de Chilectra de Santiago comienzos del siglo XX
- » Libro 33 1/3 RPM (caratulas de discos), entre otros.

El objeto de observación en sí, no es parte del patrimonio gráfico, sin embargo, el trabajo de investigación y el resultado, si lo serán. Es por tanto que con este proyecto **se pretende dejar un legado fotográfico sobre el tema, legado que servirá de registro de una época**, de una actividad, de costumbres de la sociedad, de necesidades que se suplen con los carritos de comida ambulante. Por lo tanto es acá en donde se centra el real aporte del proyecto.

● PROVINCIA DE SANTIAGO ●

Santiago es sin duda el centro neurálgico del país, el gran centro de la economía, lugar de oportunidades para quienes migran de zonas rurales en busca de mejores alternativas de trabajo, principal punto de llegada para los visitantes extranjeros. Es a consecuencia de esto que Santiago, en su afán de igualar su infraestructura con las principales ciudades, ha implementado grandes carreteras que permiten cruzar la ciudad en un par de minutos, monumentales edificaciones, gran oferta de mall's y centros comerciales a lo largo de la capital, siendo epicentro de encuentro, entre los diferentes estilos de vida presentes en la ciudad. Sitio en donde conviven distintas realidades, pasando de sectores refinados a sectores en donde la pobreza y sencillez marcan el día a día.

Es dentro de este agitado y vertiginoso estilo de vida, en donde aparecen entre calles y avenidas, los carritos de comida ambulantes, listos para saciar el apetito del ciudadano veloz que avanza contra el tiempo, o el turista que degusta de algún producto exótico para él, pero típicamente chileno para nosotros.

A modo de contextualizar el proyecto y definir el área de acción en donde se realizará la investigación, se presentará una breve descripción de la zona escogida.

REGIÓN METROPOLITANA

Es la más pequeña en relación a las otras regiones del país, sin embargo concentra la mayor densidad poblacional, con 393,50 habitantes por km², según censo 2002⁷. En donde el 93% de la población se ubica en el sector urbano y el 7% se encuentra en el área rural. El 77,02% (4.668.473 habitantes) de la población de la Región Metropolitana vive en la provincia de Santiago.

La Región Metropolitana con sus más de 6.000.000⁸ de habitantes, posee 52 comunas entre sus 6 provincias, donde la provincia de Santiago es la que posee el mayor número de

7. Fuente: Instituto Nacional de estadísticas

8. Fuente: Instituto Nacional de estadísticas

municipios, conformándose por las siguientes 32^º comunas:

- » Cerrillos
- » La Reina
- » Pudahuel
- » Cerro Navia
- » Las Condes
- » Quilicura
- » Conchalí
- » Lo Barnechea
- » Quinta Normal
- » El Bosque
- » Lo Espejo
- » Recoleta
- » Estación Central
- » Lo Prado

- » Renca
- » Huechuraba
- » Macul
- » San Miguel
- » Independencia
- » Maipú
- » San Joaquín
- » La Cisterna
- » Ñuñoa
- » San Ramón
- » La Florida
- » Pedro Aguirre Cerda
- » Santiago
- » La Pintana
- » Peñalolén
- » Vitacura
- » La Granja
- » Providencia

Siendo las siguientes, las cinco comunas con mayor población:

- » **Maipú (468.390 habitantes)**
- » **La Florida (365.674 habitantes)**
- » **Las Condes (249.893 habitantes)**
- » **Peñalolén (216.060 habitantes)**
- » **Santiago (200.792 habitantes)**

La región se basa principalmente en el desarrollo de actividades terciarias como el comercio, restaurantes, hoteles, servicios financieros, transporte y telecomunicaciones. Según censo del año 2002, 1.827.730 personas trabajaba en las actividades terciarias, es decir, un 78,8% del total regional¹⁰.

Otra actividad creciente en la capital es el turismo: que principalmente se basa en numerosos museos y centros culturales, con amplia oferta de lugares de paseos y diversión tanto diurna como nocturna. En donde Santiago se presenta ante los turistas y también ante sus

9. Fuente: Instituto Geográfico Militar
10. Fuente: Instituto Nacional de estadísticas.

propios habitantes, como un lugar interesante para conocer y visitar.

Esta cualidad la adquiere, en parte, por ser el punto de entrada de mayor importancia al país, recibiendo en el aeropuerto internacional Arturo Merino Benítez a la mayor cantidad de turistas extranjeros que arriban a nuestro territorio.

Museos de arqueología, de historia, de ciencias y de artes plásticas son algunas de las alternativas que brinda la capital, entre los que destacan:

- » Museo Nacional de Bellas Artes
- » Museo Histórico Nacional
- » Museo de Arte Contemporáneo
- » Museo de Arte Precolombino
- » Museo de Historia Natural
- » Museo de Ciencia y Tecnología
- » Museo Ferroviario
- » Museo Artequín

- » Museo de La Merced
- » Museo Interactivo Mirador
- » Museo Nacional de Aeronáutica y del Espacio

Entre las alternativas que ofrece la capital está la oferta de numerosos parques, plazas y paseos que permiten disfrutar de hermosos entornos. Entre los más grandes y concurridos destacan:

- » Parque Metropolitano
- » Parque O’Higgins
- » Parque Los Reyes
- » Cerro Santa Lucía
- » Quinta Normal
- » Parque Bustamante
- » Parque Forestal
- » Parque de las Esculturas
- » Parque Intercomunal de La Reina
- » Parque Almagro.

Otro beneficio que posee Santiago desde el punto de vista del turismo, es su cercanía con los Andes, lo que posibilita el poder disfrutar de los deportes de invierno lo que resulta un atractivo para los visitantes que llegan al país en los meses de invierno. Los principales centros de esquí a pocos kilómetros de distancia de Santiago son:

- » El Colorado
- » Valle Nevado
- » La Parva
- » Farellones
- » Lagunillas

Dentro de las propias actividades que se desarrollan durante el año en la capital, se efectúan eventos de carácter nacional e internacional, tales como la Feria Internacional del Aire, FIDAE; la Feria Chilena del Libro; la Feria Internacional de Artesanía ; el Festival Santiago a Mil, además de exposiciones, congresos y seminarios. Todas estas actividades y eventos atraen al público visitante tanto local como extranjero.

Paralelamente con lo anterior, Santiago es considerado el centro histórico patrimonial y cultural de la región, que lo hace enormemente atractivo desde el punto de vista de salir a recorrer, convirtiéndose de cierta manera en un museo al aire libre, al contar entre sus calles con edificios declarados monumentos nacionales. Sin ir más lejos al recorrer la ciudad de Santiago, el visitante se puede encontrar en su camino con 93 de los 174 sitios patrimoniales presentes en la región.

Entre los monumentos arquitectónicos que encontramos en Santiago y que son parte del centro histórico se destacan:

- » La iglesia San Francisco
- » La Casa Colorada
- » La Estación Central
- » Palacio de la Moneda
- » Biblioteca Nacional
- » Estación Mapocho
- » Mercado Central
- » Palacio Cousiño

Entre los barrios típicos y zonas turísticas se pueden visitar:

- » Barrio Concha y Toro
- » Barrio Paris Francia
- » Barrio Lastarrias
- » Plaza Yungay
- » Parque Forestal
- » Plaza de la constitución
- » Cerro San Cristóbal
- » Cerro Santa Lucia
- » Plaza de armas
- » Parque de las esculturas
- » Teatro Municipal

Pues bien, con todo lo anteriormente mencionado, será de carácter habitual el encontrarnos con algún carrito de “street food”. Y es, como se menciona al inicio, que estos están presentes en el recorrido a diario que realiza un habitante de la ciudad, así como también de un turista que transita por ella.

Inevitablemente están presentes y son parte del entorno, relacionándose con el transeúnte voluntaria o involuntariamente según cada caso.

Con esto, se define el radio de acción en torno a la toma fotográfica, puntualizando que no será necesario ir a cada una de las comunas de la provincia de Santiago en busca de las muestras, ya que en la comuna de Santiago y sus alrededores, podemos encontrar los carritos más representativos a cada una de las categorías (mote con huesillo, sopaipillas, cabritas, entre los otros ya mencionados).

● **CARRITOS AMBULANTES DE “STREET FOOD”** ●

A todos nos ha pasado más de alguna vez al ir de tránsito por la ciudad, que repentinamente nos ataca el apetito. Ya sea en Santiago de Chile, Nueva York, Ciudad de México, Buenos Aires o ciudad de Tokyo, existen maneras rápidas y económicas de solucionarlo. Esto, gracias a que en todas estas ciudades, existen carritos de “Street Food” o comida al paso. Es por esto, que en casi todas las grandes ciudades, no es inusual encontrar estos puestos de comida en las calles principales, ofreciendo una variada gama de productos, desde los tradicionales y mundialmente conocidos Hot dog, hasta las comidas más típicas de cada una de estas zonas, siendo una clara muestra de tradiciones y costumbres de cada lugar.

Sopaipillas, Arrollados primavera, Pretzel, Brochetas de pollo, cerdo, verduras con salsa picante, tallarines mágicos asiáticos, choripanes, kebabs callejeros con sabores exóticos, arroz salteado en wok, pescado frito, moros con cristianos, cerdo frito, carnitas michoacanas, pastas de arroz frías con verduras y aceite de sésamo. Hamburguesas con queso fundido, mollejas a las brasas entre pan y pan, jugos

y bebestibles naturales. Empanadas fritas u horneadas, tanto de pino como de pollo o queso, con aceitunas o huevo duro, y así, un sin número de comidas que son ofrecidas alrededor del mundo en estos carritos de “Street Food”.

“STREET FOOD”

El término “Street Food” es utilizado por la organización Consumers International (<http://www.consumersinternational.org>) que es una organización global e independiente que hace campañas en favor de los consumidores. Con miembros en 115 países, donde se encargan de proteger y ayudar a los consumidores en todo el mundo.

Esta organización, se ha hecho cargo y a tomado medidas al ver el aumento de esta actividad en gran parte del mundo, y el creciente riesgo de encontrarse con algún tipo de alimento contaminado por una mala gestión sanitaria, por desconocimiento del consumidor como del abastecedor. Por lo mismo, esta organización llevó a cabo una campaña¹¹ a favor del acceso seguro a los alimentos que se vende en la vía

pública en diferentes ciudades del mundo en la que buscaban:

- » Lograr el reconocimiento de que la venta ambulante de alimentos es una actividad legítima
- » Persuadir a las autoridades locales a mejorar el acceso de los vendedores a servicios de saneamiento y eliminación de residuos
- » Convencer a las autoridades locales para que presten servicios básicos accesibles y cursos de higiene para las personas que se dedican a la venta callejera de alimentos.

Anterior a esto, en el año 2003 y 2005, Consumers International había realizado un programa de investigación en torno a 18 países en donde se estudiaba la actividad de venta de alimentos en la vía pública, lo que contribuyó en portar un mayor conocimiento de la actividad y los aspectos técnicos de ésta¹².

GARRITOS EN SANTIAGO

Santiago, al igual que las ciudades anteriormente mencionadas no escapa a esta realidad, y en ella, podemos encontrar una amplia gama de comidas y menús a degustar en los carritos de “Street Food”. Solo basta con hacer un simple recorrido por las calles y avenidas principales de la capital para encontrar estos carritos ubicados en alguna esquina, prestos a ofrecer sus productos.

Es común al transitar por la ciudad el reconocer imágenes como estas: Carritos de confitería cercanos a colegios y liceos, Un grupo de trabajadores degustando de unas “calentitas” sopaipillas en una fría mañana de invierno, Niños haciendo fila para obtener su preciado y vaporoso algodón de azúcar, Acalorados transeúntes disfrutando de un refrescante vaso de mote con huesillo en días de verano, y así, podríamos seguir describiendo una serie de otras escenas tan típicas de nuestra sociedad.

11. www.streetfood.org

12. www.consumersinternational.org

ASPECTOS LEGALES

Un tema recurrente en torno a los carritos de “street food”, es si estos cumplen con las normas tanto legales como de salud para la comercialización de alimentos en la vía pública. Temas no menores dentro de esta actividad. Si bien en la capital chilena, actualmente podemos encontrar una cuantiosa gama de carritos, existe una serie de procedimientos para poder obtener un permiso a fin de ejercer este tipo de actividades. Por lo mismo, la municipalidad de Santiago, dictaminó una ordenanza municipal para el comercio estacionado y ambulante, documento que puede ser encontrado en la página Web de la municipalidad www.municipalidaddesantiago.cl, bajo el título Ordenanza N° 59 del 6 de octubre de 1994, cuya última actualización fue realizada en Junio de 2008. En este texto se puede encontrar toda la documentación necesaria para la tramitación de permisos municipales para el correcto funcionamiento del comercio. A continuación y a modo de resumen, se detallarán los aspectos más importantes de este texto:

Según la Ordenanza municipal, las personas que deseen acceder a los permisos deberán elevar una solicitud al alcalde fundamentando los motivos de la petición y reuniendo los siguientes requisitos:

- » Ser mayor de 18 años
- » No poseer, pertenecer o ser socio de un negocio establecido
- » No ser titular de algún permiso o concesión de la misma o cualquier comuna
- » Tener residencia preferentemente en la comuna

Conjunto a esto se deberán presentar los siguientes documentos:

- » Fotocopia de cédula nacional de identidad
- » Certificado de Antecedentes para fines especiales
- » Declaración simple de la actividad a realizar
- » Declaración simple de que no está

relacionado a un comercio establecido y que no posee permisos municipales anteriores

- » Permiso del servicio de salud correspondiente

Así mismo la autoridad municipal podrá solicitar un informe social sobre la situación económica del solicitante y grupo familiar. De igual modo el alcalde tendrá la facultad de otorgar, modificar, renovar y poner término a los permisos. Ahora bien para el correcto funcionamiento de la supervisión y fiscalización cada trabajador ambulante deberá tener de manera pública en su estación de trabajo el permiso municipal, más la autorización del Servicio de Salud al día, conjunto al libro de inspección municipal y la cédula de Identidad.

Otra de las observaciones importantes a considerar, es respecto al diseño de los puestos de comercio ambulante, cuyos colores y medidas deben ceñirse a las especificaciones establecidas por la dirección de Obras municipales, así mismo deberán tener en buenas condiciones las instalaciones y deben

ser pintadas una vez al año del color que indique la autoridad municipal, así también, deben ser de estructura metálica, resistentes, inoxidable, no porosos, no absorbentes, lavables, fácilmente desarmables y transportables. Se deberán instalar en lugares alejados de focos de la insalubridad ambiental, y sobre terrenos pavimentados.

Dentro de las prohibiciones para la ejecución del comercio ambulante se encuentran:

- » La ampliación del carro, o la instalación de nylon en su superficie
- » Colocación de propaganda sin permiso municipal
- » Uso de parlantes o cualquier reproductor de sonido
- » Venta de artículos de giro no autorizado
- » Arrendar, prestar, dar en administración o facilitar el permiso o negocio a terceras personas

En evidencia queda el hecho que para esta actividad no existe una inspección estricta, ya que es común ver en las calles de Santiago carritos que escapan de estas ordenanzas y limitantes que estipula el municipio. Sin embargo se mantiene ejerciendo la actividad. Rubro que bordea, en esas ocasiones, lo ilegal pero que irremediamente se ha hecho un espacio dentro de la sociedad chilena. Multiplicándose cada vez más la cantidad y tipo de productos que nos ofrecen los carritos de "street food".

TIPOS DE CARRITOS

Al momento de buscar una definición formal respecto al artefacto carrito, no encontramos ninguna que se pudiera rescatar para incluir en el desarrollo de la parte investigativa, por lo cual en base a lo recogido empíricamente y a través de distinta información encontrada en internet, definimos a los carritos de la siguiente manera:

En esencia la palabra carrito es un diminutivo de la palabra carro, el cual es un vehículo de carga y transporte de productos. Que funciona en base a la tracción o impulso humano.

Su estructura básica está compuesta de las ruedas en la parte inferior que pueden ser tres o cuatros dependiendo del tipo carro. Una superficie que contiene los productos a comercializar, la cual puede ser plana, con niveles o con compartimientos. Un techo que cubre la superficie mencionada anteriormente.

La transacción para comprar uno de los productos se realiza mediante la persona que está a cargo del carrito, la cual realiza la acción de entregar el producto y cobrar su respectivo valor. En la mayoría de los casos es la misma persona que realiza ambas tareas.

En Santiago, como en el resto de las ciudades

del mundo, la diversidad de carros está directamente relacionada con la variedad de productos que se ofrecen. Es decir dentro de estas categorías podemos encontrarnos con los carritos patrocinados, los carritos básicos para una actividad específica y los carros adaptados.

Carros patrocinados: aquellos que los auspician y publicitan alguna marca, años atrás era común ver este tipo de carro con productos lácteos. Soprole, tiene en las calles un modelo de carro de comercialización de productos lácteos, en los que se porta la publicidad de marca de la empresa. Así también Savory, junto a sus triciclos con un compartimiento de frío para mantener los productos a temperatura adecuada. En el último tiempo marcas como Mckay, Nestlé y otras, han comenzado a publicitar en carritos de confitería y golosinas.

Carrito básico: Estos son aquellos que están implementados para la actividad que desarrollarán, como por ejemplo los de sopaipillas, que poseen una cocinilla para hervir el aceite en donde se fríen, o un carro de algodón de azúcar en donde el carro

contiene principalmente el artefacto que produce los hilos de azúcar una vez que esta ha sido derretida. Estos carros por lo general no publicitan marca alguna, debiendo cumplir con los aspectos que estipula la ordenanza municipal. Estos son adquiridos por los comerciantes directamente con los distribuidores que se dediquen a la fabricación de estos.

Carritos modificados: son todos aquellos que por causas de adaptación, cambian su función inicial para pasar a funcionar como módulo de venta de comida en la vía pública. Un caso típico que se dio tiempo atrás con este tipo de carros fue la adaptación de los carritos de supermercados. En un comienzo, se podría apreciar en ciertos sectores cercanos al barrio universitario de Santiago Centro, el surgimiento de módulos de venta de jugos naturales que utilizaban estos carritos modificados para ofrecer el producto.

Además dentro de la variedad de carros particulares presentes en la ciudad, no se debe olvidar que existen empresas de alimentos que poseen sus propios carritos expendedores que

utilizan para comercializar sus productos. Entre ellas podemos encontrar a la reconocida marca Nut 4 Nut, que con sus tradicionales carritos de maní, son parte del paisaje urbano de la ciudad. La empresa Copihue la cual refresca los calurosos meses de verano con sus carritos expendedores de mote con huesillo, o porque no mencionar a las empresas del rubro de la alimentación como Bravissimo, Dominó, Pizzahut, entre otras, que tienen el servicio de comercializar sus productos en eventos y ocasiones especiales a través de sus módulos tipo carritos.

Como ya lo hemos mencionado antes, los carritos están presentes en la vida diaria del habitante de esta ciudad, son parte del panorama diario en el tránsito por las calles, en donde el ciudadano establece dos tipos de relaciones: consciente o inconsciente. Es así como de esta relación consciente, se puede describir dos tipos de instancias. Una de tránsito y otra de permanencia.

De tránsito cuando el consumidor solamente accede al carro para una compra rápida. En donde existe solamente una comunicación de tipo de transacción entre el vendedor y el comprador. Comúnmente sucede esto en los tipos de carros que ofrecen productos como dulces y golosinas, churros, cabritas, algodón de azúcar o maní confitado.

De permanencia cuando el consumidor accede al carro para una compra que lleva un mayor tiempo de transacción. Sin embargo este no es el único factor que interfiere para que la permanencia en el carro sea mayor. También influye el tipo de productos. Se da principalmente en los carros que ofrecen desayunos (café, té y pan), sopaipillas, mote con huesillo o completos. Esto debido a

que son productos de una u otra manera las personas deciden detenerse a comerlos, ya sea en el mismo carrito o en su alrededor.

Es acá en donde podemos estar constatando comportamientos y actitudes de las personas al relacionarse con este objeto, lo que podemos encontrar dentro de costumbres que se presentan en la ciudad. El cual es una de las finalidades del proyecto.

MENÚ DIARIO

A continuación, se detallará parte del amplio menú de comidas y los productos más comunes que podremos encontrar en las calles y esquinas del gran Santiago, en los carritos de “Street Food”, los que nos determinarán las tipologías existentes:

SOPAIPILLAS

Las sopaipillas son básicamente una masa frita, que a veces lleva zapallo en su preparación. Son principalmente caseras, pero es muy común y tradicional encontrar variados carritos en la calle comercializándolas. En general, se consumen saladas, pero también existen dulces, las que se denominan “sopaipillas pasadas”, donde se bañan con chancaca, una preparación acuosa con fuerte sabor a caramelo. La mostaza y el ají son los principales acompañantes de las sopaipillas de la calle. Estas, son de preferencia una comida de invierno por su alto nivel calórico, sin embargo, se les puede encontrar en cualquier estación del año en Santiago.

CHURROS

El Churro consiste en una masa de harina, agua y sal de consistencia acuosa que al ser pasada a presión por un anillo estriado se transforma en un largo tubo de un par de centímetros de ancho, que es frito inmediatamente. Después de frito, es cortado en trozos de aproximadamente 15 centímetros de largo y servido espolvoreado con azúcar “Flor”. Se venden por docena o media docena, envueltos en cucuruchos de papel, confeccionados en el momento por el vendedor. Una variante son los churros rellenos, estos se diferencian por estar rellenos de manjar, mermelada, crema o chocolate.

PAPAS FRITAS

Las tradicionales y mundialmente conocidas papas fritas. Su preparación consiste en pelar y cortar papas para freírlas en abundante aceite caliente. Luego se rocían con abundante sal, para ser servidas luego en cambuchos de papel. Por lo general son acompañadas de Ketchup o mostaza según sea el gusto del consumidor. Se pueden encontrar durante todo el año, en carritos callejeros y puestos establecidos.



EMPANADAS FRITAS

Las clásicas empanadas, hechas de una masa rellena con abundante queso, son principalmente fritas para su posterior consumo. Junto con las sopaipillas, sacian el hambre de las frías jornadas en época de invierno, acompañadas de té o café, según la preferencia.



COMPLETO O ITALIANO

Su preparación consiste en una vienesa dentro de un pan alargado al que se le agrega tomate, chucrut y salsa americana, aderezado con mayonesa, ketchup o mostaza, según la preferencia del consumidor. La variación de estos ingredientes transforman a este, en un completo italiano, en donde, la preparación “tomate palta mayo” brinda tal nombre. El Completo se puede consumir tanto en carros adaptados para su venta callejera, como en sofisticados locales de Centros Comerciales, convirtiéndose en un clásico dentro de la comida rápida chilena.



SÁNDWICH DE POTITO

Se trata de un Sándwich, realizado a partir de la carne del ano y recto del vacuno, ablandada a fuego lento para ser luego cortada en tiritas y mezclada por lo general con ají y cebolla frita. Puede servirse acompañado de longanizas y aderezos.

Su venta se realiza generalmente a las afueras de los recintos deportivos y eventos populares masivos.

MANÍ CONFITADO

La preparación de esta variación del maní, es que se confita y carameliza en el propio carrito minutos antes de su venta, el que cuenta con una olla de cobre y una cocinilla a gas. Existen dos tipos de carros vendedores de maní: el tradicional, el que es administrado por su propio dueño, como también, existen cadenas de maní confitado, los que mantienen un estándar respecto a la venta de este producto.

CABRITAS / POPCORN

Su preparación, consiste en que cierto tipo de maíz es tostado hasta que la temperatura interior del grano, provoca que la cáscara explote. Principalmente tienen un sabor acaramelado, pero existen otras variantes al momento de comercializarlas. Principalmente son de gran preferencia entre los niños, por lo que es habitual encontrar carritos de “cabritas” cerca de plazas, parques de entretenimientos o eventos infantiles, como también en cines, donde es posible consumirlas tanto dulces como saladas.

ALGODÓN DE AZÚCAR

Está elaborado con hilos de azúcar los cuales son teñidos con colorantes, en el proceso que se derrite y solidifica el azúcar. De característico color rosado, y de grandes proporciones, también se pueden encontrar en color azul o púrpura. Los niños los prefieren tanto como las palomitas de maíz, por lo que no es raro encontrar carritos de algodones de azúcar en plazas de juegos infantiles, cerca de algún colegio o de algún evento infantil.

MOTE CON HUESILLO

Indiscutiblemente la bebida nacional del verano. Con una preparación a base de jugo acaramelado, mote de trigo y duraznos deshidratados o "huesillos". La estación de verano, trae consigo la proliferación por toda la capital de carritos o "stand" que ofrecen este bebestible, que bien helado, ayuda a refrescar las altas temperaturas de dicha época del año. Una curiosidad entre los carritos y "stand", es el que se autodenomina "El Rey del Mote con Huesillos", encontrando así, varios reyes dentro de la capital.

FRUTAS

Manzanas, plátanos, duraznos, damascos, ciruelas, uvas y toda la fruta de la temporada se ofrecen a los veloces transeúntes que, seguramente, no cuentan con tiempo necesario para ir a una feria libre o adquirirlos en un supermercado.

JUGOS NATURALES

Jugo de naranja recién exprimido es lo que se ofrece en vasos plásticos de 250cc aprox. con tapa y pajilla, para que el consumidor prosiga su viaje sin necesidad de detener su traslado para degustar de él. Ideal para comenzar el día, o beberlo en los intensos y calurosos días de verano.



Productos lácteos, Te café, dulces y golosinas, helados artesanales u otros.

De esta manera podemos hacernos un panorama actual de la situación de los carritos de “Street Food” en la ciudad de Santiago, el que ayudará a entender el comportamiento que se da dentro de esta actividad por parte de los vendedores, el comportamiento por parte de los consumidores al momento de deciden por utilizarlos y cuáles son los productos que estos nos ofrecen en la actualidad.

Con las tipologías de carritos ya definidas, se puede comenzar a agrupar el material. A su vez esta definición ayudará a ordenar el material dentro del proyecto editorial.

Esta misma definición que se acaba de mencionar se puede utilizar para ordenar capítulos, para la recolección y toma de material fotográfico o simplemente para tener claridad de cuáles son las características de cada uno de los ellos teniendo una definición del producto que comercializa por si se desea incluir dentro del libro.



● **DISEÑO EDITORIAL** ●

Como se plantea en el objetivo general, el resultado de este proyecto es el desarrollo de un material editorial, por lo tanto en este capítulo se abordarán los aspectos técnicos que se deben manejar a la hora de preparar una publicación.

Para comenzar se debe decir que el diseño editorial es una de las muchas ramas que tiene el diseño gráfico, el cual se especializa en la maquetación y composición de publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. Esto incluye el diseño, diagramación y la gráfica interior y exterior de los textos, considerando además los temas de impresión y terminaciones. Una de las funciones del diseño editorial es potenciar el mensaje y contenido de la publicación, a través de los códigos gráficos y el formato.

De las publicaciones se puede decir que estas pueden ser diarias, semanales, mensuales, semestrales, trimestrales o anuales, incluso se puede dar que se una publicación única. Las publicaciones pueden ser clasificadas según estos tipos¹³:

Anuario: Publicación que se edita cada año con información cronológicamente ordenada. Contiene estadísticas, artículos y análisis.

Brochure: tipo de publicación sin cubierta, el cual puede un solo pliego, un díptico o tríptico.

Catálogo: tipo de publicación que reúne información de cierto ámbito específico. Una empresa, un servicio, etc. También reúne imágenes y su descripción cuando se trata de exposiciones, galerías de artes, etc.

Folleto: publicación no periódica, que puede variar en su cantidad de páginas. Incluyendo la tapa.

Memoria: publicación anual por parte de alguna empresa o institución, en la cual se difunde las actividades y resultados obtenidos durante el periodo recién pasado.

Periódico: publicación que contiene noticias, información y publicidad, de bajo costo. Su publicación puede ser semanal o diariamente.

Revista: publicación de información general, especializada en algún tema. Su publicación puede ser semanal, quincenal, mensual, semestral.

Libro: es una obra (que puede ser manuscrita, impresa o pintada) dispuesta en hojas de papel encuadernadas y protegidas por una cubierta. Esta obra que trata sobre cualquier tema e incluso que no contiene palabras, sino sólo imágenes. Según la UNESCO, un libro debe tener 50 o más hojas. En el caso contrario, es considerado un folleto. Un libro dependiendo de su extensión puede estar dividido en varios tomos o volúmenes.

EL LIBRO ACTUAL

Podemos encontrar 3 tipos de libros. Los clásicos libros impresos, los libros electrónicos o e-book (desarrollados para ser visto en algún dispositivo electrónico o el computador) y los audio-libros (desarrollados para personas no videntes, donde el libro es narrado).

En la actualidad está muy latente la discusión de, si el e-book, logrará hacer desaparecer al tradicional e histórico libro impreso, por los beneficios que éste posee. Los que están a favor de esta nueva modalidad, argumentan la facilidad de la difusión con que un e-book se puede distribuir alrededor del mundo, lo que conlleva un beneficio económico monumental. Así mismo, la inmediatez al poder publicar desde un simple computador personal y que a su vez esté disponible a la brevedad para cualquier persona que desee acceder a él, desde los puntos más recónditos del planeta. Desde un punto de vista ecológico, importante es el hecho de aportar en la reducción de utilización de papel.

Sin embargo los defensores del tradicional libro impreso argumentan primero que este formato, tiene la facultad de solo depender de él para ser leído, es decir, no necesita de una fuente

de electricidad para su lectura, ni de estar vinculado a otro aparato. También justifican al impreso dada las características de poder ser transportable al momento de ir viajando, trasladándose de un lugar a otro, ya que este es un momento, en donde habitualmente las personas aprovechan para leer ya sean libros, diarios o revistas. Otro argumento que se expone al momento de defender este tipo de publicación, es el de carácter emotivo, al existir ediciones de lujo para coleccionistas, los cuales aprecian la materialidad del libro, como un objeto de diseño, el que poseerá detalles en su producción (como puño seco, alto o bajo relieve, folias, entre otros), que le brindarán el valor agregado que en un documento de hipertexto, no podría tener. Esto, lo podemos comparar con lo que sucede con el arte de los discos de música, es decir, ciertamente hoy en día, el intercambio de música se hace a través de internet, traspasando los archivos MP3, sin necesidad de comercializarse, sin embargo existen las ediciones en CD de colección que para los coleccionistas y fanáticos de ciertas agrupaciones musicales, les resulta de mucho valor poseer el disco como objeto de colección y el arte de éste.

TIPOS DE LIBROS

Dentro de la clasificación en el tipo de libro, podemos encontrarnos con los de tipo Descriptivos, Narrativos, Conversacionales, Instructivos, Predictivos, Explicativos, Argumentativos y Retóricos. Y dentro de cada uno de estas categorías nos encontramos con diferentes formatos de libros, los cuales son:

- » Científicos
- » Literatura y Lingüísticos
- » De viaje
- » Biografías
- » Libro de texto
- » Libro objeto
- » De referencia o consulta
- » Monografías
- » Recreativos
- » Instructivos
- » Libros de gran formato (Coffee Table Book)
- » Pop up book
- » Memorias

- » Anuarios
- » Poesía
- » Enciclopedias

Luego de revisar los tipos de libros, se determinó en función de cumplir con los objetivos del proyecto que el mejor formato con el cual se podía trabajar era el de coffee table book. El cual cumplía con las características que le queríamos otorgar al proyecto.

A continuación una especificación de los libros de gran formato.

COFFE TABLE BOOK

Dentro de las categorías anteriormente mencionadas, encontramos el coffee table book, el que es definido por ser un libro de gran formato, en el que se otorga preponderancia principalmente a las fotografías y/o ilustraciones que este contenga. Impactante tanto por el formato así como por la calidad de las imágenes, en los coffee table book, el texto es sólo un complemento a la imagen, sin ser indispensable para ésta. Por lo tanto, el nivel comunicativo de las imágenes es en gran medida el factor primordial en este tipo de publicación. Una de las características que define a este tipo de libro es que poseen tapa dura y un gran formato. Son libro de lujo por sus cuidadas terminaciones y encuadernación. De ahí su nombre coffee table book (que sería algo como “libro de mesa de centro”, contextualizándolo a la realidad de Chile).

Este tipo de libros tiene gran auge comercial como artículos de regalo y se ha convertido en complemento decorativo de los hogares, ya que por su atractiva presentación se exhiben en

salones y despachos, sobre mesas, en lugar de guardarse en estanterías¹⁴.

Otra característica fundamental de este tipo de publicaciones es que son temáticos, por lo mismo podemos encontrar bastante diversidad y variedad de temáticas desarrolladas con anterioridad; esculturas, grabados, paisajes, ciudades, arquitectura, comidas, vehículos, flora, moda entre otros. Es acá en donde la temática del proyecto y el tipo de material recolectado encuentran un buen soporte para ser expuesta; potenciando las imágenes de los carritos y su interacción con el entorno, el usuario y el propio vendedor. Dando espacio para la contemplación de las imágenes en amplio formato, permitiendo al usuario del libro, reconocerse en las situaciones plasmadas en él.



¹⁴. http://es.wikipedia.org/wiki/Coffee_Table_Book

ASPECTOS TÉCNICOS

El desarrollo de una publicación requiere tener conocimientos específicos relacionados al diseño del libro como a su producción. También el conocimiento de las tecnologías que se utilizan en este proceso. Todo en función de potencializar el resultado final y lograr un trabajo óptimo y de calidad.

A continuación se procederá a desglosar los aspectos formales que forman un libro:

Portada, portada interior o página de título:

Contiene los nombres completos del autor o autores, el título completo del libro, la casa editorial (en la mayoría de los casos el logotipo de ésta), el lugar y el año de impresión, nombre del prologuista, etc.

Portadilla

Es la hoja anterior a la portada, en la que sólo se anota el título de la obra.

Lomo

Es la parte opuesta al corte de las hojas. Por lo general se imprimen el nombre del autor y título de la obra.

Contraportada

Es la página que está en la cara posterior a la portadilla, con el nombre de la serie a que pertenece el libro y otros detalles si este hace parte de una serie o colección, o puede también ir en blanco.

Prefacio, introducción y/o presentación

Es el preámbulo, el proemio o parte que precede al cuerpo principal de la obra. Página(s) destinada(s) al escrito que sirve como preparación para lo que es la materia principal del libro.

Cuerpo de la obra

Es la parte central de un libro y puede estar dividido en partes, capítulos, entre otros. Su capítulo final es el de las conclusiones.

Cubiertas:

Son la tapa del libro; los planos y el lomo de papel con que se forma la parte exterior del libro. En la cubierta anterior, también llamada portada exterior, es donde se imprime el título del libro, el nombre del autor y la casa editorial que lo publica.

Índices y listados:

Pueden ser analíticos, temáticos: onomásticos, cronológicos, geográficos, de mapas, de ilustraciones, de gráficas, de fotografías, etc.

Apéndices o anexos :

Complementos o suplementos del cuerpo principal del libro constituidos por documentos importantes, datos raros, cuadros, etc.

Camisa o forro:

Es una cubierta suelta de papel con la que se protege el libro. En ella se imprime, generalmente a color, la portada del libro o el nombre de éste.

Solapa :

La solapa es una prolongación lateral de la camisa o de la cubierta (si esta es de papel delgado) que se dobla hacia adentro y en la que se imprimen, generalmente, los datos del autor, la foto, otras obras publicadas, etc.

Guardas:

Hojas de papel en blanco que unen el libro y la tapa (en algunos casos) y sirven para la protección de las páginas interiores.

Hojas de respeto o cortesía:

Hojas en blanco que se colocan al principio y al final del libro. En ediciones de lujo o especiales se colocan dos o más hojas de cortesía.

Página legal o de derechos :

Es la página que está en la cara posterior a la portada, donde se anotan los derechos de la obra: el número de la edición y el año, número de reimpresión, el nombre del traductor (si es una obra originalmente escrita en otro idioma), el año en que se reservaron los derechos, representados por el signo © (copyright), el lugar de impresión, la casa editorial, el International Standard Book Number (número internacional normalizador de libros) conocido como ISBN, etc.

Agradecimientos:

Es la página en la cual el autor del libro da las gracias a quienes colaboraron de alguna forma con la publicación, investigación o elaboración del libro.

Colofón:

El colofón va generalmente en la última página impar, en la que se imprime el lugar de

impresión, fecha y el nombre de la imprenta. También incluye el número de tirada (copias impresas) y el logotipo o escudo del impresor. Muchas veces se agrega el tipo de letra usado y la clase de papel.

Bibliografía:

Listado de las obras consultadas por el autor para la elaboración de su obra.

Advertencia:

Palabras con las que se advierte o se pone de manifiesto algo que debe tenerse en cuenta antes de empezar a leer el libro. Cuando se trata de una reimpresión, el autor o el editor aclaran si la obra conserva la estructura de la anterior o si hay alteraciones o ampliaciones notables.

Prólogo:

El prólogo puede denominarse también prefacio o introducción y se le llama así al texto previo al cuerpo de la obra. El prólogo puede estar escrito por el autor, editor o por alguien que conozca muy bien el tema que ocupa a la obra.

Índice general o contenido:

Es una relación organizada del contenido del libro. Si se pone al principio se llama "contenido" -generalmente en las obras científicas- y si va al final se llama "índice" -generalmente en las obras literarias-.

Epígrafe:

Es la página reservada para la expresión, frase, sentencia o cita que sugiere algo del contenido del libro o lo que lo ha inspirado.

Dedicatoria:

Es el texto con el cual el autor dedica la obra a alguien en especial, se suele colocar en el anverso de la hoja que sigue a la portada.

Existen una serie de elementos que deben ser considerados al momento de comenzar con la etapa del diseño de una publicación. Elementos que van netamente relacionados con la diagramación, los que se procede a especificar:

Formato: se refiere al tamaño final de la publicación. El tema del formato está relacionado directamente con otro tema como es el papel.

Papel: es el soporte en donde será impresa la publicación. Los factores a considerar son: El gramaje del papel (gramos) y el tipo de papel (estucados o no estucados).

Márgenes: definen la caja de diagramación que es el lugar donde van a ir principalmente los textos; las imágenes podrán estar distribuidas en toda la página aprovechando la grilla de diagramación.

Columnas: podrán establecerse en número único (una, dos, tres, cuatro, etc.) o combinarlas en la diferentes páginas. El ancho de ellas puede

variar en función de la diagramación que se esté utilizando. El espacio entre columnas es también un tema a considerar y que se puede manipular de acuerdo al objetivo deseado.

Texto: llamado “cuerpo de texto”, es el tipo en que será impreso el contenido principal, ya sea libro o publicación periódica. Entre los factores a considerar esta el tipo de fuente que se utilizará y el cuerpo de la fuente.

Imágenes: estas pueden ser fotografías, ilustraciones o infografía; acompañadas por pie de fotos descriptivas si la imagen lo amerita.

Con todos estos aspectos formales a tener en consideración, el papel como diseñador es el de encontrar dentro de ellos, la mejor utilización para potenciar el material. Su uso ira en función a lo que se quiera lograr con el libro e ira de acuerdo tanto a la grafica que se utilice como al concepto que se trabaje, por lo tanto no es obligatoriamente necesariamente la incorporación de cada uno de los puntos mencionado anteriormente.

SISTEMA DE IMPRESIÓN

Para el desarrollo de una publicación, es necesario también conocer los beneficios y desventajas que poseen cada uno de los distintos sistemas de impresión¹⁵.

Sistema de Impresión Offset: La impresión se realiza mediante unas planchas tratadas que se encuentran situadas sobre unos cilindros, por cada color (Cian, Magenta, Amarillo y Negro).

El offset, se basa en el principio físico de repulsión agua-aceite que no se mezclan, por eso el método usa tinta con base de aceite y agua. Los elementos impresores aceptan la tinta grasa y rechazan el agua, y los blancos rechazan la tinta y aceptan el agua.

La imagen a imprimir, una vez colocada en la placa, recibe la tinta y el resto absorbe el agua, así la imagen entintada es transferida al otro rodillo, que lo transfiere al sustrato.

El sistema offset es el más utilizado por los impresores por la combinación de buena calidad y economía.

Sistema de Impresión por Huecográfica:

Este sistema de impresión es uno de los más extendidos en la actualidad. Usado habitualmente en la impresión de calidad de embalaje flexible (como bolsas de papas fritas y envoltorios de golosinas), también en edición (libros y revistas de gran tirada), tiene como particularidad que la forma impresora es una forma en bajo relieve.

La definición y calidad de la impresión Huecograbado es la mejor para impresiones de materiales como el film de Polipropileno, Poliéster, Poliamidas, Aluminios, etc. Esto se debe a los pequeños puntos que se pueden lograr en el metal, no como en las técnicas de flexografía donde la forma de aplicar la tinta al papel es mediante un cilindro recubierto con un polímero (goma), lo que hace que la impresión deba tener puntos más grandes, esto hace que las imagen pierdan definición y al aplicar la tinta mediante contacto con la goma hace que la imagen se reviente y pierda definición.

Sistema de Impresión flexográfica: Deriva de la tipografía y utiliza planchas flexibles y tintas

¹⁵. <http://www.fotonostra.com/grafico/>

fluidas que secan por evaporación. Las formas están hechas de caucho o fotopolímeros, y la imagen se encuentra en relieve al igual que en el sistema tipográfico.

El sistema de impresión flexográfico es directo, esto quiere decir que la plancha flexográfica una vez entintada, transfiere directamente la tinta al soporte, por ello cuando vemos esta plancha observamos que los textos de la imagen se leen al revés para que en el soporte impreso se lean correctamente

Impresión por serigrafía: Serigrafía es el método de impresión que funciona a base de la aplicación de tinta a una superficie a través de un película montado sobre una malla fina de fibras sintéticas o hilos de metal, montadas sobre un bastidor. La película es creada por un proceso fotográfico que deja pasar la tinta donde la emulsión ha sido expuesta a la luz. La tinta se esparce sobre la malla y se distribuye con una espátula para que pase por las áreas abiertas y plasme la imagen.

Es uno de los procesos más versátiles ya que

puede imprimir en casi cualquier superficie incluyendo: metal, vidrio, papel, plástico, tela o madera.

Impresión digital: La impresión digital es un proceso que consiste en la impresión directa de un archivo digital a papel, por medio de tóner. Este proceso es ideal para proyectos de impresión de bajo volumen y tiempos de entrega sumamente cortos, ya que una de las principales ventajas que ofrece es la disponibilidad casi inmediata de los impresos, pues no requiere tiempo de secado o enfriamiento al no trabajar con tintas, como la tradicional impresión offset.

ENCUADERNACIÓN Y TERMINACIONES

Una vez impreso el material es necesario definir la encuadernación y las terminaciones de la publicación, por lo que es pertinente diferenciar entre las distintas modalidades de encuadernación y sus características.

Encuadernación en rústica: conocida popularmente como encuadernación de tapa blanda, es un tipo de encuadernación en la que el libro, cosido o encolado, está forrado simplemente con una cubierta de papel o de cartón, generalmente fuerte aunque no necesariamente rígida, y pegada al lomo. Generalmente los libros que presentan este tipo de encuadernación son ediciones baratas, ya que una encuadernación de este tipo es mucho más económica que una encuadernación en tapa dura. Existen dos variantes de encuadernación rústica: Rústica cosida: los pliegos del interior van cosidos entre sí.

Rústica fresada: los pliegos van unidos entre sí mediante por cola que se ha aplicado al lomo, haciendo pequeños surcos en donde penetra de mejor manera el pegamento. En ambos casos, el libro puede llevar o no solapas en su cubierta.

Encuadernación de tapa dura (cartoné): Se usa

como encuadernación de lujo, y es la empleada para enciclopedias, libros de consulta, etc. En este tipo de encuadernación el bloque del interior del libro va unido a las tapas, por las páginas primera y última del libro, denominadas guardas. Existen dos variantes: cartoné cosido, en donde los pliegos del interior van cosidos entre sí, cartoné fresado, en donde los pliegos van unidos entre sí mediante cola aplicada al lomo.

Encuadernación tipo Caballete: Tipo de encuadernación en que los pliegos van unidos entre sí por grapas. Se emplea en revistas, folletos, etc.

Flexibook: Es un tipo de encuadernación en tapa dura flexible, realizada con una cartulina de alto gramaje. Tiene el mismo aspecto exterior que un libro encuadernado en tapa dura y puede ser cosido o fresado, y en ambos casos, con o sin solapas.

Encuadernación mecánica: conocida como anillado, y se refiere a perforar las hojas en uno de sus costado que luego son anillados (puede ser de plástico o metálico), dependiendo de la cantidad de hojas a anillar, el tamaño del espiral.

● TIPOLOGÍA Y REFERENTES ●

Dentro de la búsqueda de referentes para desarrollar el proyecto, se encontraron una diversidad de libros relacionados a la identidad de Chile, que plasman parte del patrimonio chileno, de gráfica chilena, de manifestaciones artísticas chilenas, los cuales principalmente el registro fotográfico juega un rol principal. Publicaciones que giran en torno al campo chileno, a la ciudad y sus barrios típicos, a los trabajadores y sus oficios, a la gráfica vernacular, las fiestas religiosas, las personas comunes, los paisajes naturales, los vehículos, esculturas de la ciudad, las comidas de cada zona y otros temas muy diversos relacionados con Chile, buscan plasmar y dejar registro de lo que somos como país, siendo la fotografía el recurso más utilizado.

Cabe destacar que dentro de las publicaciones a comentar se diferenciarán los referentes directos en el que está inspirado el presente proyecto y luego se expondrán algunas publicaciones que también fueron revisadas y que son parte del panorama actual.



"SANTIAGO GRÁFICO"

Juan Francisco Somalo.

Publicación en la que se rescata el patrimonio artístico, cultural y visual local, y se valora la importancia de la cultura popular urbana de Santiago, apelando a la memoria emotiva a través del registro fotográfico.

El valor que podemos rescatar de este proyecto según la interpretación en relación a lo comentado por el propio autor en una entrevista¹⁶ para el portal Terra es que en este proyecto se está usando la fotografía no sólo como una expresión artística, sino que como soporte patrimonial y testimonial en donde se apela al gusto de las personas por recordar y reconocerse en ciertos hitos capitalinos.

La publicación fue editada por Midia Comunicaciones, con el financiamiento del Fondo del Libro y patrocinada por la Corporación Patrimonio Cultural de Chile.



Dentro de los aspectos de diseño que interesa rescatar de este libro se encuentra la encuadernación de tapa dura, lo que lo provee de una mayor durabilidad al ser transportado. En su interior la estructura de la diagramación va mezclando entre imágenes a página completa, enfrentamientos de dos imágenes o imagen acompañada de textos.

Su contenido está agrupado en 4 grandes temáticas las que van acompañadas de textos que complementan el relato visual.

¹⁶www.ec.terra.com/tecnologia/interna/0,012463769-E18862,00.html

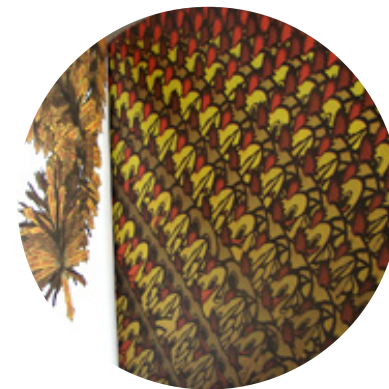
MODESTO ESTUPENDO

Manuel Córdova.

Reúne la selección de un rescate fotográfico inspirado en la gráfica vernacular de la capital. Letreros, afiches, iconos populares, entre otros, son los que articulan el contenido de este libro. En donde la saturación y la repetición son constantemente utilizadas en las piezas graficas experimentales creadas por el autor.

El formato pequeño, casi cuadrado que posee, lo convierte en un libro de fácil transporte.

La diagramación interna que posee el libro se basa principalmente a exponer la imagen a tamaño completo en una u ambas hojas, sin textos ni descripciones que las acompañen, dando la opción al lector a hacer sus propias interpretaciones e reinterpretaciones de lo que está viendo, permitiéndole también reconocerse en alguna de esas imágenes ya sea por reconocerlas en su vida diaria o por evocarle a tiempos pasados.





"MICROS". EL FINAL DEL RECORRIDO

Manuel Córdova.

Reúne una compilación fotográfica que muestra parte del imaginario visual colectivo del transporte público que antecedió a Transantiago, las populares "micro amarillas".

Este libro resulta un atractivo catálogo para todos aquellos que no alcanzaron a conocerlas y más aún un registro histórico para quienes hicieron uso de ellas en esos tiempos. Graficas, objetos, decoraciones, carteles, elementos distintivos, códigos propios que se articularon bajo este sistema de transporte, quedan plasmados en este libro.

Con un formato un poco más grande que los otros dos libros mencionados anteriormente, Micros, evidencia como a pesar de tratarse de un mismo sistema, cada una era particular en sí. Como cada conductor la "Enchulaba" y la personalizaba a su manera. Con imágenes enfrentadas, secuencias de un mismo elemento con diferentes adaptaciones o los nombres propios que poseían cada una de ellas, es que la



diagramación de las páginas deja claramente en evidencia la diversidad y diferenciación.

Ambos libros han sido relevantes en formar una nueva percepción en las personas sobre el tema de identidad, patrimonio gráfico y patrimonio visual de la ciudad, logrando que se comience a valorizar lo propio y tener conocimiento y conciencia sobre estos temas.

Otro referente directo consultado para el desarrollo de esta investigación, es el trabajo realizado por la diseñadora Nacional **Pepa Foncea** en la exposición llamada "Carretones", Muestra la gráfica popular que está presente en los carretones de Santiago. Esta muestra es el resultado de la investigación y registro en comunas periféricas en donde este medio de transporte aún se utiliza.

Esta exposición es el resultado de un proyecto Fondart de la Región Metropolitana 2004 que se presenta en dos formatos: una exposición y el sitio web www.carretones.cl (el cual ya no está activo).



Dentro del diverso material que fue necesario revisar para la etapa investigativa, “**Barcelona Gráfica**”, “**Animitas- Templos de Chile**” y “**Thoughtless**” sirvieron de acercamiento al tema del rescate y de la fotografía como registro.

“THOUGHTLESS” IDEO

Jane Fulton

Escapa a los libros revisados anteriormente ya que no se centra en la gráfica ni tampoco en el tema de identidad. “Thoughtless”¹⁷, a diferencia de los otros, hace referencia a conductas y costumbres de las personas en sociedad. Es una muestra fotográfica en la que se aprecian hábitos y conductas de las personas. Casi de una manera inconsciente y por eso el título del libro. “Thoughtless” aporta una excelente referencia para el proyecto ya que en el tema de los carritos de “Street Food” se busca evidenciar necesidades, tradiciones y costumbres de la propia ciudad de Santiago.

“BARCELONA GRÁFICA”

América Sánchez.

Proyecto en el que recopila piezas de gráfica urbana barcelonesa. Afiches comerciales, números de portales, viñetas, alegorías, emblemas, pictogramas, que se hacen legibles e ilustran los usos de la ciudad.

“ANIMITAS. TEMPLOS DE CHILE”

Juan Forch

Es el rescate de las animitas que pueblan la carreteras de Chile, presentes en el imaginario local de los chilenos con el cual conviven diariamente, pero muchas veces pasa inadvertido.

17. www.thoughtlessacts.com/

Estos son algunos de los libros dentro del panorama actual en donde este proyecto se convertirá en un aporte a la temática:

LA OTRA MIRADA

la visión del campo viene a la ciudad. Landleben.



Proyecto realizado conjuntamente en cooperación chileno-alemana, el cual trata acerca de los bosques del sur de Chile y la vida campesina de la zona. El proyecto incorporaba a los propios lugareños a ser parte de él, permitiéndoles a ellos en conjunto con un equipo de fotógrafos profesionales hacer la selección de imágenes más representativas.

Destacando su valor documental al ser ellos mismos los protagonistas.

CHILE ROSTROS

Nicolás Piwonka.



Testimonio y relato visual de los aspectos físicos del rostro de niños, ancianos, jóvenes y trabajadores a lo largo del país. Rasgos físicos característicos de los habitantes en las distintas zonas del país, con sus distintas actividades laborales y en distintas etapas de la vida. Los rasgos físicos son distintivos a la hora de hablar de identidad entre distintos grupo de individuos.

POR LA SENDA DE LA FE

Museo histórico nacional.



Proyecto que registra algunas de las fiestas religiosas más importantes de Chile. La fotografía permite plasmar la emoción y el fervor de los participantes de estos ritos, además de todo lo que gira en torno a ellos: las comidas, los cánticos, entre otros. Un registro que rescata parte del patrimonio intangible como es la fe y la religión.

GEOGRAFÍA DEL TRABAJO

ACHS.



Una narración de país desde el norte al sur de Chile, a través de fotografías de trabajadores chilenos. En este libro se plasman las principales actividades laborales que se ejercen a lo largo del territorio nacional. Evidenciando una clara diversidad entre las actividades laborales a lo largo del país, dependiendo de las condiciones climáticas y geográficas de Chile.

CHILE. IMÁGENES A LO HUMANO Y A LO DIVINO

Juan Francisco Bascuñán.



Libro que retrata las fiestas religiosas de Chile. Los cultos, los objetos de adoración, vestimentas tradicionales y la propia religiosidad de la persona, plasmando a través de las imágenes todo el contexto que conlleva cada una de estas celebraciones. Además posee información sobre la calendarización de estas fiestas en todo el país a lo largo del año.

CHILÓE: RELATOS DE UN MIRADOR

Rodrigo Muñoz Carreño.



Como su nombre ya lo anticipa, las imágenes de este libro hacen referencia a esta isla al sur de Chile. Son sus personas, sus oficios y sus cantores populares los que este libro nos entrega, brindándonos a ser parte de esta tradicional y conocida isla de Chile.

DEL OTRO LADO

Cristian Martínez.



Cristian Martínez se encarga de presentarnos una parte de Santiago la que aún conserva la nostalgia y realidad de una vida provinciana. Y es que a través del relato visual, el enfrentamiento de imágenes y los propios protagonistas, se logra apreciar como la modernidad ha quedado excluida en ciertos sectores de la capital.

VALPARAÍSO REVISITADO

Rodrigo Casanova.



Como su nombre lo dice, Valparaíso es el protagonista de este rescate fotográfico. Retrata de perfecta manera el concepto de diversidad, en donde a través de los colores, texturas, estructuras, materiales, y otros paisajes, presentes en ellas, se logra plasmar y comprender la característica principal de Valparaíso.

DESARROLLO DEL PROYECTO

● EDICIÓN DEL LIBRO ●

La edición de un libro abarca los siguientes puntos los cuales pasaremos a detallar.

- » Creación de la Obra
- » Registro de propiedad intelectual
- » Edición editorial o autoedición.
- » Cotización de la impresión del libro.
- » Inscripción en el ISBN
- » Impresión del libro

Antes de continuar, es preciso detallar constatar la diferencia entre una edición editorial y una autoedición, ya que dependiendo de cuál sea nuestra intención, como se definirá el actuar en uno o más procesos dentro de la edición de la publicación.

Edición Editorial: es en la que se involucra a un agente editor en el proceso, es decir, se contacta a 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.

Al momento de preparar un producto editorial se debe considerar que se deben cumplir ciertas etapas previas al mismo diseño. Por lo mismo este será el flujo de trabajo con el cual se comenzará el proceso de diseño. El cual ayudará a optimizar el proceso.

CONTENIDOS

El contenido principal con el cual se trabajara, será el set de imágenes recolectadas y seleccionadas. A su vez gestionará el contactarse con algún profesional de las áreas de comunicación visual que se interese en la temática de la ciudad, de patrimonio, identidad, que le interese el proyecto y desee redactar desde su punto de vista algo relacionado con el contexto del libro. O quizás algún profesional que haya realizado algún trabajo similar y

que desee hacer su aporte con un texto de colaboración para el proyecto.
A continuación se presenta los posibles profesionales con los cuales se haría el contacto.

Pepa Fonseca:

Diseñadora Gráfica egresada de la Universidad Católica de Chile. Tiene una vasta trayectoria y experiencia en Educación del Diseño. Durante 2004 al 2006, desarrolla la investigación Patrimonio Gráfico en carretones de Santiago, proyecto de rescate de una particular iconografía popular chilena. El cual fue mencionado anteriormente dentro de los referentes.

Juan Francisco Somalo:

Juan Francisco, Periodista y Fotógrafo Profesional. A participado en más de 50 exposiciones individuales y colectivas y ha recibido varios reconocimientos por su trabajo en Chile y en el extranjero. Actualmente su tiempo profesional lo comparte entre la labor de fotoperiodista y la docencia universitaria.

Guillermo Tejada:

Estudió en la Escuela de Bellas Artes de la Universidad de Chile y en la Escuela de Bellas Artes de Sant Jordi, en Barcelona. Fue uno de los organizadores de la exitosa iniciativa Supermerc'art, y tuvo importantes papeles en la organización del pabellón chileno en la exposición universal Expo Sevilla 92.

Mauricio Vico:

Diseñador Gráfico, licenciado en Historia del Arte, Licenciado en Estética. Ha desarrollado una extensa labor como profesor-investigador de Diseño en las universidades de Chile y UTEM. También ha realizado charlas promoviendo el diseño nacional en foros y conferencias en el extranjero.

REVISIÓN DE CONTENIDOS

Se comenzará por la revisión del contenido para la totalidad de la publicación. Se podrá trabajar en base a capítulos, si es que el contenido está separado de esta forma. Al referirnos a contenido, se entiende que se trata de las imágenes contenidas en la edición, las ilustraciones y los textos. Al tratarse de una publicación propia, la generación y posterior edición de los contenidos queda a cargo del mismo autor y también de gestionar el contacto con los profesionales que colaborarán con la publicación.

Revisión gramatical y de reglas ortográficas.

Como el título lo anuncia, una vez finalizando la etapa de edición de contenidos, se debe pasar a una revisión gramatical y ortográfica a cargo de un entendido del tema. Por lo general este trabajo lo asume un redactor, un periodista, etc. Al tratarse de una publicación propia, la revisión gramatical y de reglas ortográficas quedará a cargo de un profesional externo el cual cooperará voluntariamente con el proyecto.

Diseño y confección de maquetas.

El proceso de diseño entre otras cosas implica la conceptualización, la definición del formato, la diagramación misma del libro entre otros aspectos. Estos se detallarán más adelante en este mismo capítulo. Una vez diseñado completamente, se procede a confeccionar una maqueta de la edición, en este proceso se considerará el papel de las tapas, el gramaje de las hojas, las terminaciones, etc. Luego esto será útil para poder cotizar en imprenta y tener el presupuesto del total en relación al tiraje que se convenga.

REGISTRO E INSCRIPCIÓN

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL¹⁸

Concede un medio de prueba sobre de la autoría o creación de una obra, a la cual se pueden adherir los autores nacionales y los autores extranjeros domiciliados en Chile.

La ley N° 17.336 de 1970 sobre Propiedad Intelectual protege los derechos que, por el solo hecho de la creación de la obra, adquieren los autores de obras de la inteligencia en los dominios literarios, artísticos y científicos, cualquiera sea su forma de expresión; y los derechos conexos que ella determina. El derecho de autor comprende los derechos patrimonial y moral, que protegen el aprovechamiento, la paternidad y la integridad de la obra.

Protegen al autor y a su obra intelectual.

También protege a los denominados titulares de derechos de autor, vale decir cónyuge sobreviviente, herederos, cesionarios y legatarios. Además, la ley ampara los derechos conexos de los artistas, intérpretes, ejecutantes y productores fonográficos.

Para realizar el proceso de registro, se debe entregar un ejemplar completo de la obra y llenar el formulario de inscripción, cancelando los siguientes valores según el tipo de obra que se trate:

- » Proyectos de ingeniería y arquitectónicos, programas de computación: 35% de una UTM.
- » Obras cinematográficas, incluidos videos: 40% de una UTM.
- » Cualquier otra inscripción: 10% de una UTM.

EL ISBN - INTERNATIONAL STANDARD BOOK NUMBER¹⁹

Es un sistema internacional de numeración e identificación de títulos de una determinada editorial, aplicado también a Software, utilizado por los editores ingleses el cual ha sido adoptado por los comerciantes del libro como también por las bibliotecas.

El fundamento del sistema es identificar un título de una determinada editorial. Una vez atribuida la identificación, este número sólo será aplicable a esa obra y no podrá ser reutilizado. Es importante destacar que el ISBN es aplicable, independiente del destino que el editor le asigne al libro, ya sea para venta, obsequio o circulación interna.

A partir de una reunión realizada en Berlín en 1967, el sistema fue oficializado internacionalmente y ratificado posteriormente por la ISO (International Standard Organization) como norma internacional en 1972 - ISO 2108-1972. Actualmente consta de 13 dígitos, divididos en 5 segmentos:

18. www.dibam.cl/derechos_intelectuales/faq.asp

19. www.isbnchile.cl/

20. www.isbnchile.cl/tarifas.htm

- » Prefijo de 3 dígitos que identifica internacionalmente el sector del libro (actualmente, corresponde al 978)-
- » Seguimiento del identificador del país o área geográfica. En el caso de Chile corresponde al 956.
- » Los dígitos que identifican al editor, cuya extensión es variable y lo asigna la Agencia Oficial.
- » El indicador de título, que corresponde a los dígitos que identifican un título determinado y es otorgado por la Agencia Oficial.
- » Un dígito verificador o dígito de control que permite la verificación automática de toda la secuencia numérica.

De esta forma el ISBN es idéntico al código EAN Bookland de 13 dígitos, que ya aparece en el código de barras impreso de la cubierta posterior de los libros. El bookland es un código de barras especial que se utiliza para representar los números ISBN y precios en las tapas de los libros. Un código de barras EAN de 13 dígitos para representar el número ISBN y un código de barras suplementario de 5 dígitos que indica el precio del libro y la moneda en la que dicho precio está expresado.

Valores 2010 (incluyen IVA)²⁰

- » REGISTRO I.S.B.N. AÑO 2010 = \$7.300.
- » ASIGNACIÓN DE CÓDIGO DE BARRA EN FORMATO JPG = \$3.500.
- » REGISTRO I.S.B.N. + CÓDIGO DE BARRA EN FORMATO JPG = \$10.800.

Creatives Commons

Creatives Commons sería algo como “*Compártelo, reúsalo y remézclo, legalmente.*” Y es que de eso se trata. Al hablar de creatives commons nos referimos a licencias desarrolladas por la organización de mismo nombre, las cuales otorgan un rango flexible de protección y libertad para autores, artistas y educadores. El objetivo principal de la utilización de este tipo de licencia es cambiar la idea de Todos los Derechos Reservados a Algunos Derechos Reservados.

Según la propia definición Creative Commons: Constituye un innovador proyecto internacional que tiene por objetivo fortalecer a creadores y creadoras, para que sean quienes definan los términos en que sus obras pueden ser usadas, qué derechos desean entregar y en qué condiciones lo harán.

La organización sin fines de lucro creada por Lawrence Lessig, profesor de derecho en la Universidad de Stanford y autor de importantes textos sobre ley del ciberespacio, tiene como idea central ofrecer un modelo

legal de licencias y una serie de aplicaciones informáticas que faciliten la distribución y uso de contenidos dentro del dominio público.

Si el paradigma del sistema tradicional del derecho de autor es “Todos los derechos reservados”, para las licencias CC es “Algunos derechos reservados”. Si en el sistema del derecho de autor el principio es que toda utilización de una obra debe tener un permiso expreso del titular de los derechos de autor, para las licencias CC el principio es el de la libertad creativa. Este sistema no está pensado como un enemigo del derecho de autor. Al contrario, se complementa con éste. Estamos conscientes de la importancia del derecho de autor en nuestra cultura.

Creative Commons proporciona un sistema que automatiza la búsqueda de contenidos “comunes” o bajo licencia CC. Así, al licenciar su obra, el creador establece condiciones generales que quedan incorporadas digitalmente a la obra, de manera que un motor de búsqueda puede identificarlas y escoger la que más le convenga.

Poner las obras bajo estas licencias significa el ofrecer algunos derechos a terceros bajo algunas restricciones.

A continuación se definirá cada uno de ellas²¹:

- » Reconocimiento (Attribution): El material creado por usted puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceras personas si se muestra en los créditos.
- » No Comercial (Non commercial): El material original y los trabajos derivados pueden ser distribuidos, copiados y exhibidos mientras su uso no sea comercial.
- » Sin Derivar (No Derivate Works): El material creado por usted puede ser distribuido, copiado y exhibido pero no se puede utilizar para crear un trabajo derivado del original.
- » Licenciar Igual (Share alike): El material creado por usted puede ser modificado y distribuido pero bajo la misma licencia que el material original.

Con estas cuatro condiciones combinadas se pueden generar las seis licencias que se pueden escoger:

Reconocimiento: El material creado por usted puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos.

Reconocimiento – Sin Derivar: El material creado por usted puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se pueden realizar obras derivadas.

Reconocimiento – Sin Derivar – No comercial: El material creado por usted puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial. No se pueden realizar obras derivadas.

Reconocimiento – No comercial: El material creado por usted puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial.

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual: El material creado por usted puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener

ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.

Reconocimiento – Compartir igual: El material creado por usted puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. Las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de licencia que el trabajo original.

Una vez hecha la elección del tipo de licencia por la cual se registrará la obra, se obtiene la licencia expresada de tres formas:

- » Commons Deed. Es un resumen leible por los humanos del texto legal con los iconos relevantes.
- » Legal Code. El código legal completo en el que se basa la licencia que has escogido.
- » Digital Code. El código digital, que puede leer la máquina y que sirve para que los motores de búsqueda y otras aplicaciones identifiquen tu trabajo y sus condiciones de uso.



● PROCESO DE DISEÑO ●

CONCEPTUALIZACIÓN

Al trabajar en la conceptualización del proyecto editorial en sí, se barajaron variadas posibilidades. Entre ellas surgió la idea de conceptualizar el propio caos de la ciudad lugar en donde se encuentran estos carros. Otra posibilidad para trabajar era el mismo tránsito de las personas por estos módulos, un constante ir y venir de los propios consumidores. Trabajar con la gama colorida que identificaba a cada uno de los carros fue una tercera opción, ya que dependiendo del tipo de producto que ofrece, existe una cierta morfología y cromatología que impera en el carrito y que luego de hacer este trabajo recopilatorio es posible apreciar.

Sin embargo de trabajó lo siguiente: el concepto central creativo de definió como una parada dentro del viaje que se realiza por la ciudad. Una instancia de satisfacción, sosiego y dispersión, que los carritos brindan al ciudadano, al saciar su voraz apetito. Breve sensación que no dura más allá del consumo del propio hot dog, las sopaipillas con mostaza o el refrescante mote con huesillo, ya que pronto

vuelve a emprender su trayecto hacia algún destino que lo espera.

FOTOGRAFÍA

La dirección de arte en la fotografía fue clara y acotada. Fue primordial el poder transmitir a través del registro la atmosfera que se genera alrededor de cada carro, cual es la disposición de las personas y del entorno a este. La dirección de arte en este punto ayuda a que exista un hilo conductor que recorra la totalidad de las fotografías logrando plasmar y registrar lo que queremos comunicar.

Primordialmente al hacer la toma fotográfica se buscaba el poder registrar similitudes entre los diferentes carros y a su vez las diferencias más evidentes. Es por lo mismo que se definió por hacer 4 tipos de tomas previamente definidas y el resto según lo que se desease captar en el momento.

- » Un plano frontales en donde se aprecia la estructura en su totalidad.
- » Un plano medio para captar la interacción con los usuarios.
- » Un plano detalle de elementos gráficos.
- » Un plano general en donde se logra apreciar la estructura y su entorno.

MUESTRA DE TRATAMIENTO DE LA IMAGEN

Una vez obtenido el material a trabajar, se seleccionó las imágenes que servirían para el proyecto. Posterior a esto se procedió con la etapa de postproducción fotográfica, en donde se retocaron algunas imágenes en función de la dirección de arte y del concepto central.

Las fotografías fueron retocadas para reforzar el concepto con el cual se estaba trabajando. Se buscaba evidenciar y contrastar la dureza de la calle versus la sensación de satisfacción y sosiego producida al saciar la necesidad de alimentarse en los carritos de comida. De esta manera las imágenes buscan emular una sensación de ensueño.



Original



Retocada

TÍTULO DEL LIBRO

La definición del título para la publicación fue realizada bajo el criterio que debería ser un título directo, con un lenguaje simple, sin metáforas. Que fuese de rápido reconocimiento para el público objetivo. Por lo tanto se barajaron las siguientes alternativas.

- » Carros de Santiago
- » Carritos por Santiago
- » Carritos
- » Carritos s/n

Cada una de ella representaba de alguna forma el material que contendría la publicación. Sin embargo, el título se definió por “carritos”. Si entendemos la palabra en su origen que es carro, entendemos que se trata de un vehículo de transporte a tracción humana que se utiliza para trasladar elementos y objetos. Este artefacto posee ruedas para poder ser empujado o jalado con mayor facilidad.

Carritos, en tanto, es un término internalizado por los propios habitantes de la ciudad. Todas

las personas que transitan en ella han tenido algún tipo de relación con este modulo que ofrece comidas en la vía pública. Por lo tanto no es ajeno al ciudadano común. Al habla de carritos se vincula a los carros de comida ubicados en las calles de la ciudad. Es muy común el decir “vamos compremos en el carrito”, “en el carrito de la esquina”, “saliendo del metro, en donde está el carrito”. Por lo tanto no se prestaría para interpretaciones erradas. Además con la bajada del título, se definiría mucho más la temática de la publicación.

BAJADA DE TÍTULO

Ya teniendo definido el título, utilizar un recurso como la bajada del mismo, ayudaría a especificar mucho más la temática de la publicación. Para este fin se propuso no sea tan literal y jugar un poco con una bajada más de fantasía referente a la temática. Por lo tanto las alternativas que se manejaron fueron las siguientes:

- » Una parada obligada.
- » Pare, coma y siga.

- » Lectura de la ciudad de la street food.
- » Costumbres, tradiciones y necesidades.
- » Reconociéndonos en la street food.
- » Detención obligada.

Se definió utilizar como bajada de título el “detención obligada”. Detención que enuncia la acción que realiza el propio transeúnte de detenerse. Obligada debido a que es la propia acción de saciar la necesidad de alimentarse y satisfacer la sensación de hambre lo que obliga en términos prácticos a detenerse en uno de ellos.

DESARROLLO DE MARCA

Para desarrollar la imagen de marca estaba claro que se debía trabajar con el tipo de código que se manejaba dentro del rubro. Por ellos se uso de referencia la grafica que estos mismos carros poseen. Los carteles en donde anuncian los propios productos, los precios, el llamado a comprar, etc.

Es por lo mismo que se resolvió trabajar con una tipografía nacional, la cual está basada en la escritura popular y urbana de carteles. Se trabajó con un set de tipografías con estas características de donde se seleccionó **"Antillanca"**, por ser la más optima en relación a la composición del logotipo.

Para la bajada de la se utilizó la tipografía **"Expendio"** que reúne características similares a las ya mencionadas.

Como elementos adicionales, se rescataron ciertos elementos gráficos que se utilizan en los carteles para enfatizar y/o destacar ciertas palabras frases y oraciones. Elementos que cumplen dos funciones dentro de los carteles que observamos. Por un lado cumplen

una función decorativa dentro del formato, acompañando el detalle del precio o el enunciado principal. Y una segunda función como resaltar o enfatizar ciertas palabras que se desean destacar.

Otra característica que se rescató para trabajar la marca, fue la técnica que se utilizaba en la mayoría de las tipografías. El trabajar una doble letra, un filete que emula una sombra, un volumen de la letra, las cuales son aplicadas con la intención de darles más peso visual a los mismos textos.

El color utilizado fue el resultado de las pruebas que se realizaron con la paleta de colores que se rescato en base a los colores predominantes en estos carritos. Esta paleta pasará a ser explicada con mayor de detalle más adelante.

PROPUESTAS DESARROLLADAS

Dentro del proceso éstas fueron algunas alternativas que se trabajaron, embargo se fueron descartando en medida que no cumplían con el resultado esperado.



MARCA DEFINITIVA

GARRITOS

DETENCIÓN OBLIGADA

VARIACIONES

GARRITOS
♦♦♦♦ DETENCIÓN OBLIGADA ♦♦♦♦

GARRITOS
♦♦♦♦ DETENCIÓN OBLIGADA ♦♦♦♦

APLICACIONES

Se desarrolló para cada uno de los productos variaciones de la marca. En donde la aplicación varía según el producto al cual hace referencia. La aplicación del color en cada una de ellas tiene relación a la categoría que representa e incorpora un elemento gráfico distintivo.

Estas se utilizarán en las páginas que contengan algún tipo de información referente a la categoría de carrito específica.

CARRITOS
* MOTE CON HUESILLO *

CARRITOS
— SOPAIPILLAS —

CARRITOS
»» DULCES Y GOLOSINAS ««

CARRITOS
... FRUTAS Y VERDURAS ...

CARRITOS
~ COMPLETOS ~

ESTRUCTURA DEL LIBRO

El libro estará compuesto de la siguiente manera:

- » Índice
- » Introducción (autor)
- » Reseña
- » Texto colaboración I (autor invitado)
- » Texto colaboración II (autor invitado)
- » Contenidos del libro.
- » Por categorías registradas en la muestra
- » Espacio para auspiciadores

FORMATO DEL LIBRO

El formato que se escogió para el libro es de 25 cm x 22 cm cerrado

PALETA DE COLORES

La paleta de colores trabajada es el resultado de analizar cuáles eran los colores que predominaban en el rubro de los carritos. Los 6 colores principales que se utilizaron eran reiterativos en sus carteles, en el mismo carrito, o en sus propios productos. Por lo tanto la paleta es la siguiente:

Naranja
C:0 M:80 Y:94 K:0



Rojo
C:13 M:91 Y:100 K:5



Amarillo
C:10 M:6 Y:92 K:0



Celeste
C:70 M:1 Y:0 K:0



Azul
C:82 M:70 Y:0 K:0



Verde
C:86 M:25 Y:92 K:9



TIPOGRAFÍA

Antillanca y Expendio son utilizadas para la marca. Además son utilizadas dentro del libro para algunos títulos o frases destacadas.

ANTILLANCA
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
123456789
! " # \$ % & / () = ? @

EXPENDIO
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
123456789
! " # \$ % & / () = ? @

Swis721 Lt BT y Swis721 Blk BT son utilizadas para los textos dentro del libro.

Swis721 Lt BT
abcdefghijklmnopño
pqrstuvwxyz
123456789
! ” · \$ % & / () = ? ¿

Swis721 Blk BT
abcdefghijklmnopño
pqrstuvwxyz
123456789
! ” · \$ % & / () = ? ¿

PÁGINAS TIPO

Dentro del libro existirán ciertas páginas tipo. Las cuales contendrán el material fotográfico y los contenidos.

CARRITOS EN SANTIAGO



En Santiago, al igual que muchas otras ciudades en el mundo, podemos encontrar una amplia gama de comidas y menús a degustar en los carritos de "Street Food". Solo basta con hacer un simple recorrido por las calles y avenidas principales de la capital para encontrar estos carritos ubicados en alguna esquina, prestos a ofrecer sus productos.

Carritos de confitería cercanos a colegios y liceos. Un grupo de trabajadores degustando de unas "calentitas" sopapillas en una fría mañana de invierno. Niños haciendo fila para obtener su preciado y vaporoso algodón de azúcar. Acalorados transeúntes disfrutando de un refrescante vaso de mote con huesillo en días de verano y así podríamos seguir describiendo una serie de otras escenas tan típicas de nuestra sociedad.

Es evidente que hoy los tipos de carros que ofrecen productos es mucho mayor, en comparación a un par de años atrás. Y es así como vemos carros que ofrecen jugos naturales que hasta un par de años atrás no se veían.

* MOTE CON HUESILLO *

Lorem ipsum dolor sit amet

elit. Ut viverra leo sapien. Mauris bibendum diam et massa ornare sed lacinia nisi placerat. Morbi dapibus, nibh ac commodo gravida, diam dui vulputate turpis, in varius diam ante ut magna. Donec in felis at elit sodales dapibus. Donec pharetra neque eget mauris blandit condimentum. Fusce facilisis lectus sed arcu adipiscing at pretium eros luctus. In bibendum, lacus nec pharetra hendrerit, augue augue auctor dolor, et pellentesque velit dolor nec justo. Nulla sollicitudin venenatis tortor a posuere. Mauris sollicitudin, libero sagittis mattis faucibus, massa leo tempor risus, in fermentum turpis ipsum non dui. Praesent vel ligula et risus ultrices sodales. Phasellus dapibus, est vitae trincidunt trincidunt, mi justo interdum erat, sed scelerisque nisi tellus tempor ante

Proin porta. ligula auctor pharetra suscipit, neque dolor sodales mauris, non vulputat sapien elit

interdum quam. Ut mauris nulla, suscipit elementum adipiscing vel, suscipit sit amet urna. Phasellus adipiscing velit a lectus pellentesque faucibus. Aenean hendrerit gravida suscipit. Sed semper mollis elit vitae suscipit. Ut gravida trincidunt dui ac semper. Nullam urna sem, pulvinar quis pulvinar vitae, elementum vulputate metus. Integer pharetra nisi in tellus congue tempor elementum orci dapibus. Etiam pellentesque sapien id justo sagittis dignissim. Sed at ullamcorper libero. Phasellus vitae orci est, id aliquam metus.

Morbi vel tortor quis lorem vulputat ornare. Praesent accumsan faucibus leo et sodales. Mauris gravida trincidunt ante ut blandit. Morbi interdum laculis ipsum eget hendrerit. Nullam at libero sem, eget auctor nulla. Integer consequat vulputate ligula, sit amet aliquam augue consectetur mollis. Phasellus vehicula nulla id tellus auctor in tristique nisi aliquet. Donec lacus mauris, lobortis eu feugiat id, consequat ut magna. Ut vel tellus sed magna adipiscing



“CUANDO ÉRAMOS NIÑOS”

Lorem ipsum dolor sit amet, felis a proin ut, pellen-
tesque metus vestibulum eget ac, et ante, feugiat
morbi maecenas elit vestibulum, ut adipiscing leo
praesent vitae pede. Id consequat et nulla, diam
dignissim tincidunt sed. Rutrum a nisi, mauris sem

neque tortor dui aliquip. Id visi lectus tortor purus
sed dui, leo sit, lacinia in maecenas ut. Sit amet sit
egret, eget vitae, sed donec nascetur tortor eget
amet, amet suscipit at ligula. Netus

uma, erat nam uma nulla, auctor enim dictum, sit
varius vitae integer ultrices elit. Magna quis. Non
tempor cursus pharetra lectus amet a, wisi eu
consectetur. Auctor felis vestibulum consectetur ornare
enim metus. Vel dui, leo sit, lacinia in maecenas
ut. Sit amet sit eget, eget vitae, sed donec nascetur
tortor eget amet, amet suscipit at ligula. Netus

ate ligula, sapien imperdiet tortor, felis lectus cum
donec aliquam rutrum mi. Justo dui, nisi felis vesti-
bulum aliquam id turpis, justo adipiscing velit, orci

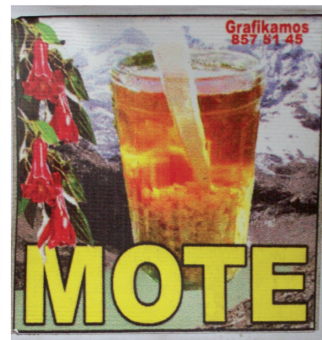
quis in, donec integer at tincidunt

nullam ut habitasse. Massa orci odio metus pretium
laoreet nisi.

ui, leo sit, lacinia in maecenas ut. Sit amet sit eget,
egret vitae, sed donec nascetur tortor eget amet,
amet suscipit at ligula. Netus

urna, erat nam uma nulla, auctor enim dictum, sit
varius vitae integer ultrices elit. Magna quis. Non
tempor cursus pharetra lectus amet a, wisi eu
consectetur. Auctor felis vestibulum consectetur ornare
enim metus. Vel dui, leo sit, lacinia in maecenas
ut. Sit amet sit eget, eget vitae, sed donec nascetur
tortor eget amet, amet suscipit at ligula. Netus

urna, erat nam uma nulla, auctor enim dictum, sit
varius vitae integer ultrices elit. Magna quis. Non
tempor cursus pharetra lectus amet a, wisi eu



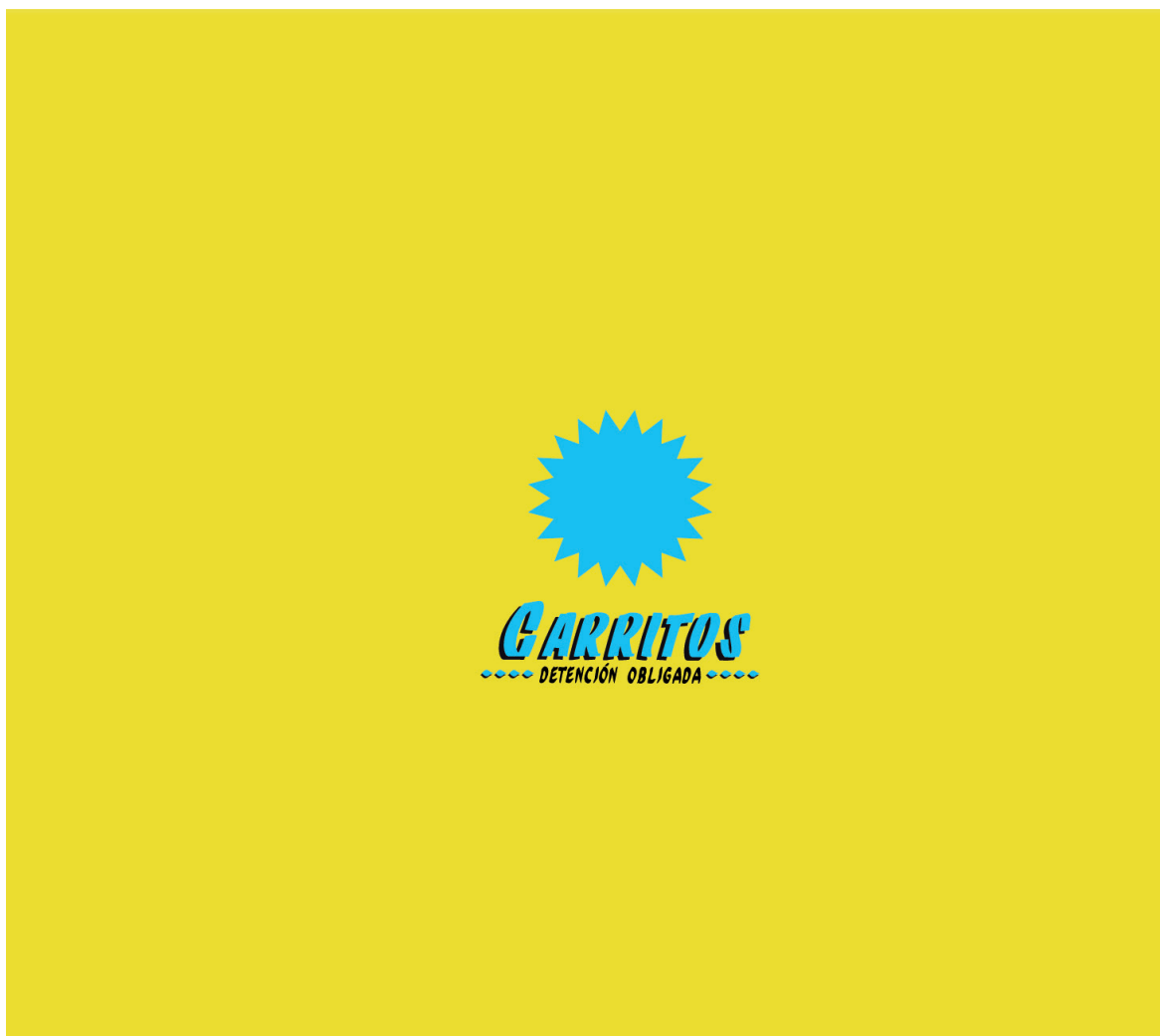
Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet

Planetario Usach, Estación Central

PORTADA







● **GESTIÓN Y FINANCIAMIENTO** ●

La planificación de cómo se gestionará el proyecto y como se financiará, es sin duda una de las etapas no menos importantes para llevar a cabo y concretar la publicación del libro, y es lo que definirá la viabilidad del proyecto.

Se debe tener presente que para la producción del proyecto editorial, se debe contar con el financiamiento que esto implicará, el cual puede ser autofinanciado, financiado en conjunto con terceros o con fondos concursables. Dentro de las alternativas que existen se buscará el auspicio y patrocinio de entidades privadas o públicas.

Sobre los patrocinadores es necesario especificar que pueden llegar a ser una institución privada o pública que respalde el proyecto y que no le implique el desembolsar recursos económicos y que su función principal será el respaldo que le brinda al proyecto.

Sobre los auspiciadores cabe destacar que pueden llevar a ser una institución privada o pública la cual aportará recursos

económicos al proyecto, los cuales pueden ser destinados para el financiamiento del proyecto.

Importante mencionar que la información a continuación fue recolectada en base a cuáles serían los actores que se recurriría al momento de buscar el financiamiento, definiendo los criterios por los cuales se filtrarían y especificando cuáles de ellos serían los más propicios para patrocinar y auspiciar el proyecto.

Criterios a considerar en la búsqueda de recursos y fuentes de financiamiento.

- » La búsqueda de recursos debe ser enfocada a entidades públicas o privadas las cuales tengan dentro de sus objetivos el promover y fomentar la cultura en Chile.
- » Instituciones públicas o privadas que apoyen proyectos e iniciativas que poseen un valor cultural más que por un valor comercial.
- » Instituciones o programas culturales que ofrezcan fondos concursables para promover los proyectos culturales.

-
- » Que dentro de su misión de institución o empresa se encuentre el preservar la identidad de Chile, sus manifestaciones culturales y la memoria país que existe.
 - » Empresas que estén dentro del rubro de los carritos, ya sea como fabricantes de estos, como proveedores o como cadenas de alimentos que comercializan de esta manera.

PATROCINADORES

Diban

La Diban como dirección de bibliotecas, archivos y museo sería una alternativa para buscar patrocinio del proyecto. En su misión destacan el “promover el conocimiento, la creación. La recreación y la apropiación permanente del patrimonio cultural y memoria colectiva del país, contribuyendo a los procesos de construcción de identidades y al desarrollo de la comunidad nacional y de su inserción en la comunidad internacional. Lo que implica rescatar, conservar, investigar y difundir el patrimonio nacional, considerado en su más amplio sentido”.

Consejo nacional de la cultura y las artes

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes es el órgano del Estado encargado de implementar las políticas públicas para el desarrollo cultural. La misión es promover un desarrollo cultural armónico, 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.

OchoLibros Editores

La editorial Ocho Libros es considerada dentro del mercado editorial como la principal casa editora de libros de gran formato y una de las empresas más interesantes en su propuesta editorial. En este sentido se destaca por proveer a las librerías del país títulos que permiten a los lectores acceder a temáticas relevantes que no han sido suficientemente explotadas. La BIODIVERSIDAD y SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL, la MEMORIA SOCIAL, el REGISTRO PATRIMONIAL son algunas de las temáticas abordadas en los libros que forman parte de sus colecciones. Editorial OchoLibros cuenta con una extensa red de distribución que incluye a 160 librerías a lo largo del país.

Misión

Ocho Libros Editores es una empresa reconocida por crear, desarrollar, producir y difundir ediciones ilustradas de primera calidad, propias y para empresas u organizaciones, en el campo de las artes visuales y patrimonio natural y humano de Chile.

Visión

Ocho Libros busca constituirse en el principal referente del mercado nacional como productor de contenido editorial de primer nivel en las áreas de patrimonio cultural y social de Chile, destacándose por otorgar un servicio de excelencia que satisfaga plenamente las expectativas de sus lectores, clientes y socios estratégicos.

Corporación del Patrimonio Cultural de Chile²²

Es una entidad de carácter privado, autónoma, filantrópica y sin fines de lucro, cuyos miembros están unidos por la sola motivación de conservar, cuidar y difundir nuestro patrimonio cultural en forma responsable e independiente. La corporación entre sus funciones está el enlazar el mundo público, guardián de nuestros tesoros patrimoniales, y el mundo privado, a través de proyectos de gran envergadura ejecutados con profesionalismo y seriedad.

AUSPICIADORES

Dentro de las empresas particulares a las cuales se recurrirá para buscar auspicio se recurrirá a empresas que tengan relación con el rubro de los carritos de comida.

En estos casos se acercara hasta las oficinas comerciales de cada empresa y se contactará con el área de relaciones públicas, de marketing o algún departamento que podamos concretar una reunión para presentarles el proyectos. Dentro de la propuesta que se generará para conseguir el auspicio de ellos se determina:

- » Una página completa como espacio de publicidad dentro de las páginas finales del libro
- » Una página con una breve reseña de la empresa con su logo respectivo
- » Espacio en el minisitio para publicar logo de auspiciador
- » Un banner en el minisitio con link hacia el sitio web de la empresa.

22. www.nuestro.cl/corporacion/index.htm

EMPRESAS SELECCIONADAS



Nut 4 Nut
www.nuts4nuts.cl



Copihue Mote con Huesillos
www.moteconhuesillos.cl



Eventos Happy Day
www.eventohappyday.cl

Metalurgica Arte y Desarrollo

Metalurgia Arte y Desarrollo
www.carritos.cl

FONDOS CONCURSABLES

Fondart

El Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart) es la herramienta concursable de asignación de recursos del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) que financia proyectos destinados a fomentar la investigación, creación, producción y difusión artística de capital humano, patrimonio material e inmaterial, culturas indígenas, desarrollo cultural local e infraestructura cultural.

A este fondo pueden optar: artistas, creadores y agentes culturales chilenos -sean personas naturales o jurídicas- residentes en el país o en el extranjero, y los extranjeros con permanencia definitiva en el país.

Fondo del libro

La creación literaria, perfeccionamiento, investigación, difusión de la actividad narrativa, promoción de la lectura y fortalecimiento de las bibliotecas públicas es una importante tarea de crecimiento país que el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) materializa a

través del Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura, herramienta que financia becas, pasantías, premiaciones, proyectos, entre otros, para el desarrollo de la lectura, producción, formación de creadores y estímulo a la industria literaria chilena.

Pueden participar creadores chilenos, sean personas naturales o jurídicas, residentes en el país o en el extranjero y los extranjeros con permanencia definitiva acreditada en el país que cumplan con los requisitos exigidos en las bases del concurso público.

Concurso Haz Tu Tesis en Cultura 2010

El objetivo de Haz tu Tesis en Cultura es fomentar y difundir la investigación en el ámbito cultural a través de diversas temáticas; y en segundo lugar, incentivar la promoción y el conocimiento del patrimonio cultural chileno y sus manifestaciones artísticas.

Los autores premiados recibirán un estímulo económico como reconocimiento de su trabajo consistente en la suma de 500 mil pesos líquidos, beneficio que les será otorgado el día de la premiación del concurso 2010.

Es importante señalar que desde la primera edición del Concurso Haz Tu Tesis en Cultura en 1995 han participado 1.255 tesis, de las cuales han sido premiados 97 trabajos.

Ley de donaciones culturales²³

El objetivo de la ley de donaciones culturales es estimular la inversión de privados en proyectos artísticos culturales. Con un beneficio para el sector privado mediante el descuento del 50% de la donación realizada en el pago de impuestos del año siguiente. Sin existir un mínimo en la donación realizada pero si un máximo que corresponde a 14 mil Unidades tributarias mensuales (UTM). En el caso de empresas, las donaciones no pueden superar el 2% de la renta líquida imponible.

La donación puede ser no solo en recursos económicos, también se puede realizar donaciones en especies, tanto materiales como inmateriales como son la prestación de servicios.

A este beneficio pueden optar:

- » Universidades o institutos profesionales, estatales o particulares, reconocidos por el Estado.
- » Bibliotecas abiertas a público general y las entidades que las administran.
- » Corporaciones y fundaciones sin fines de lucro, cuyo objeto sea la investigación, desarrollo y difusión de la cultura y el arte.
- » Organizaciones comunitarias funcionales constituidas de acuerdo al Decreto N° 58 de 1997, cuyo objetivo sea la investigación, desarrollo y difusión del arte y la cultura.
- » Bibliotecas de establecimientos que permanezcan abiertas a público, previa aprobación del Secretario Ministerial de educación correspondiente, que deberá compatibilizar los intereses de la comunidad con los del establecimiento.
- » Museos estatales y municipales, así como privados que estén abiertos al público general y sean de propiedad y estén

administrados por entidades o personas jurídicas sin fines de lucro.

El procedimiento para que el proyecto sea financiado por esta ley es el siguiente:

- » Presentar el proyecto a la Secretaría Ejecutiva del Comité Calificador de Donaciones Culturales, en el cual debe contener:
 - » Descripción de las tareas y actividades a realizar.
 - » Una estimación en dinero que se requiere para la ejecución del proyecto.
 - » Una estimación de la trascendencia del proyecto para la investigación, desarrollo o difusión de la cultura y las artes.

Cabe aclarar que la aprobación del proyecto por el Comité Calificador de Donaciones no garantiza la obtención de fondos, ya esta aprobación solo garantiza que el proyecto presentado puede recibir donaciones, por lo que el paso natural es encontrar un privado que desee financiar la iniciativa acogiéndose a la Ley de Donaciones Culturales.

BÚSQUEDA DE COLABORADORES

Dentro de la gestión del proyecto, está pensada una red de apoyo la cual no necesariamente involucrará recursos económicos por parte de terceros, sino también un intercambio de bienes o servicios que se necesiten para potenciar y llevar a cabo el proyecto.

Para esta función se ha pensado en los siguientes actores:

- » www.nuestro.cl
- » www.estoy.cl
- » www.memoriachilena.cl
- » www.bibliotecadesantiago.cl
- » www.culturachile.cl



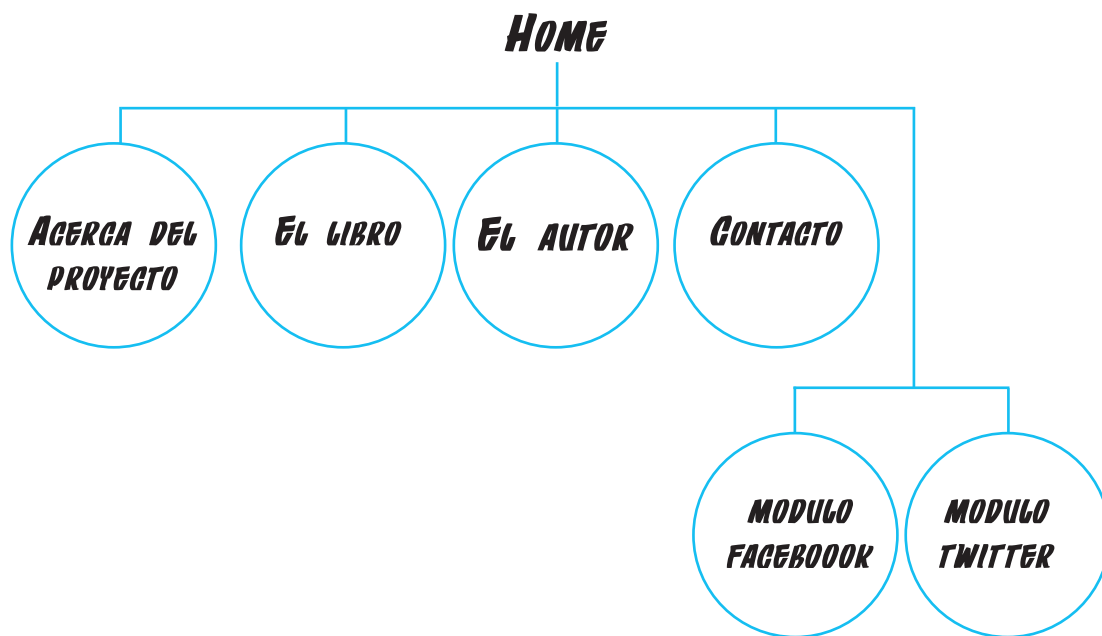
● **DIFUSIÓN DEL PROYECTO** ●

Para los temas de difusión y estrategias para medios digitales, se dejará planteado las directrices iniciales en las cuales se trabajará, sin llegar a generar el material que se utilizará. Tampoco el diseño de la web o las redes sociales a las cuales se implementará.

La plataforma digital será utilizada como el principal medio para la difusión del proyecto.

Se implementará un sitio web que sirva para dar a conocer el proyecto. En sí, el sitio web contendrá parte del proyecto, como se gesto, parte de las vivencias, imágenes del libro, una breve reseña del autor y un contacto. La idea es poder promocionar por este medio el material impreso, darlo a conocer, invitar a revisar el libro y adquirirlo.

El árbol de navegación será el que revisaremos a continuación: *(siguiente página)*



El sitio web poseerá herramientas de seguimiento y análisis web como google analytics. El cual irá registrando el tráfico en el sitio, las fuentes de tráfico, la ubicación geográfica de los visitantes del sitio, etc.

La obtención de estos datos nos dará una pauta para conocer y tener datos específicos para armar una campaña de publicidad pagada tipo adword de google o facebook.

PLAN DE MEDIOS DIGITALES

Este sitio web estará vinculado a las principales redes sociales que hoy en día se utilizan en el medio local (Facebook y twitter). La principal función que tendrán estas dos redes sociales será la de generar presencia en la red, a su vez poder estar relacionado con otras páginas que sean de interés para el público objetivo.

Una de las principales características del usuario de redes sociales es unirse a las redes que poseen contenido de interés para él, para sus amigos y sus conocidos, por lo tanto el tener la presencia en las redes sociales, potenciará la difusión del proyecto.

Es por lo mismo que se debe considerar el modo de actuar de estos usuarios, los cuales:

- » Se unen a contenidos que son de sus interés
- » Comparten contenido que les parece interesante.
- » Publican e interactúan cuando el contenido les parece atractivo

- » Recomiendan contenido a su red de amigos en las redes

Son estas razones mencionadas anteriormente las cuales avalan el uso de redes sociales para la difusión del proyecto, ya que podemos enfocarnos en usuarios y público bastante específico, el cual nos interesa que nos conozca.

EN FACEBOOK

La función principal que se realizará en facebook será la de producir conversación e interacción con los seguidores. Generar interacción y conversación con los seguidores a través de acciones como publicar su carro preferido, tu anécdota, que el propio usuario pueda subir su imagen de carro generando una inmensa colección de la más diversa, etc. Todo esto para apoyar las acciones de difusión durante los meses que se establezcan.

TWITTER

La función principal será la difusión del propio proyecto. La promoción del sitio web, los lugares donde se puede acceder al libro, etc.

Además se armará una red de seguimiento a otros usuarios que tengan que ver con temas de editoriales, revistas, libros, ferias y exposiciones de libros, autores, todos con temáticas relativas al diseño, la fotografía, las artes visuales, etc.

De esta manera generaremos presencia en el medio dentro de un segmento que nos interesa abarcar.

● COSTOS Y PRESUPUESTOS ●

A continuación se pasa a detallar el costo total, la ganancia y el valor comercial del libro.

CARACTERÍSTICAS DEL LIBRO

- » Impresión offset
- » Formato 25cm x 21 cm cerrado, tapa dura. Forrada en couche mate de 170 gr. 4/0.
- » Interior 100 páginas. 4/4 couche mate de 170 gr. con Barniz de sobreimpresión tiro y retiro.
- » Encuadernación hilo + holmet
- » Tiraje de 800 ejemplares

I. Diseño del libro

270 h/h x 0,5 UF

Total= \$2.865.240.-

II. Costo de producción

Total = \$4.000.000. + IVA

Valor unitario del libro \$5.000

III. Sitio web

Diseño y armado del sitio web \$200.000
Hosting (capacidad de 5 Gb, accesos FTP, cuentas de correo, transferencia ilimitada) = \$15.000 anual
Dominio =\$18.900

Total = \$235.900.-

IV. Campaña adword

A la campaña adword se le destinará \$750.000.- para los tres meses iniciales.

Por lo tanto \$250.000.- será para el manejo de la compra de palabras por las cuales se aparecerá en la búsqueda por los usuarios.

Total = \$750.000.-

(Sólo se destinará un monto fijo los primeros tres meses para captar y dar a conocer el proyecto, luego se deberá evaluar si se mantiene o se le inyecta mayor recurso. En su defecto se redistribuye para otras acciones)

COSTO TOTAL DEL PROYECTO

Valor comercial del libro

\$15.000 + iva =

Precio definitivo

\$17.850.-

Diseño + Producción + Sitio Web + Campaña Adword

\$7.851.140.-

Venta del libro

\$15.000.- (x800)

\$12.000.000.-

Ganancia Total

\$4.072.860.-

● CONCLUSIONES FINALES ●

Como visión general, posterior a la investigación para el desarrollo del proyecto, queda en evidencia que con el tiempo se ha ido internalizando el sentimiento de pertenencia, las costumbres y tradiciones. Y como la valorización de este tipo de iniciativas que rescatan y dejan registro de lo que somos, ha aumentado satisfactoriamente. Puede ser que la multi-culturalidad en la que vivimos y la propia globalización están provocando un nuevo sentimiento de apego hacia lo propio, hacia aquellos elementos que nos pertenecen e identifican. Esas cosas esas cosas que nos hacen ser únicos como sociedad y que nos diferencian del resto. Fortaleciendo el sentimiento de pertenencia.

Como fue expuesto dentro del desarrollo del informe, el rol que se cumple como diseñador dentro de estos temas, es esencial para crear y fortalecer este sentido de pertenencia. Desde nuestra visión podemos nutrir de nuevas perspectivas y nuevos puntos de vista en el tema. Lo cual siempre suma y nunca resta. Y es que nuestra disciplina, y la formación que se nos entrega durante los 4 años de carrera

en nuestra Universidad, es capaz de no solo asumir roles creativos, de dirección de arte o de producción gráfica, también nos permite enfocarnos a generar nuevos contenidos ya sea desde la investigación, la recopilación de material o la reinterpretación de otras temáticas.

Como diseñadores tenemos una función, a mi parecer, de trascendental importancia como es el poder comunicar. Y cual conlleva una responsabilidad que se debería tener muy asumida que es el saber que influiremos en el resto.

Es por todo esto, que carritos viene a ser una nueva mirada, un aporte más para nutrir el panorama actual, en donde a través de un objeto tan cotidianos, que para todos es súper común, se logra hacer una lectura y evidenciar parte de nuestras costumbres, tradiciones y necesidades como sociedad.

Cabe destacar, que este proyecto u otros de características similares, encuentra una buena acogida por parte de un segmento específico

y no masivo, pero que cumple con su finalidad, ya que desde su concepción no fue pensado para que lo fuera. Por lo tanto se deja de apuntar hacia mercado masivos, de altas cantidades de producciones y se genera un producto que abarca gustos e intereses mucho más específicos.

Paralelamente la gestión de los proyectos de este tipo, tienen cabida entre las alternativas de financiamiento que ofrece el estado o particulares. Por lo tanto, el panorama se presenta de manera favorable a quienes desearan convertirlo en realidad. No solo teniendo una buena idea, sino respaldándola con un proyecto que la sustente y le permita concretarse.

Carritos deja testimonio de una actividad que se ha ido masificando dentro de la ciudad. Un registro que sirve de punto de comparación para una actividad que silenciosamente ha ido ganando su espacio y que no parece ir en retirada.

Con el presente proyecto de título, se llega al término de un proceso. Se cierra una etapa que se relaciona a validar los conocimientos, procedimientos y aptitudes adquiridas durante la vida universitaria. Sin embargo creo, que el proceso y formación como diseñador aún continúa. La formación es constante y el propio medio se encarga de entregarte nuevas herramientas y las posibilidades a abrirse a nuevos conocimiento que complementan todo lo previamente adquirido. Sería bastante soberbio el pensar que la formación como diseñador está cerrada. Ya que eso mismo limitaría la posibilidad de adaptarse a nuevas tecnologías y nuevos medios.

• ***BIBLIOGRAFÍA*** •

-
- » ALVAREZ, Pedro. "Chile marca registrada". (2008)
 - » MÉNDEZ, Palmira. "Concepto de identidad" Tomo 1 y único.(2008)
 - » SERRA, J. M. "Elementos urbanos: mobiliario y microarquitectura". (1996)
 - » LARREA, Antonio. "33 1/3 RPM. La Historia Grafica De 99 Caratulas 1968 – 1973". (2008)
 - » LOPEZ, Rodrigo. "Diseño & edición de la a a la z". (2005)
 - » SOMALO, Juan Francisco. "Santiago Gráfico". (2007)
 - » CÓRDOVA, Manuel. "Modesto Estupendo" (2005)
 - » CÓRDOVA, Manuel. "Micros". El Final del recorrido. (2006)
 - » SÁNCHEZ, América. "Barcelona Gráfica" (2002)
 - » FORCH, Juan. "Animitas. Templos de Chile" (2003)
 - » FULTON, Jane. "Thoughtless" IDEO
 - » SERVICIO ALEMÁN DE COOPERACIÓN SOCIAL. "La otra Mirada – la visión del campo viene a la ciudad. Landleben"(2005)
 - » MUSEO HISTÓRICO NACIONAL. "Por la senda de la Fe". (2007)
 - » PIWONKA, Nicolás. "Chile rostros". (2008)
 - » ACHS. "Geografía del trabajo". (2008)
 - » BASCUÑÁN, Juan Francisco. "Chile. Imágenes a lo humano y a lo divino" (2008)
 - » MUÑOZ , Rodrigo. Chiloé: relatos de un mirador (2005)
 - » MARTÍNEZ, Cristian. "Del otro lado" (2007)
 - » CASANOVA Rodrigo, "Valparaíso revisitado" (2005)

WEB

- » www.chilebicentenario.cl
- » www.mav.cl/patrimonio
- » www.consumersinternational.org
- » www.municipalidaddesantiago.cl
- » www.streetfood.org
- » es.wikipedia.org/wiki/Coffee_Table_Book
- » www.fotonostra.com/grafico/
- » www.gifts.com/categories/coffee-table-books/ohrai2x1057x1058cp
- » coffeetableboox.com/en/index.php
- » www.thoughtlessacts.com/
- » www.ec.terra.com/tecnologia/interna/0,,0l2463769-EI8862,00.html
- » www.dibam.cl/derechos_intelectuales/faq.asp
- » www.isbnchile.cl/
- » www.creativecommons.cl
- » www.nuestro.cl
- » www.memoriachilena.cl
- » www.culturachile.cl
- » www.bcn.cl/guias/donaciones-culturales





SERVICIOS DE IMPRESIÓN LASER S.A.

Los Canteros 8781 - La Reina

Fono: 2732027 • Fax: 2731650

e-mail: ventas@laserimpresores.cl • www.laserimpresores.cl

Santiago - Chile



Somos una Empresa Asociada a

fecha **01-07-2010**

Cotización N° 7 - 30

Empresa: _____

At: **Erich Dreyer S.**

Fax N° _____ / _____

Referencia: **Libro (100 páginas + tapas)**

Formato cm: **42 x 25** Cerrado _____ Extendido **X**

Ejemplares **300 / 500 / 800**

Papel **Tapas=Couché opaco 250 // Int=Couché opaco 170**

Impresión **Tapas=4/0 // Int=4/4** color al corte si _____ / no _____

Encuadernación **Lomo cuadrado // Hot melt**

Terminación **Tapas=Polipropileno opaco tiro // Int=Barniz acuoso opaco T/R**

Incluye **Pre-impresión // Prueba de color**

No incluye **Comisión de agencia**

ANEXO

valor unitario	ejemplares.	Valor Total	
\$ 10.833,33 /	300	Eje. \$ 3.250.000	+ IVA
\$ 7.200,00 /	500	Eje. \$ 3.600.000	+ IVA
\$ 5.000,00 /	800	Eje. \$ 4.000.000	+ IVA
/		Eje. \$	+ IVA

Si requiere materiales y/o papeles reciclados, certificados, libres de cloro o con cualquier otra característica "ECOLÓGICA", favor solicitar y exigir que dichas características se encuentren indicadas en esta cotización.

La responsabilidad sobre la propiedad de los originales, la información contenida, indicación de reciclar y opiniones publicadas es exclusiva del cliente de quien la produce o quien solicita el trabajo y aporta el material.

Gino Nápoli

Aceptado Cliente/como Orden de Compra

Servicios de Impresión Laser S.A.

Laser S.A., podrá entregar (facturar) los ejemplares solicitados con una diferencia de hasta un 5%.

Datos para Facturar: Al aceptar una cotización, envíenos una Orden de Compra o llene la colilla del formulario para iniciar su producción.

Razón Social: RUT: Condiciones de Pago: días

Dirección: At:

Giro Comercial: Fono:

Despachar a: At:

Impresión Offset Libre de IPA



PRODUCCIÓN LIMPIA





Mis más sinceros agradecimientos a todos lo que estuvieron durante mi período de formación. Sobre todos a aquellos que me dieron una palabra de apoyo cuando faltaban las ganas y la motivación.

A mis padres Isabel y Erich. A mis hermanas Mónica, Erika, Edith y Lotzy (que pronto seremos colegas). A Christ por todo el apoyo cuando más lo necesité. Al pequeño Tomacín por ser una alegría y a Luchin por su apoyo infinito. Gracias.

GARRITOS

◆◆◆ DETENCIÓN OBLIGADA ◆◆◆



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño