



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

ciprecia

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA

Rocío Verdejo Colil

Profesor Guía: José Neira Délano

Santiago de Chile, enero del 2013



Universidad de Chile
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Diseño

ciprecia

DISEÑO DE PLATAFORMA PARA RED COLABORATIVA
DE ACTIVISTAS CULTURALES
POR EL CEMENTERIO GENERAL DE SANTIAGO

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA

Rocío Verdejo Colil

Profesor Guía: José Neira Délano

Santiago de Chile, enero del 2013

A mis papás, por su profundo amor y *no paciencia*,
que me han dado el carácter para *defender*
las cosas en las que creo.

A mi hermanito, por ser *seco* y
demostrarme que cuando uno quiere *todo* es posible.

A mis amigos, incluídos los de cuatro patas, por *estar* ahí.

Y a mi misma, por soportar.

ÍNDICE

PARTE I: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	15	PARTE II: CEMENTERIO GENERAL DE CHILE	45
1.1 INTRODUCCIÓN	17	2.1 DESCRIPCIÓN	47
1.2 FUNDAMENTACIÓN	19	2.2 CRONOLOGÍA DEL CEMENTERIO GENERAL DE SANTIAGO	48
1.2.1 Conectividad	27	2.3 EL CEMENTERIO GENERAL COMO MONUMENTO HISTÓRICO	50
1.2.2 Hardware	30	2.3.1 Normativa Vigente Ley 17.288	51
1.2.3 Software: Libre, gratuito y de calidad	31	2.4 USUARIOS DEL CEMENTERIO GENERAL	52
1.2.4 Chile tecnológico	31	2.5 PROCESO DE SOCIABILIZACIÓN Y VALORACIÓN DEL PATRIMONIO ..	54
1.2.5 Tendencias	33	2.6 DIFUSIÓN ACTUAL DEL PATRIMONIO DEL CEMENTERIO GENERAL ..	56
1.3 OPORTUNIDAD DE DISEÑO	35	2.6.1 Sitio Web	56
1.4 OBJETIVOS	37	2.6.2 Impresos	60
1.4.1 Objetivo general	37	2.6.3 Experienciales	61
1.4.2 Objetivos específicos	37	2.6.4 Señalética	63
1.5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39		

PARTE III: REFERENTES Y ALTERNATIVAS EN SOPORTES DIGITALES 65

3.1 LA INFORMACIÓN EN EL LUGAR	67
3.2 APLICACIONES MOVILES	68
3.2.1 Layar	69
3.2.2 Wikitude	70
3.2.3 Foursquare	72
3.3 WEB MÓVIL	73
3.3.1 Web móvil con versiones diferentes según dispositivo	74
3.3.1.1 24Horas.cl	74
3.3.1.2 Mapcity.cl	76
3.3.2 Diseño Web Adaptativo (Responsive Web Design)	77
3.4 OTROS REFERENTES	79
3.4.1 Reforestemos Patagonia	79
3.4.2 Wikipedia	80
3.4.3 Loogares.com	82
3.4.4 Movimientos sociales	83

PARTE IV: FILOSOFÍAS Y ESTRUCTURA DEL DISEÑO WEB 87

4.1 FILOSOFÍAS Y ENFOQUES	89
4.2 DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO	90
4.3 DISEÑO EMOCIONAL	91
4.4 EXPERIENCIA DEL USUARIO	94
4.5 METODOLOGÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN SITIO WEB	95
4.5.1 Diagrama de Garrett	96
4.5.1.1 Objetivos del sitio / Necesidades del usuario	97
4.5.1.2 Especificaciones funcionales / Requerimientos de contenido	97
4.5.1.3 Diseño de interacción/ Arquitectura de información	98
4.5.1.4 Diseño de interfaz / Diseño de navegación / Diseño de información	98
4.5.1.4 Diseño visual	99

4.6 PRINCIPIOS GENERALES DE USABILIDAD EN EL DISEÑO DE SITIOS WEB	100
4.6.1 Visibilidad	100
4.6.2 Redundancia	100
4.6.3 Consistencia	101
4.6.4 Compatibilidad	101
4.6.5 Adaptabilidad	102
4.6.6 Economía	102
4.6.7 Guiar en lugar de sólo controlar	102
4.6.8 Estructurar	102
4.7 PRUEBAS Y COMPROBACIÓN DE RESULTADOS	103
4.7.1 Entrevistas	103
4.7.2 Testeos	103
4.7.3 Los examinadores	104
4.7.4 Condiciones de las pruebas	105

PARTE V: EL PROYECTO	107
5.1 DEFINICIÓN DE PROYECTO	102
5.2 USUARIOS DEL PROYECTO	114
5.3 IMAGEN CORPORATIVA	115
5.3.1 Identidad	115
Misión	115
Visión	115
5.3.2 Nombre	116
5.3.3 URL: www.ciprecia.cl	117
5.4 CONSTRUCCIÓN DE CIPRECIA.CL	119
5.4.1 Objetivos del sitio	122
Objetivo General	122
Objetivos específicos	122
5.4.2 Necesidades de los usuarios	123
5.4.3 Requerimientos de contenido	124
5.4.3.1 Obtención de contenidos	124

5.4.4 Especificaciones funcionales	125	5.5 SOBRE LA PROGRAMACIÓN	153
5.4.5 Arquitectura de información	126	5.6 DIFUSIÓN	155
5.4.5.1 Mapa de contenidos	126	5.6.1 Difusión en el cementerio: Enzo Morales y Necrópolis	155
5.4.6 Diseño de interacción	128	5.6.2 Difusión en sitios web y programas de interés	156
5.4.6.1 Mapa de interacción	128	5.6.3 Difusión y organización en redes sociales	157
5.4.7 Diseño de información / Interfaz y navegación	130		
5.4.7.1 Wireframes	130		
5.4.8 Diseño Visual	134	VI GESTIÓN	159
5.4.8.1 Logotipo	134	6.1 INFORMACIÓN LEGAL	161
5.4.8.1.1 Francisco Gálvez	134	6.2 TÉRMINOS DE USO	163
5.4.8.1.2 Ciprecia	136	6.3 PRESUPUESTO	165
5.4.8.2 Tratamiento cromático	137	6.4 FINANCIAMIENTO	167
5.4.8.3 Tipografías	138	VII CONCLUSIONES	169
5.4.8.4 Texturas	140	VIII BIBLIOGRAFÍA	175
5.4.8.5 Símbolos e íconos	141	IX ANEXOS	183
5.4.8.6 Maquetas	144		
5.4.8.6.1 Index	144		
5.4.8.6.2 Páginas interiores	145		



ABSTRACT

o resumen

El proyecto de título que se presenta a continuación ahonda en la necesidad de difusión en espacios patrimoniales que poseen grandes cantidades de información, ofreciendo una alternativa que aprovecha las tendencias y oportunidades actuales en medios digitales y diseño de información.

El lugar escogido es el Cementerio General de Santiago debido a que si bien contiene una gran cantidad de información cultural y arquitectónica no posee una plataforma que comunique su riqueza, lo que dificulta en gran medida la tarea de potenciar su valor patrimonial y protección.

La información se obtuvo por tres vías diferentes, fuentes formales (libros, estudios, investigaciones, etc.), otras fuentes más dinámicas (artículos, foros, tutoriales, etc.) e información de primera fuente como

entrevistas, además del trabajo en el lugar mismo, todo con la intención de cruzar información para una mayor comprensión de los desafíos y oportunidades posibles de identificar.

La propuesta es el resultado de una investigación en la cual se evalúan variados soportes con el objetivo de equilibrar la cantidad y calidad de la información, lo que da como resultado una plataforma multidispositivo que tomando como soporte Internet y sus posibilidades, ofrece interesantes aplicaciones de tecnología ya existente que mezclados con algunos recursos más recientes (Responsive Web Design) permiten desarrollar esta herramienta.

Parte I. Presentación del proyecto

1.1 INTRODUCCIÓN

El Cementerio General de Santiago es un lugar de reconocida importancia histórica para nuestro país. Es el primer cementerio de Chile y sus espacios, tejidos por el paso del tiempo, son capaces de reflejar todas las etapas de nuestro desarrollo como nación. Aquí se encuentran enterrados los seres que formaron la República y todos aquellos que desde su quehacer fueron dando forma al país que conocemos, además de contener en sus dependencias la mayor reserva de arquitectura y estética funeraria a nivel nacional.

Sin embargo, esa riqueza es mayormente desconocida, siendo valorada por un pequeño grupo de intelectuales y aficionados que no son suficientes a la hora de proteger este lugar. Sabido es, que patrimonio difícilmente es sinónimo de rentabilidad en nuestro país, más aún, en este lugar representa un estorbo, ya que una de las únicas formas de generar recursos es

revendiendo los terrenos del patrimonio dado por perdido.

Dentro de los desafíos que implica generar un medio para su difusión están, básicamente, las cosas que hacen valioso este lugar: la gran cantidad de información histórica que posee y el espacio físico que permite crear recorridos y diseñar experiencias, elementos que resulta complejo equilibrar con la masividad necesaria para dar real ayuda a la valoración de su patrimonio.

Este es un proyecto de tipo profesional, pero con algunas peculiaridades, ya que no toma como contraparte al cementerio directamente, sino a Tomás Domínguez, el defensor que logró que el cementerio se convirtiera en Monumento Nacional y que cada día sacrifica su vida por mejorar este lugar desde la perspectiva patrimonial. Con él trabajamos esta propuesta,

a través de horas de trabajo investigativo, revisión bibliográfica y visitas en terreno.

La búsqueda de una solución adecuada es la base de este trabajo, el cementerio ha esperando por años una plataforma adecuada para su valoración y difusión patrimonial, ¿Podemos ofrecer hoy, desde el diseño, una verdadera opción?

1.2 FUNDAMENTACIÓN

1. DOMÍNGUEZ, Tomás. 2009. Agradecimiento a quienes votaron la declaratoria [en línea] <http://www.laciudaddelosmuertos.org/?p=914> [Consulta: 14 mayo 2010]

2. León, Marco Antonio. 1997. Sepultura sagrada, tumba profana: los espacios de la muerte en Santiago de Chile, 1883-1932. Santiago. DIBAM. [en línea] <http://www.memoriachilena.cl/temas/documento_detalle.asp?id=MC0027428> [Consulta: 12 agosto 2010]

3. 1893. Memoria del administrador del Cementerio Jeneral y reglamentos anexos correspondiente a 1892. Santiago de Chile : Impr. Nacional. Biblioteca Nacional. [en línea] <http://www.memoriachilena.cl/temas/documento_detalle.asp?id=MC0027429> [Consulta: 22 agosto 2010]

El Cementerio General de Santiago es un lugar patrimonial lleno de información relevante para la conservación de la historia e identidad nacional, pero que no es posible entender a simple vista, ya que está lleno de símbolos que narran la vida de nuestro país a través de sus calles y pasajes, pero que para la gran masa de personas no es posible descifrar por su raíz histórica o por lo específico de su tipología ligada a la muerte. Esto, inevitablemente hace disminuir las posibilidades de que sea entendido y apreciado, e incluso lo veta como material de apoyo para otros procesos de aprendizaje, en especial por su rol de museo al aire libre.

Además del valor patrimonial que se puede inferir al visitar este lugar y que ratificó el Consejo Nacional de Monumentos en el año 2009¹, la información que se encuentra

disponible a la fecha es muy poca y se puede resumir en:

INFORMACIÓN DE APOYO EN EL LUGAR:

Señalética para las calles, paletas de información levantadas en los lugares más importantes y un buscador digital para ubicar a los muertos por nombre y apellido (ubicado en la entrada de Avenida la Paz).

BIBLIOGRAFÍA: Esta disponible en algunas bibliotecas y para préstamos por períodos cortos, ningún libro se encuentra a la venta, siendo los más antiguos los únicos que están en línea como, *Sepultura sagrada, muerte profana: los espacios de la muerte en Chile 1883-1932*² y la *Memoria del administrador del Cementerio General y reglamentos anexos de 1892* disponibles para su descarga en el sitio de Memoria Chilena³.

La mayoría de estos textos es material descriptivo y de investigación, siendo los más actuales los catastros elaborados por el arquitecto Tomás Domínguez para la postulación del cementerio al Consejo de Monumentos Nacionales, de los cuales una parte se encuentra accesible para todo público a través de su sitio web.⁴

GUÍAS CULTURALES: Si bien de forma aleatoria en el tiempo se crean folletos y otros impresos para distribuir entre los visitantes, su uso es tan restrictivo para el volumen de información que su funcionalidad se remite a datos genéricos, sin embargo, en el año 2004 se creó la única guía con un enfoque cultural acerca del cementerio llamada, *Cementerio General: Guía histórica y patrimonial*⁵. Lamentablemente su venta se acabó hace años (irrisoriamente sólo está disponible en una librería ubicada en España), y está disponible sólo en algunas bibliotecas a lo

largo de Chile.

MATERIAL AUDIOVISUAL: En relación al material con contenido patrimonial (ya que existe en Internet una gran cantidad referida a la actividad paranormal) es importante señalar el programa *Mira tú*⁶ de TVN y su capítulo dedicado al cementerio. En este programa, de alrededor de media hora, encontramos una explicación histórica y simbólica dirigida a espectadores de televisión abierta, que es capaz de mostrar la esencia de este lugar. Lamentablemente esta iniciativa ya tiene 10 años y sólo se encuentra disponible en YouTube¹.

SITIO WEB DEL CEMENTERIO GENERAL⁷: Si bien existe un sitio oficial, su carácter corresponde a una plataforma para mostrar sus servicios, en la que la temática patrimonial se trata de forma tangencial. Las actualizaciones de este portal

4. DOMÍNGUEZ, Tomás, 2009. Agradecimiento a quienes votaron la declaratoria [en línea] <http://www.laciudaddelosmuertos.org/?p=914> [Consulta: 14 mayo 2010]

5. CORNEJO, Gonzalo. 2006. Cementerio General: guía histórica y patrimonial. Santiago de Chile. Municipalidad de Recoleta.

6. Mira Tú – Cementerio General. [en línea] <<http://www.youtube.com/playlist?list=PLA2455212038B76F5>> [Consulta: marzo 2011]

7. CEMENTERIO GENERAL [en línea] <<http://www.cementeriogeneral.cl/>> [Consulta: 29 abril 2010]

son casi nulas, siendo evidente en la encuesta que lleva dos años disponible.

VISITAS GUIADAS: Al visitar el lugar y pedir información, por lo general, las instrucciones las dan los funcionarios que se encuentran trabajando en el lugar. Las visitas guiadas oficiales transcurren en la noche y se llaman “Tours nocturnos”. Una excelente iniciativa que invita a vivir la experiencia de recorrer el cementerio en un horario inusual que potencia el aura mística del lugar, guiados por un personaje que a través de una narrativa va uniendo los distintos hitos del camposanto. Aunque su difusión es deficiente, el boca a boca y el atractivo de la propuesta llenan cada recorrido con semanas de anticipación.

Por lo antes descrito, las posibilidades de tener una experiencia significativa en el cementerio son muy pocas, y los usuarios caminan a la

deriva, suponiendo cuando deberían estar recibiendo la información que desean.

¿Por qué es importante lograr que las personas se interesen? Porque todos hemos aprendido en base a patrones de comportamiento previamente existentes, absorbiendo la idea que debemos tener sobre nosotros mismos y tomando una parte de la historia para hacerla perdurar. Parte de este proceso de generación cultural, recae sobre objetos o lugares; símbolos de nuestra existencia que constituyen la imagen de un pueblo, pero que lamentablemente su misma naturaleza los hace finitos y dificultan la tarea de conservación, como es el caso del Cementerio General.

El primer camposanto de Chile, remonta su colección de momentos y personajes casi el momento mismo de la independencia, construyendo sus espacios de forma simultánea

al crecimiento de la nación. Aquí encontramos a los padres de la patria, a los artistas, a la socialité, a los presidentes, es decir, a todos aquellos que dieron forma al país que conocemos y que si quisieramos, podríamos visitar.

El cementerio es un reflejo evidente de nuestra historia, o clasificado bajo premisas más específicas, es parte importante del patrimonio *cultural* de Chile, con el agregado de “cultural” porque es producto de la cultura, al contrario del patrimonio natural, que es el que engloba a la naturaleza propia de un territorio (flora y fauna)⁸. La UNESCO lo define de la siguiente romántica forma:

“Para existir cada persona necesita dar testimonio de su vida diaria, expresar su capacidad creativa y preservar los trazos de su historia. Esto es solamente logrado a través del

patrimonio cultural (...).

Este patrimonio basa su importancia en ser el conducto para vincular a la gente con su historia. Encarna el valor simbólico de identidades culturales y es clave para entender a otros pueblos (...).”⁹

La riqueza del Cementerio es inmensa. Por una parte, encontramos lo referido al patrimonio cultural inmueble, reconocible a simple vista y que se refiere a las edificaciones mismas¹⁰, aquí se encuentra toda la belleza de la arquitectura funeraria y religiosa, el arte de libre acceso situado para honrar a esas almas que ya no están, los personajes que ahí yacen, y el tejido histórico que las envuelve en símbolos de buen viaje; *lo tangible*, que fue declarado Monumento Histórico en el año 2009. Por otra parte, el cementerio es una inmensa fuente de patrimonio *intangibile*, que hace alusión a lo

8. MUSEO DE ARTEVIRTUAL. [en línea] <<http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>> [Consulta: marzo 2010]

9. CENTRO de información de las Naciones Unidas. 2002 [en línea] <<http://www.cinu.org.mx/eventos/cultura2002/importa.htm>> [Consulta: mayo 2010]

10. MUSEO DE ARTEVIRTUAL. [en línea] <<http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>> [Consulta: marzo 2010]

11. MUSEO DE ARTE VIRTUAL. [en línea] <<http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>>
[Consulta: marzo 2010]

invisible, el tejido narrativo, las creencias, la misticidad tan propia de la muerte, el mito y las historias del lugar.¹¹

Al recorrer el lugar se respira el respeto que emana de cada sepulcro y la inspiración que da la historia con sus lecciones, incluso, la idea de dar una clase de historia con la historia es algo que está a la mano. Su calidad de cementerio, lugar al que acudimos cuando la muerte toca a nuestra puerta, le otorga un aura fantasmagórica, por lo que aquellos que no se sienten motivados con el afán educativo, acuden a él para ver si son los afortunados que dan respuesta a la pregunta del ¿Adónde vamos?, o para pedir al más allá una buena ventura para los vivos. Aquí están los cazafantasmas, los devotos de las anímitas, las lloronas y los amigos de la muerte (góticos). De cualquier forma, relacionarnos con aquella *dama fría* es la manera más concreta de recordar que solo

estamos de paso.

Sin embargo, en nuestro país el patrimonio no es una prioridad, y si bien existen iniciativas para resguardarlo no son suficientes, en el caso del Cementerio General esto no es diferente. Para hablar de esto claramente hay que exponer las verdades económicas de este lugar, el Cementerio General desde hace alrededor de tres décadas está absolutamente copado, lo que significa que no recibe dinero de ventas, incluso la gran mayoría de los espacios se vendieron bajo premisas que apuntan a la eternidad de su posesión por parte de las familias de los muertos, por lo cual ni siquiera recibe importes por arriendo o pagos anuales de impuestos. Es de entender que el camposanto nació en un mundo donde el espacio sobraba y nadie pensó que en el futuro lo que antes parecía tan lejos de la sociedad ahora estaba justo en medio.

EL ECONOMISTA
MARTES 17 DE JULIO DE 2013

NACIONAL

C 23

PDI indaga robos por encargo de piezas con alto valor patrimonial que este año suman diez denuncias:

Ladrones especializados violan la paz de mausoleos del Cementerio General

Tumba de Francisco de Borja Valdés, ex diputado y cuñado del Presidente Barros Luco, ha sido robada dos veces este año.



19 años 2008 y 1 año 2013

MIRARLOS 11 DE NOVIEMBRE DE 2011

Gastos "improcedentes" en el Cementerio General

La Contraloría auditó las pólizas del Cementerio General, dependiente del municipio de Recoleta, e hizo reparos a diversas situaciones. Una de ellas, es que evidenció "improcedentes" gastos por \$15.946.177 en actividades "que no se encuentran contempladas en sus fines y...

Portada Locales Globales Cultura Digital Salud y Sociedad Car

Municipio de Recoleta: Los Negocios de la Cripta

Por El Periodista | Viernes 15 De Abril 2011

Los muertos del Cementerio General deben estar algo alarmados por la actual administración de la institución.

De acuerdo a la Contraloría

Las acusaciones que pesan sobre el Cementerio General

Investigación

Investigación **ALONSO LÓPEZ**, y varias de las acusaciones que pesan sobre la institución que depende del municipio de Recoleta.

El primer escándalo por corrupción en la historia del Cementerio General ocurrió en 2009 cuando se descubrió que por el momento el cementerio se encuentra en un estado de abandono, sin haberse realizado ningún tipo de mantenimiento. Además, la institución no cuenta con un plan de gestión y con un presupuesto que no se respalda en la ley.

En 2009, el entonces alcalde de Recoleta, Juan Antonio Rodríguez, anunció que se realizaría una remodelación de la institución por un monto de \$2,5 millones. Sin embargo, la Contraloría General de la República informó que el monto de la obra era de \$15,9 millones, lo que provocó una investigación por parte de la Contraloría.

Por remodelación de la institución la administración habría provocado actos irregulares que han sido cuestionados.

2,5 millones

funcionarios por el para crear su maleta de aluminio "facial" (sic) como padre, por \$522 mil, cuestionados, referidos a la justicia y en el patio 39, de los colécticos", n 2000 para esa epidemia. "El estructuras sicos, para lo que es gales que no se

12. Se puede acceder a todos los enlaces desde la web de Tomás Domínguez. DOMÍNGUEZ, Tomás. 2011. Carta abierta a la alcaldesa de Recoleta [en línea] <<http://www.laciudaddelosmuertos.org/?s=gonzalo+cornejo>> [Consulta: octubre 2011]

El Cementerio consume recursos, pero no crea nuevos, y mientras tanto alguien debe pagarle a los guardias, alguien debe mantener las mínimas condiciones de vida de este lugar, responsabilidad que ha caído en la Municipalidad de Recoleta, municipio de escasos recursos que claramente está más interesada en mantener la vida de los vivos.

Como polémica innecesaria para un lugar tan falto de defensores, en la alcaldía anterior presidida por Gonzalo Cornejo, se presentaron irregularidades bastante devastadoras, en las cuales el Cementerio se comenzó a transar por partes en el mercado negro del patrimonio, en el cual se ofrecían las obras de arte que aquí se exhiben, algunos dirán, ¿Por qué nadie hizo nada? Y la respuesta es simple, no es ilegal, aquellos que lucraron con el arte en honor a la muerte actuaron con conocimiento, con *dolo*, de forma perfectamente legal, otros dicen,

la municipalidad de Recoleta es muy pobre, seguro usaron ese dinero para el cementerio u otros lugares necesitados de recursos, y tampoco fue así, ese dinero fue a parar directamente al bolsillo de quienes hicieron los negocios, no existió ni un mínimo beneficio de este degeneramiento.

Por esta disposición de voluntades se pueden observar tristes prácticas como dejar morir a la arquitectura en vez de restaurarla, ya que después de deshechas y si ningún familiar lo evita, se pueden volver a vender los lugares, crear nuevas tumbas en espacios que según urbanismo están dedicado a plazoletas o vía pública con el fin de “aprovechar el espacio”, o algunas más inescrupulosas como algunos suban fotos a internet de las piezas como un muestrario de arte a la venta.

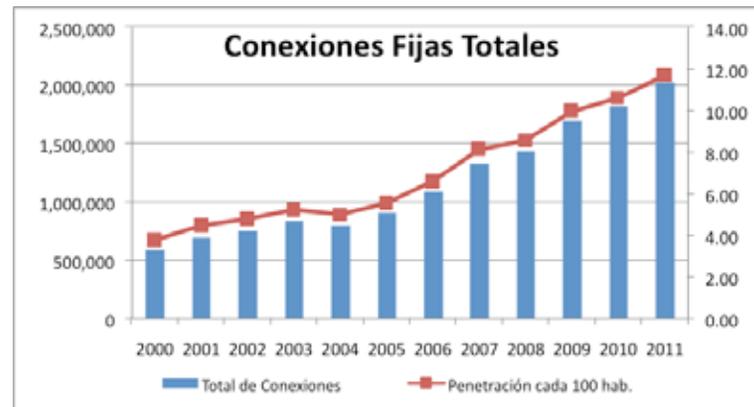
Con todo esto expuesto es de entender la negativa de la Municipalidad a la posibilidad de entrega de fondos para la Fundación Ciudad Eterna, la única que se quizo hacer cargo de la restauración del patrimonio post terremoto del 27F, así como también, la baja viabilidad de fondos gubernamentales para preservación.

Dónde los dueños legales no actúan, dónde el gobierno no logra instaurar buenas prácticas, ¿Es posible que el ciudadano común, preocupado por su entorno y por sus derechos pueda hacer algo? Es más que filantropía, es hacer ver a las autoridades que esto puede transformarse en un bien turístico.

Por otra parte, existe un lugar donde la ecuación de grandes voluntades y menones recursos tiene asilo: Internet. Nuestro país sabe de esto, vivimos en un país mayormente conectado, en el que la tecnología penetra rápidamente. Desde

el año 2008 se puede observar una expansión masiva de la tecnología ligada a tres grandes avalanchas, *las redes sociales y la web 2.0* como gran precursora de la comunicación vía medios digitales, *las mejoras en la Internet inalámbrica y la aparición del 3G* que permiten compartir experiencias en tiempo real y, el *advenimiento de los teléfonos inteligentes y las tabletas como dispositivos móviles* que son capaces de acompañar a los usuarios en todo instante. Con estos tres elementos, hoy más que nunca, la forma en la que las personas pueden visualizar y transferir información ha dado un vuelco, hacia la movilidad, la globalidad y la sincronía, un vuelco que puede ser la base de la solución para un lugar tan contrario en años y con tantas necesidades comunicativas, lo nuevo y lo viejo como aliados en la preservación de la cultura.





Fuente del gráfico: SUBTEL. 2011. [en línea] <http://www.subtel.gob.cl/prontus_subtel/site/artic/20070212/pags/20070212182348.html#TI> [Consulta: marzo 2012]

14. Ibid.

15. Ibid.

13. SUBTEL. 2011. [en línea] <http://www.subtel.gob.cl/prontus_subtel/site/artic/20070212/pags/20070212182348.html#TI>

[Consulta: marzo 2012]

1.2.1 CONECTIVIDAD

Conexiones fijas

En Chile el total de conexiones fijas a Internet es de 2.025.066 que representan una cobertura del 39,32% de los hogares de Chile y que tiene un crecimiento de alrededor del 10% anual¹³.

En relación a la velocidad de conexión más utilizada, esta se concentra en dos grandes grupos: entre 1Mbps y 2 Mbps (28,6%) y otra gran parte entre 5 Mbps y 10 Mbps (33,9%)¹⁴.

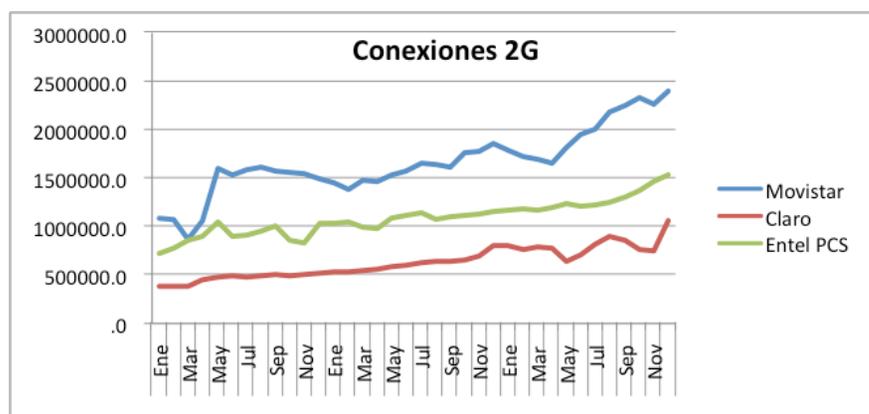
El tipo de conexión es aún mayoritariamente ADSL (50,6%) seguida por las de tipo Cable Módem (48,6%) las cuales se reparten casi la totalidad del mercado¹⁵.

Conexiones móviles

En Chile la cantidad total de conexiones móviles corresponde a 7.957.714 de las cuales 4.996.664 son conexiones de segunda generación (2G) y 2.961.050 de tercera generación (3G), con una tasa de crecimiento del 12% anual¹⁶.

Características de las conexiones de segunda generación (2G):

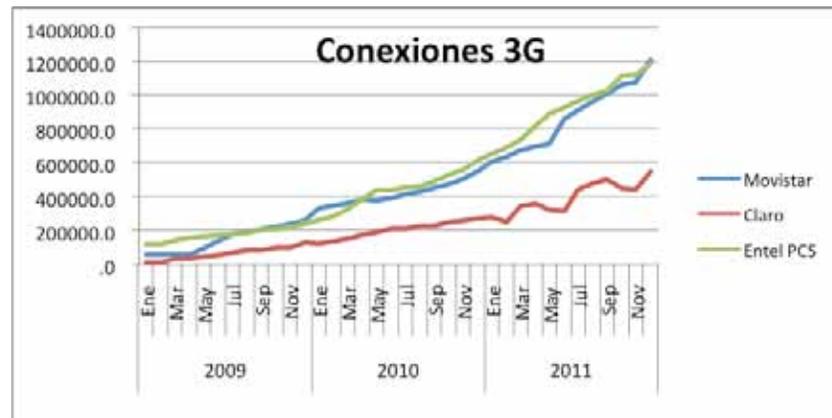
- La mayoría de sus clientes corresponde a prepago (80%)
- La velocidad promedio es de 56 Kbps, esto permite enviar y recibir material en formato escrito, como por ejemplo, revisar notificaciones, enviar o recibir mails, etc.
- La empresa Movistar es la que más afiliados tiene en este segmento¹⁷



Fuente del gráfico: SUBTEL. 2011. [en línea] <http://www.subtel.gob.cl/prontus_subtel/site/artic/20070212/pags/20070212182348.html#TI> [Consulta: marzo 2012]

16. Ibid.

17. Ibid.



Fuente del gráfico: SUBTEL. 2011. [en línea] <http://www.subtel.gob.cl/prontus_subtel/site/artic/20070212/pags/20070212182348.html#T1> [Consulta: marzo 2012]

18. Ibid.

Características de las conexiones de tercera generación (3G):

- La mayoría de sus clientes corresponde a postpago (65%)
- La velocidad promedio fluctúa entre los 256 Kbps y los 512 Kbps, esto permite enviar y recibir material en formato escrito, visual y audiovisual, además de ocupar funcionalidades complejas del teléfono que se alimentan de Internet sin problemas, como por ejemplo, usar el GPS en Navigator para ubicarse en las calles, ver videos desde YouTube en tiempo real, chatear con otras personas, etc.
- La empresa Movistar y Entel van a la cabeza en este segmento.¹⁸

1.2.2 HARDWARE

El mercado relacionado a las plataformas tecnológicas que permiten la navegación a través de Internet es amplio y se puede clasificar según el nivel de movilidad:

DISPOSITIVOS DE ESCRITORIO: Son aquellos que dependen en todo instante del espacio físico que los rodea para ser utilizados, ya que necesitan soporte y acceso a electricidad siempre. Por lo general, son equipos que equilibran la dependencia espacial con mayor calidad en el procesamiento, la resolución, el espacio de almacenamiento y la velocidad de transferencia de datos. Su movilidad es limitada.

DISPOSITIVOS PORTÁTILES: Son dispositivos que pueden ser trasladados de un lugar otro sin inconvenientes, y pueden reemplazar el uso de

electricidad directa por la alimentación a través de una batería. Ocupan redes inalámbricas de transferencia de datos o módems 3G externos y sus capacidades equilibran la necesidad de ser portátiles con el rendimiento total. Son recomendables para trabajar desde lugares distintos, pero siempre sobre un apoyo estático. Aquí encontramos notebooks, netbooks, etc. Su movilidad es media.

DISPOSITIVOS MÓVILES: Fueron pensados para acompañar a las personas en la vida cotidiana, suelen concentrar grandes capacidades en volúmenes reducidos, aunque se colocan por debajo de los portátiles en relación a su rendimiento y la transferencia de datos, ya sea a través de redes inalámbricas o 3G, es más lenta que en los anteriores. Aquí encontramos a los smartphones y las tablets. Su movilidad es alta.

1.2.3 SOFTWARE: LIBRE, GRATUITO Y DE CALIDAD

La panacea entorno a la programación para la Word Wide Web podría traducirse en tres términos contingentes “libre, gratuito y de calidad” y aunque las empresas desarrolladoras de sistemas operativos han luchado año a año con esta premisa que atenta contra su visión lucrativa acerca de los lenguajes incompatibles de programación, las plataformas masivas que en este momento le dan valor a la Web siguen siendo fieles a estos cánones, además de ser la cúlmene del hipervínculo y la facilitación de la viralización.

A su vez, la programación es cada vez un obstáculo más fácil de suplir, por medio de los lenguajes cada vez más simples (HTML, CSS, JavaScript, JQUERY) y la gran cantidad de material para desarrollo autodidacta con el

que se cuenta hoy (tutoriales, videotutoriales, código compartido); además de gestores de contenido gratuitos para generar estructuras de soporte y administrar publicaciones (como Wordpress y Joomla), y widgets que aportan funcionalidades que serían muy difíciles de desarrollar en exclusiva para un proyecto, como la georeferenciación ligada a Google Maps, o la difusión en redes a través de Facebook o Twitter. Incluso, en la misma línea, podemos encontrar elementos que nos ayudan a relacionar el mundo virtual y el real, como la realidad aumentada o los códigos QR.

1.2.4 CHILE TECNOLÓGICO

Como se comentó anteriormente, en relación al tamaño de su población, Chile es un gran consumidor de tecnología, con un gasto per

cápita en TIC de US\$516, superior al promedio de la región (US\$378)¹⁹, por lo cual, desde hace un par de años, se ha situado como plataforma de entrada al mercado Latinoamericano para la introducción de nuevas marcas de telefonía móvil (Virgin Mobile, Nextel y próximamente Falabella Móvil²⁰), y para el lanzamiento de nuevos productos y/o servicios de otras empresas con trayectoria establecida (Nokia y Windows Phone). En relación a dicho consumo tecnológico, Internet y redes sociales, algunos datos país relevantes:

- Existen 421 computadores por cada 1.000 habitantes.²¹
- Hay 480 usuarios de Internet por cada millar, es decir, personas que tienen acceso desde sus casas, lugares de estudio o trabajos.²²

- Por cada 1.000 personas, 464 pertenecen a alguna red social, siendo las más populares Twitter y Facebook.²³
- El 52% de los 18 millones (aprox.) de habitantes de Chile tiene una cuenta en Facebook, lo que lo sitúa en el tercer lugar a nivel mundial¹. Es decir alrededor del 17% de las personas que no tienen acceso a Internet en sus casas, lugares de estudio o trabajos, de igual forma logran reunir los medios para estar conectados a esta red social.²⁴
- Esperamos la tecnología 4G para aumentar la calidad de la banda ancha móvil y las posibilidades ligadas a la mayor cantidad de datos por segundo (interfaces más

19. EVERIS. 2011. Chile continuará liderando el ISI regional el 2011 [en línea]. Santiago, Chile. <<http://www.everis.com/chile/es-CL/sala-de-prensa/noticias/Paginas/chile-lider-isiregional.aspx>> [consulta: 9 abril 2011]

20. LA TERCERA. 2012. Falabella Móvil sella acuerdo con Entel para utilizar su infraestructura de redes. [en línea]. La Tercera en Internet. 8 de noviembre, 2012. <<http://www.latercera.com/noticia/negocios/2012/11/655-492281-9-falabella-movil-sella-acuerdo-con-entel-para-utilizar-su-infraestructura-de.shtml>> [consulta: 17 noviembre 2012]

21. EVERIS. 2011. Chile continuará liderando el ISI regional el 2011 [en línea]. Santiago, Chile. <<http://www.everis.com/chile/es-CL/sala-de-prensa/noticias/Paginas/chile-lider-isiregional.aspx>> [consulta: 9 abril 2011]

22. Ibid.

23. Ibid.

24. CABEZAS, Seba. 2011. WTF: En Chile hay más usuarios de Facebook que de Internet [en línea] <http://www.fayerwayer.com/2011/12/wtf-en-chile-hay-mas-usuarios-de-facebook-que-de-internet/> [consulta: noviembre 2011]

25. RODRÍGUEZ, Francisco. 2011. Uno de cada cinco usuarios de smartphone en Chile tienen entre 15 y 24 años. [en línea] La Tercera en Internet. 10 de junio, 2011. <<http://diario.latercera.com/2011/06/10/01/contenido/tendencias/16-72153-9-uno-de-cada-cinco-usuarios-de-smartphone-en-chile-tienen-entre-15-y-24-anos.shtml>> [consulta: 4 agosto 2011]

26. LEAL, Christian. 2012. Chile tiene 4.8 millones de usuarios en Twitter: es el 7º país más "entusiasta" de la red social. [en línea] Bio Bio Chile. 1 de febrero, 2012. <<http://www.biobiochile.cl/2012/02/01/chile-esta-en-el-7-lugar-de-los-paises-con-mas-usuarios-fanaticos-de-twitter-en-el-mundo.shtml>> [consulta: 15 de marzo 2012]

complejas, mayor variedad en recursos gráficos, etc.). Actualmente se encuentra en proceso de licitación.

- Los smartphones representan a la fecha más del 30% del mercado de telefonía celular, con un 33% de usuarios entre 15 y 24 años, un 29% entre 25 a 34 años y un 22% entre 35 y 44 años.²⁵
- Ya tenemos más de 4.8 millones de usuarios en Twitter, que representa al 24% de la población registrado en esta plataforma, siendo el 7º a nivel mundial en relación usuarios/habitantes.²⁶

1.2.5 TENDENCIAS

Las tendencias que se señalan a continuación son las conclusiones de un análisis realizado para TVN, en su área de Plataformas, a fines del año 2011:

GLOBALIDAD: A través de Internet y las redes sociales se acabaron las limitaciones geográficas y la invitación es a pensar global. Lo que antes físicamente no se podía realizar, ahora, es traspasado a la nube y procesos complejos se pueden realizar perfectamente a distancia. Las conversaciones son globales, la economía es global, ahora somos ciudadanos del mundo.

MOVILIDAD: Así como conversamos con todos necesitamos hacerlo en el momento preciso, y esto conlleva que ya no estemos amarrados a las sillas. El celular se ha convertido en nuestro accesorio predilecto y las tablets en nuestro

futuro notebook.

SINCRONÍA: Sin embargo, las tendencias no solo hablan de aparatos pequeños, en los próximos años veremos la sincronización paulatina de todos los dispositivos que tenemos alrededor, televisión o Smart TV, computadores, celulares, tablets, y en futuro un poco más lejano el refrigerador, las alarmas, la casa... Las plataformas tendrán que enfocarse en trabajar para los usuarios, y los datos dejarán de almacenarse en los dispositivos para ir directamente a las nubes personales de las personas y desde ahí administrarlos.

A nivel de software y hardware:

LA MUERTE DE FLASH Y EL ASCENSO DEL HTML5: Steve Jobs lo dijo en el año 2010, “La era móvil es acerca de dispositivos de bajo consumo de energía, interfaces touch screen, y

estándares de web abiertas, todas estas áreas son en las que Flash falla”.

MAYOR RENDIMIENTO POR PÍXEL: Si el mundo avanza hacia lo móvil, los dispositivos no pueden seguir creciendo, pero sí mejorando, lo que significa que en el espacio de un celular habrá el potencial de un ultrabook, como por ejemplo mejorando la resolución agregando más píxeles por pulgada. Esto ya se ve en el Ipad 3 o en las nuevas MacBook Pro con pantalla de retina.

MEJOR ANCHO DE BANDA: Así como deberemos acostumbrarnos a vivir en una nube, las capacidades en transferencia de datos mejorarán, a través de la inversión en mejores materiales que permitan avanzar a la era 4G.²⁷

DISEÑO WEB ADAPTATIVO: Propuesto y discutido por primera vez en el consorcio

W3C (World Wide Web Consortium) de julio del 2008, pone en la palestra el horizonte de internet: Ser capaz de crear interfaces transversales al entorno del usuario (One Web)²⁸. Los esfuerzos actuales en diseño web y programación apuntan a esta meta, pensando en simplicidad y atractivo fluido, no duplicado.

²⁷. TVN Plataformas.2011. Santiago, Chile.TVN. 17p.

²⁸. WIKIPEDIA. 2012. Diseño web adaptativo. [en línea] <http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_web_adaptativo> [consulta: 25 octubre 2012]

1.3 OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Las condiciones tecnológicas y sociales que cruza nuestro país, además de las oportunidades que ofrece la web de libre acceso y gratuidad permiten ofrecer al patrimonio histórico y funerario del Cementerio General un nuevo comienzo en lo que a medios de difusión se refiere, que puede dar respuesta a sus necesidades que se fundamentan a base de cuatro ejes:

LA CANTIDAD DE INFORMACIÓN SIN CLASIFICAR

Casi 85 hectáreas de terreno informativo (28 bajo Ley de Monumentos Nacionales) lleno de símbolos y personajes relevantes sin un orden ni una arquitectura de información.

LA NECESIDAD DE HACER EVIDENTE EL CARÁCTER EXPERIENCIAL DEL CEMENTERIO

El cementerio es un parque, es posible caminar, recorrer, pasear, oler, comer, tocar. Es un museo al aire libre, sin restricciones y es

necesario aprovechar esta cualidad para generar valor agregado.

LA DIFICULTAD DEL ACCESO A LA INFORMACIÓN

Actualmente la información que se encuentra disponibles es casi toda funcional y la relativa al patrimonio o a la historia está en libros disponibles en algunas bibliotecas, o en los estudios de los observadores. Existe muy poco que llega o puede llegar a un usuario común, porque las vías de acceso son casi nulas.

COSTOS Y VIABILIDAD

El objetivo es llevarlo a la práctica, hacer un buen ejercicio proyectual y determinar la mejor alternativa para después buscar apoyo. Por lo cual, debe tener un costo que permita su viabilidad dentro del escenario antes descrito.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Generar una plataforma que logre poner en valor el patrimonio histórico y arquitectónico del Cementerio General de Santiago en cuanto es museo al aire libre y espacio cultural abierto a un público masivo.

1.4.2 ETAPAS / OBJETIVOS ESPECÍFICOS

CATASTRO > Realizar un estado del arte respecto a las tendencias actuales en medios digitales, difusión de la información, visualización de datos y del ámbito de la cultura que pueden dar soluciones coherentes al cementerio.

ANÁLISIS > Detectar los aspectos que definirán la propuesta, analizar a los usuarios y sus intereses particulares respecto a este lugar y así determinar el enfoque comunicacional del proyecto.

DESARROLLO > Diseñar una plataforma online que se adapte a las necesidades del usuario y a su entorno y respondan a las necesidades de difusión y resguardo del patrimonio cultural del Cementerio General.

1.5 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de investigación es de tipo exploratoria. Esto explica la forma en la que se ha estructurado esta investigación.

En una primera parte (IBM), la temática era más genérica, y se basaba en el cuestionamiento acerca del poco material de apoyo que existe para aprender sobre el patrimonio arquitectónico en Chile. En nuestro país las edificaciones por sí solas no representan un valor, si no que se convierten en algo de interés cuando quienes las habitan logran trascender, es decir, se da mayor importancia al contenido y se deja de lado el contenedor. Lo podemos comprobar fácilmente, primero porque legalmente para ser protegidos llegan sólo a la categoría de monumento histórico (valen por su aporte en la historia, no por su valor arquitectónico), así como también al salir a caminar y ver las placas que se colocan en ellos (“Aquí vivió el Presidente...”).

En base a esto se analizaron las causas, el sentido de investigar esta temática y se llegó a un punto muy importante. Si bien es necesario dar cabida a la masividad en la difusión de la información arquitectónica patrimonial, además, es pertinente aprovechar las ventajas propias del patrimonio arquitectónico: que se puede visitar y recorrer, para así ocupar los cinco sentidos para aprender y lograr experiencias más significativas.

En una primera barrida investigativa entorno a la difusión del patrimonio arquitectónico en el lugar mismo, surgieron el uso de formatos conocidos, la mayoría impresos, como guías, folletos y viajes guiados. Estos cumplen con la disponibilidad en el sitio, pero no con la cobertura masiva que también es una característica deseada.

Por otra parte, el usuario de este tipo de

información tiene un comportamiento peculiar, ya que se da el tiempo para observar el medio que lo rodea, y le surgen de manera innata momentos de interés. El momento de interés es un concepto que acuñé después de buscar, sin éxito, a algún autor que hablará de una situación similar a esta. Cuando digo momento de interés, me refiero a ese instante en el que las personas, por diversas causas ligadas a la situación particular en la que se encuentran, sienten curiosidad espontánea y están abiertas a recibir mayor información o inducción respecto al tema que les motiva, abriendo la puerta a procesos más profundos de aprendizaje que normalmente pasarían por alto.

En este caso, nos referimos a la situación de un paseo por la ciudad, con o sin preparación en el que las personas observan los edificios y generan cuestionamientos, en este momento debería estar disponible el material de difusión

para dar satisfacción rápida al “hambre” del usuario, ya que si bien es un impulso poderoso, es etéreo y se olvida mucho antes de llegar a casa y prender el computador.

Hasta este momento la investigación se basaba en libros, exploración y observación de los usuarios de este tipo de patrimonio.

Al plantear la idea de que la difusión debería abarcar espectros masivos y visitantes del patrimonio arquitectónico se descartaron todos los soportes análogos utilizados hasta ese entonces, y la investigación se volcó a las plataformas digitales y los avances tecnológicos en la transferencia de datos, con lo que también cambiaron las fuentes de información, pasamos a los blogs, tutoriales, videos, papers, entre otros, y aparecen nuevos conceptos, tales como: realidad aumentada, realidad virtual, códigos QR, transferencia de datos, interacción,

smartphones, responsive web design, etc.

Retomando el espacio real, exploré Santiago en busca de espacios adecuados para generar el proyecto de diseño, porque, evidentemente, hablar del patrimonio arquitectónico en general era un tema inagotable; la selección se hizo en relación a cinco ejes temáticos que tomaría en cuenta cualquier usuario al decidir visitar un lugar:

- Valor arquitectónico
- Importancia histórica
- Potencial de interacción del usuario con el lugar
- Accesibilidad
- Seguridad, para el desarrollo de

la experiencia con un mínimo de preocupación

Los lugares preseleccionados eran:

- Centro histórico de Santiago
- Barrio Yungay
- Barrio Lastarria
- Sitios patrimoniales de Providencia
- Cementerio General de Santiago

De ese análisis²⁹ extraigo las siguientes observaciones:

- El Barrio Yungay y el Casco Histórico de Santiago presentan un nivel delictual que no permite disfrutar la experiencia por completo, a menos

29. VER ANEXO
“Evaluación de zonas patrimoniales”

30. Fundación pensada por Tomás Domínguez para canalizar las ayudas para la reconstrucción del Cementerio General, después del terremoto del 27 de febrero del 2010. Todavía está en tramitación.

que sea en grupo (casi me asaltan y me quitan la cámara con la que registraba las visitas).

- Providencia y el Barrio Lastarria si bien gozan de atractivo estético, no tienen el nivel mediático como para lograr interés masivo.
- De los lugares analizados, el Cementerio General de Santiago posee las condiciones espaciales más idóneas para desarrollar el proyecto.

Los resultados de la experiencia en el lugar se cruzaron con entrevistas informales a personajes reconocidos dentro del campo de estudio que desde sus perspectivas reforzaron la decisión final. En el caso de innovación en la visualización de datos, se le solicitó entrevista al grupo Fenoma, primera empresa en realizar

proyectos que incluyen realidad aumentada en Chile, que además, ha creado proyectos ligados al área patrimonial y museográfica; y posteriormente, se entrevistó al arquitecto Tomás Domínguez, defensor de la causa patrimonial y actual precursor de la Fundación Ciudad Eterna³⁰ que protege al Cementerio General, quien fue decisivo en opción final adoptada.

Arrojados los resultados, el lugar se investigó en profundidad para saber cuáles eran sus necesidades particulares e identificar las oportunidades. Esto se hizo a través de exploraciones de campo mayormente, revisión de la bibliografía, consulta a los usuarios y entrevistas. De esta manera, se llega a la determinación sobre quiénes son los visitantes y se conocen las carencias que el cementerio tiene respecto al área comunicativa, desde su concepción estratégica hasta el soporte final.

Paralelamente, el año 2010, año del comienzo de esta investigación, estuvo lleno de eventos relativos a las TICs y a las plataformas digitales, de algunos eventos y seminarios a los que asistí rescato los siguientes:

- AI 2010. Seminario sobre arquitectura de la información.
- Big Bang Data -2010. Seminario internacional para la visualización de datos.
- ED-2010. Encuentro nacional para el desarrollo digital .

De ellos pude reconocer las perspectivas de mercado que posteriormente analizaría en profundidad, resumidas en tres simples conceptos que se ya fueron explicados: global, móvil y sincronizado.

Ya casi como una de las etapas finales, viene la adquisición de nuevas habilidades, con la investigación y práctica en diseño de interfaces y experiencias de usuario, y todo el conocimiento que es necesario para crear una herramienta digital, además del aprendizaje de lenguajes y estructuras de programación. No todo es teoría, aquí lo leído en la primera etapa tenía que llevarse a la práctica, a través de mediciones que evaluaran las siguientes problemáticas:

1. Factibilidad técnica: Se plantea el uso de dispositivos móviles, pero es necesario saber si las condiciones en el espacio real son favorables (Anexo: Evaluación de zonas patrimoniales).
2. Arquitectura y volumen de la información: ¿Cuánto está dispuesto a profundizar en una materia un

usuario que está de visita? ¿Es posible ofrecer distintos niveles informativos de forma intuitiva según el interés del usuario? (Anexo: El Cementerio y sus visitantes)

3. Test de usabilidad: ¿La interfaz y sus interacciones son coherentes con el manejo que el usuario le otorga? ¿El usuario entiende la plataforma?

Al finalizar, las respuestas para la intervención física y las implicancias burocráticas para realizar el proyecto, así como también, la planeación de la estrategia comunicacional y de difusión para llegar al usuario final.



Parte II. Cementerio General de Santiago

2.1 DESCRIPCIÓN

El Cementerio General de Santiago, es el primer cementerio creado en Chile.

Fue fundado en 1821 por Bernardo O´Higgins, siendo concebido como una de las primeras obras públicas de la República destinada, en un principio, a resguardar los restos de los héroes de la patria y personajes más influyentes de la época.

Fue ubicado en un lugar estratégico, cerca de la naciente ciudad, pero lo suficientemente alejado para que el olor de la carne en descomposición y las infecciones que llevaron a sus habitantes no interrumpieran la vida santiaguina (actualmente ubicado en la comuna de Recoleta), siendo el primer paso de un barrio dedicado a la muerte y sus quehaceres, con la ventaja, además, de estar al lado del Cerro Blanco y sus canteras.

A lo largo de los años ha ido mutando junto a la sociedad, siendo reflejo del crecimiento del país y los procesos por los que este ha atravesado, logrando convertirse en una verdadera necrópolis que alberga 2.510.000 cuerpos en 85,4³¹ hectáreas y que es capaz de, a escala, describir la historia nacional por lo que es parte de nuestro legado patrimonial, aunque legalmente solo esté protegida la parte más antigua.

31. DOMINGUEZ, Tomás. 2009.

Expediente técnico para solicitar la declaratoria de monumento nacional del Cementerio General de Santiago. Santiago de Chile. Fondart..

2.2 CRONOLOGÍA

9 DE DICIEMBRE DE 1821

Tras un largo período de gestación se inaugura el cementerio extramuros, en medio de un contexto rural y religioso. El primer patio que se comienza a utilizar es el denominado Claustro de los Patriotas, parte del actual Patio Histórico.

1824

Se inicia la construcción de la iglesia católica interna.

1832

Se organiza el trazado interior del cementerio, creando el primer trazado de calles, plantándose los primeros cipreses y construyéndose el campanario sobre la puerta del edificio administrativo. Las sepulturas se diferenciaron desde el principio según valor de los terrenos y de los derechos de entierro, lo que dio pie a la progresiva constitución de barrios de ricos y pobres.

1845

Pasa a formar parte de la Beneficencia Pública.

1854

Creación del Patio de Disidentes.

1857

Primer ensanche del trazado original del camposanto.

1870 - 1880

La población del cementerio (460.000) casi triplica la cantidad de habitantes de la ciudad y el espacio escasea nuevamente.

1872

Benjamín Vicuña Mackenna traza la Avenida del Cementerio (actual Avenida La Paz).

1883

Se decreta la Ley de Cementerios Laicos, que pasó la administración del cementerio al Estado

y permitió el entierro de otras personas no católicas.

1891

El director Manuel Arriarán crea un plan de transformación del cementerio que considera una nueva extensión del trazado, prolongándolo con avenidas arboladas y lo aísla del resto de la ciudad a través de un muro perimetral de nichos. Se construyen las viviendas para los trabajadores en el espacio circundante a la Plaza La Paz y su antigua fachada de adobe es demolida para construir la actual entrada, con la gran puerta y su cúpula. Además el plano que rodea el cementerio se comienza a llenar de edificaciones, en su mayoría hospitalarias, que integran el cementerio al tejido urbano.

1932

Su administración se traslada al Servicio Nacional de Salud que cambia la visión religiosa

y espiritual del cementerio a una basada en el aspecto sanitario.

1930

Se observa un incremento acelerado de la construcción de obras, de la mano del crecimiento explosivo de Santiago.

1960

Se lleno el área limitada por el muro de nichos. El cementerio creció hacia el norte con terrenos dedicados a entierros temporales para los más pobres y se construyeron decenas de pabellones públicos para la emergente clase media, reservándose el oriente para los más ricos.

1965

Creación del primer orden crematorio del país.

1960 - 1970

Se pierde el respeto por las áreas mortuorias y se comienzan a vender los espacios “vacíos”

que dejaba el trazado urbano como parte de su planificación. Esta tendencia se mantiene hasta el día de hoy, y se reconoce al identificar las tumbas, ya que la línea arquitectónica hasta esta época se mantiene intacta.

1970

El cementerio se queda sin espacio para la construcción de tumbas nuevas. Solo quedan los lugares vacíos en las que ya existen.

1973 Y AÑOS SIGUIENTES - GOBIERNO MILITAR

Se termina la tuición de la salud pública y el cementerio es lugar de numerosas inhumaciones ilegales. Se pierden las reliquias de Bernardo O’Higgins y durante esa época se cambia de lugar su tumba, lugar simbólico y de alta importancia en la narrativa urbana del cementerio.

1982

Se concreta el traspaso del cementerio desde la salud pública a la Municipalidad de Santiago.

1992

Se crea el trazado de la comuna de Recoleta y con esto, el cementerio pasa a formar parte de esta.

8 DE JULIO DEL 2009

Es declarado Monumento Histórico por el Consejo de Monumentos Nacionales, siendo protegidas 28 hectáreas del casco antiguo (1821-1930) más los portales y Plaza La Paz³².

³². *Ibíd.*

2.3 EL CEMENTERIO GENERAL COMO MONUMENTO HISTÓRICO

El miércoles 8 de julio del año 2009, después de un largo proceso, se declaró proteger bajo la Ley de Monumentos (Ley 17.288) al Cementerio General de Santiago.

El área protegida abarca 28 hectáreas del casco antiguo (1821-1930), más los portales y la plaza La Paz, sin embargo, esta declaración no considera la totalidad del cementerio (85 hectáreas aproximadas), pero, de igual manera, lo transforma en el Monumento Histórico más grande de Santiago.³²

32. DOMÍNGUEZ, Tomás, 2009. Agradecimiento a quienes votaron la declaratoria [en línea] <http://www.laciudaddelosmuertos.org/?p=914> [Consulta: 14 mayo 2010]



2.4 NORMATIVA VIGENTE

Ley 17.288

33.CHILE. Ministerio de Educación, Consejo de Monumentos Nacionales, 2006. Ley 17.288 de Monumentos Nacionales y normas relacionadas, 14 de junio del 2005. 107p.

El Cementerio General de Santiago, actualmente, se encuentra bajo la Ley de Monumentos Nacionales (Ley 17.288).

Esto implica que es un Monumento Histórico, protegido como edificación por su importancia cultural y que es deber del Estado, a través del Consejo de Monumentos Nacionales, velar por su protección, conservación y ejercer una tutela sobre él. Se complementa a esto la activa preocupación de sus propietarios (dueños de cada tumba) por la correcta conservación en el tiempo, además del control y fiscalización de los municipios (I. Municipalidad de Recoleta)³³.

De lo anterior se infiere que:

- El cementerio está protegido por su importancia histórica, sin importar su valor arquitectónico, ya que el inmueble es valioso por lo que

contiene, no por su soporte.

- El Estado aporta en parte subvención a este lugar, dividiendo en tres las responsabilidades (Estado, Municipalidad, dueño de la tumba) y siendo tres, en el caso de que corresponda, a quienes es necesario pedir autorización para alterar o intervenir los espacios, o dos, si la alteración está ubicada alrededor o fuera de las tumbas.
- Está bajo la Ley de Monumentos, por lo cual es posible su participación en fondos concursables de las líneas de financiamiento que el Estado dispone para ello, por ejemplo, Fondart.

2.5 USUARIOS DEL CEMENTERIO GENERAL

Según los datos antes expuestos, podemos evidenciar la falta de interés por parte de la organización a cargo del Cementerio General al momento de potenciar este lugar, lo que repercute en la información que posee acerca de él, por lo cual después de consultar a los empleados, la ayuda de Tomás Domínguez y la observación propia, se han dividido a los usuarios en 4 categorías³⁴.

PERSONAS QUE HACEN USO DEL RECINTO COMO TAL

Aquí entran todos aquellos que llegan aquí para darle sepultura a un familiar, van a visitar la tumba de un ser querido, etc. Es un uso utilitario del espacio, al cual las personas tienden a dirigirse directamente. Si bien, visitan con mayor regularidad el cementerio, no prestan mucha atención al entorno. Son adultos, tienden a tener por sobre los 40 años y si bien no conocen aspectos profundos de la

historia del Cementerio, si tienen noción de que sus familias sean parte de él. En algunos casos muestran evidente orgullo.

TURISTAS CULTURALES URBANOS DE ORIGEN NACIONAL

El Cementerio es un referente para las personas como punto cultural, por lo cual, es visitado como paseo por un número considerable de personas. Su edad tiende a estar entre los 20 y 30 años aproximadamente y tienen un interés cultural innato que les hace llegar al cementerio porque consideran que es un lugar *muy importante e interesante*³⁵. Lamentablemente el cementerio no es capaz de responder a este interés con la infraestructura necesaria, por lo cual la gente camina guiándose por los nombres expuestos en las tumbas y por la información que sus sentidos logran captar.

³⁴. Ver anexo "Entrevistas en el Cementerio".

³⁵. Ver anexo "El Cementerio y sus visitantes".

TURISTAS EXTRANJEROS

La visita de cementerios es una parada normal en otros países, por lo cual muchos extranjeros deciden visitar el nuestro, que se encuentra además, favorecido por su ubicación cercana a al centro de Santiago y de fácil llegada a través del Metro. Para ellos sería ideal contar con una versión en inglés que les permitiera entender de mejor manera lo que observan. Sus visitas tienden a ser más frecuente el fin de semana.

FANÁTICOS

Aquí entran todos aquellos que son capaces de vislumbrar el valor patrimonial del patrimonio, se cuentan entre ellos a intelectuales, tales como: investigadores, arquitectos, restauradores, historiadores y por otra parte a románticos: dibujantes, fotógrafos (aunque está prohibido sacar fotografías). Su amor por este lugar a llevado el Cementerio a convertirse en patrimonio.

CAZAFANTASMAS

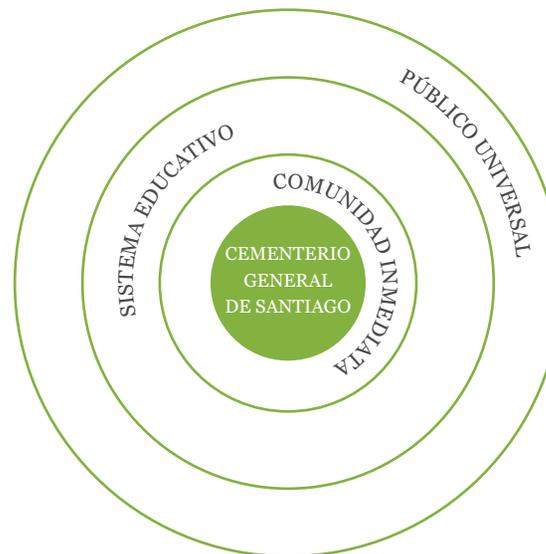
Todos aquellos que se interesan por los mitos propios de un cementerio y el lado más popular, si bien es un área que la intelectualidad discrimina, un número importante de personas visita este lugar con la intención de ver fantasmas, pedir algún favor en una anímita o con la curiosidad propia del mundo de los espíritus. Lejos el lado más atractivo y entretenido del lugar y que atrae a más personas sin motivo más que su curiosidad. Es interesante el punto de vista de los organizadores de los Tours nocturnos, ya que el recorrido popular se basa en esta dualidad de fantasía y realidad. En este caso la fantasía la dan los mitos y la narrativa de la que se hace parte el guía con su disfraz, pero que entrega sólo información verídica.

2.6 PROCESO DE SOCIABILIZACIÓN Y VALORIZACIÓN *del patrimonio*

En un contexto normal, el proceso de sociabilización y valorización del patrimonio es muy distinto al que se observa en el Cementerio General.

En un plano ideal, el patrimonio se transmite como si fuera “onda expansiva”, existiendo al centro un pequeño número de personas que están extremadamente comprometidas con el bien cultural y realizan acciones efectivas para protegerlo; y en los extremos, los ciudadanos comunes que se interesan y reconocen el valor cultural, pero que realizan actos de bajo o muy bajo impacto.

Según los tratados internacionales para protección del patrimonio y las leyes vigentes, los actores funcionan de la siguiente forma³⁶:



36. AZKARATE, A., RUIZ DE AEL, M. y SANTANA, A. 2003. [en línea]. <<http://www.ehu.es/arqueologiadelaarquitectura/documentos/1118164264Patrimonio.pdf>> [Consulta: 21 abril 2010]

COMUNIDAD INMEDIATA

Son quiénes primero se reconocen en la muestra cultural, incluso muchas veces, forman parte del patrimonio cultural en sí. Su nivel de compromiso es alto, y por lo general, sus grupos familiares llevan generaciones ligadas al bien y/o han estudiado la muestra representativa de tal forma que tienen las bases intelectuales para declararlo patrimonio.

USUARIOS DEL SISTEMA EDUCATIVO

El patrimonio es un derecho ligado a la necesidad de perpetuar la cultura y conservar la identidad de los pueblos, para así poder educar a las futuras generaciones y generar un vínculo de pertenencia. Es un atributo que está en directa relación con la valorización de las diferencias y la práctica del respeto entre las personas, por lo cual es obligatoria la instrucción acerca del patrimonio nacional y local en las aulas de clases.

PÚBLICO UNIVERSAL

Si el proceso es exitoso hasta esta fase, se contará con un grupo humano informado, orgulloso y compenetrado con el patrimonio que podrá compartir su identidad con los visitantes ajenos del lugar, motivando e incluso sacando provecho de ser un foco de atracción turística.

Es así como lo que en un principio fue una muestra cultural representativa se convierte en capital socio-cultural.

En el caso del cementerio si bien existe una comunidad inmediata, está disgregada y no logra tomar la fuerza organizativa para generar impacto, lo que cambia en el área intelectual, quienes fueron los grandes convocantes en la declaración de patrimonio.

Para llegar al sistema educativo es necesario

adaptar el enfoque, ya que muchas veces es descartado como visita a terreno por ser visto solo como un cementerio, y en relación al enfoque masivo, a nivel popular es reconocida la importancia cultural del cementerio, pero no es posible profundizar al respecto sin mayor información.

Es necesario poder hablar a estos públicos, además de los que ya posee el camposanto, para generar un apoyo masivo y así encaminar el proceso de valorización.

2.7 DIFUSIÓN ACTUAL DEL PATRIMONIO DEL CEMENTERIO

A nivel estratégico, el Cementerio General de Santiago no ha logrado desplegar un lineamiento claro, existiendo indicios del esfuerzo por difundir la información, pero todo expuesto en soportes de poco impacto actuando por separado.

Se aprecia una falta de preocupación en este sentido, y más aun, un foco absolutamente funcional a la hora de generar estas piezas, poniendo la atención en la venta y mantención de sepulturas, y dedicando un espacio mínimo a su valor cultural.

Debido a la falta de una estrategia de comunicación, analizaré las herramientas comunicativas más usadas:

2.7.1 SITIO WEB

(WWW.CEMENTERIOGENERAL.CL)

El actual sitio web representa la plataforma más amplia a la hora de entregar información,



INFORMACIONES

 (50-2) 26377800

Concurso público
Diseño logotipo
Recolecta semes todos

ELIGE EL IDIOMA



GUÍA DE TRÁMITES

▶ ¿Qué hacer en caso de un fallecimiento?

ENCUESTA

¿El cementerio general lo identificarías como?

Un Museo al Aire Libre

Un Lugar Histórico

Un Lugar de memoria

Un Lugar de reflexión

Monumento de los Antepasados

LA HISTORIA DEL CEMENTERIO GENERAL

Jueves, 03 de Julio de 2009 21:41

Página 1 de 6

Bajo la inspiración de hombres como don Benjamín Vicuña Mackenna y sus predecesores, se pensó en una ciudad para los muertos, con calles, avenidas y árboles, para el recuerdo eterno de los antepasados.

El Cementerio General fue pensado por el Director Supremo como un "Panteón", un lugar sagrado para que los ciudadanos rindieran honores a los héroes de la patria y a los personajes grandes de la historia. Algunos historiadores señalan este intento como el deseo de consolidar la nación y construir una memoria común que a permitiera la unión entre los ciudadanos, levantar a los próceres para afianzar la nacionalidad, es decir el sentimiento de ser chileno.

El deseo de esta administración es volver al espíritu con el cual fue creado este cementerio. Transformarlo en un panteón donde la comunidad pueda respirar nuestra historia y conocer a todos quienes, en diferentes ámbitos, han hecho grande a este país.

Se dice que una imagen habla por mil palabras, más aún si esa imagen está acompañada de un relato que la explica. Esta es la invitación que abre el Cementerio General al visitante a través de esta WEB. Es una invitación a visitar la historia de Chile a través de los patios del Cementerio, a recorrer las rutas que nos llevan a las moradas eternas de los personajes a quienes les debemos lo que somos.

Aquí están todos los gobernantes que ha tenido Chile desde la Independencia, salvo dos excepciones; el mismo don Bernardo O'Higgins, que está en la Alameda en el "Altar de la Patria" y don Gabriel González Videla, que deseó ser enterrado en su querida Serena.

En este Cementerio reposan los principales forjadores de esta nación, no solo sus autoridades, están también nuestros artistas, escritores, folkloristas y la élite de los profesionales destacados de cada área.

Prev - Próximo >>

Índice del artículo

La Historia del Cementerio General

El cementerio, una necesidad

Los diáneos...

El día de la fundación

Page 5

las prácticas...

Todas las páginas

aun así, es bastante pobre en su relación con los usuarios. Su objetivo es funcional, ocupando los espacios de mayor relevancia para promoción de servicios.

Hace alusión al patrimonio, pero entrega la información de una forma inadecuada, desaprovechando todas las alternativas obvias para una mejor comunicación. Por ejemplo, al invitar a visitar las esculturas y obras funerarias célebres, no indica el lugar donde se encuentran y sus sugerencias de recorrido hablan mayoritariamente sobre el arte funerario, pero sin mostrar imágenes que permitan identificar las obras, lo que sólo un porcentaje reducido de la población podría entender.

PARTE II Cementerio General de Santiago

Toda la información se ha mantenido intacta por más de dos años, obviando absolutamente la declaración patrimonial y poniendo de manifiesto la nula preocupación al respecto y la única forma en la que dialoga con las personas es una encuesta que sigue abierta después de todo este tiempo.

De muchas formas es inadecuada como plataforma para la difusión del patrimonio, incluso como plataforma de negocios, ya que los e-mail no son contestados nunca y ni siquiera menciona los mediáticos tour nocturnos.

INFORMACIONES

 (56-2) 26377800

Concurso público Diseño logotipo Recolecta como todos

ELIGE EL IDIOMA



GUÍA DE TRÁMITES

▶ ¿Qué hacer en caso de un fallecimiento?

ENCUESTA

¿El cementerio general lo identificarías como?

- Un Museo al Aire Libre
- Un Lugar Histórico
- Un Lugar deprimente
- Un Lugar de reflexión

GUÍA CULTURAL DEL CEMENTERIO GENERAL

Jueves, 08 de Julio de 2009 18:15

Página 1 de 4

Guía Cultural del Cementerio General

Índice del artículo

- Guía Cultural del Cementerio General
- Guía Cultural del Cementerio General 2
- Guía Cultural del Cementerio General 3
- Guía Cultural del Cementerio General 4
- Todas las páginas

El CEMENTERIO GENERAL invita a los usuarios de esta WEB a realizar un TOUR, para recorrer los diferentes sectores de este campo santo y así ver en vivo y en directo las diferentes obras de arte que ofrece este gran MUSEO al aire libre:

- Una de las primeras que se destaca es la Escultura y monumento a las Víctimas del incendio de la Compañía el año 1863. Se encuentra ubicada en la remodelada Plaza La Paz frente a la Cúpula del cementerio. Fue ejecutada por el Escultor francés Camier Belleuse en bronce, la que en sus inicios estuvo instalada en los jardines del Congreso.
- Al ingreso del Establecimiento y hacia el oriente, se encuentra una gigantesca escultura ubicada en la Sepultura del Presidente Don Pedro Aguirre Cerda, obra del Escultor chileno Totia Albert, de estilo Expresionista Alemán, además el perfil del presidente está en un medallón de bronce realizado por Thenot, notable grabador de la Casa de Moneda.
- En el Pato N° 7 en calle Oriente Administración y sobre la sepultura de Don Roberto Waahofz, Senador de la República, Primer Ministro de Hacienda del Presidente Pedro Aguirre Cerda y forjador de la Corporación del Fomento, se encuentra la Escultura de una mujer recostada de bronce del Escultor chileno José Carocca Lafor.
- En Oriente administración al llegar a calle Valdivieso (patio 17) y a un costado de la sepultura de la Familia Phillips Reyes, se encuentra la escultura de material pintada de color blanco, de la figura de un hombre de pie en una expresión de dolor, obra perteneciente al escultor chileno José Carocca Lafor.
- En el Pato 17, Mausoleo de la Sociedad Hípica de Socorros Mutuos "Luis Cousiño", en la parte de su acceso, se encuentra una hermosa escultura en material, pintada de color gris perteneciente al Escultor chileno José Carocca Lafor.
- En el hermoso Mausoleo de la Familia de Don Rafael Echeverría, ubicado en el Patio 16 en calle Echaurren,

ENCUESTA
 ¿El cementerio general lo identificarías como?

Un Museo al Aire Libre

Un Lugar Histórico

Un Lugar deprimido

Un Lugar de reflexión

Ninguna de las Anteriores

Socorros Mutuos, Sociedad de Artesanos, Cuerpo de Bomberos, el Ejército, las Colonias Extranjeras, Círculo de Periodistas, en fin, un sin número de organizaciones que disponen de un mausoleo para el descanso de su miembros.

Curiosidades del cementerio General.

En el Cementerio general perduran nuestras tradiciones. Muchas de las costumbres de nuestros antepasados se pierden en la vorágine de la ciudad moderna, una institución como este camposanto, testimonio de dicho pasado, alberga también relaciones sociales de carácter tradicional. Un ejemplo de esto es la práctica que sobrevive aún de heredar el puesto de sepulturero o de cuidador de mausoleos. Así como en la edad media, la colonia y a lo largo de todo el siglo XX en Chile los oficios de artesanos los heredaban los padres a sus hijos de generación en generación, en el cementerio hemos advertidos verdaderas dinastías al cuidado de algunas mausoleos. El caso más conocido actualmente es el de la Señora Hortensia... de ochenta y tantos años y activa cuidadora del cementerio. Según nos cuenta, fue traída a trabajar aquí por su abuela, quién según nuestros cálculos debió haber entrado al cementerio alrededor de 1880. La señora Hortensia a su vez trajo a sus hijas y nietos, de momento cuatro generaciones de una familia al cuidado de las tumbas del camposanto.

Otra de las curiosidades del camposanto era las antiguas disposiciones para enfrentar el luto. Una especie de manual de Carreño pero con validez legal y coercitivo regla la conducta que debían tener los deudos al momentos de sepultar a un familiar, pautas habla que seguirías al pie de la letra para no ver menoscabada la posición social. Una de estas disposiciones que datan de los primeros años de funcionamiento (1821) del cementerio señalaba, "se prohíbe absolutamente la extravagante costumbre de ir doliente tras el féretro que conduce el cadáver, bajo multa de trescientos pesos...". Para la familia (incluidas viudas y huérfanos) la etiqueta de la época dictaba que "el duelo se recibe y se despide en la iglesia".

<< Prev - Próximo >>

2.7.2 IMPRESOS

Es rudimentario, pero muy útil, y aunque responde a la idea de patrimonio es necesario mencionarlo, ya que es la única herramienta que facilita la ubicación: el buscador de sepulturas. Es una herramienta que permite encontrar el lugar donde están enterradas las personas, ingresando su nombre o apellidos. Es importante rescatar de este medio, su base de datos, que si bien no representa un valor patrimonial, si sirve para generar iniciativas ligadas a las tumbas.

En el último año se ha modernizado este sistema a una pantalla táctil ubicada en los accesos, pero sigue siendo un problema el imprimir, ya que es una opción que no siempre se encuentra disponible.

Algunas veces, también se imprimen trípticos, pero solo pueden explicar la historia del cementerio a nivel general.





2.7.3 EXPERIENCIALES

Los tour nocturnos han resultado un éxito, copando las reservas y generando una buena difusión en medios. Se ofrecen dos rutas alternativas, la histórica y la popular, cada una envuelta en una trama que aprovecha el hecho de que se recorre un cementerio de noche. A nivel corporativo, tienen una pésima difusión, por lo cual su éxito se debe mayoritariamente a la experiencia que ofrecen y al boca a boca, lo que habla del gran atractivo que generan.

Logran equilibrar una balanza pocas veces bien resuelta: educación y entretenimiento. En estricto rigor es algo simple, se toma un grupo de personas y un guía les ofrece un recorrido por una parte del cementerio, pero con tres aciertos bien pensados, que marcan la diferencia.

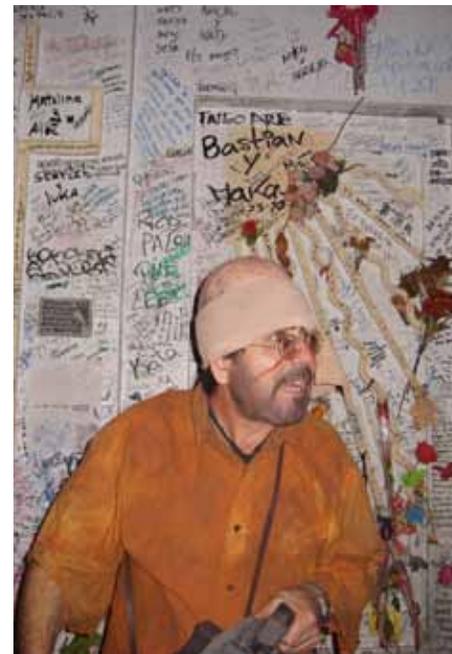
Primer acierto: Los recorridos son de noche. Es el momento propicio para que las almas salgan

a recorrer el mundo de los vivos, un acierto por todo el mito que conlleva la unión de las almas y el momento en el que deja de alumbrar el sol. Este sola decisión hace que los visitantes salgan de su estado de comodidad y se sumerjan en la experiencia que significa recorrer un cementerio a esas horas, ya que, este lugar no tiene gran cantidad de luminaria pública, y menos en cada tumba. Esto provoca vulnerabilidad en las personas, lo que las deja al servicio de su imaginación. El misterio se transforma en entretención.

Segundo acierto: Crear una narrativa. El tour tiene un hilo conductor, el guía con su disfraz tiene una razón de ser, él en sí es el único ser fantástico que habita el cementerio y por lo mismo, el único autorizado a revelar sus secretos. Todo tiene sentido en el recorrido.

Tercer acierto: Hablar de los mitos acerca

del cementerio, contar la historia que les dio origen, pero no fijarse en destruir las creencias populares (decir que no existen los fantasmas, las almas, etc.). Utiliza como señuelo el mito que envuelve una tumba, pero aprovecha para hablar de la arquitectura, de la persona que hay detrás y de cómo todo esto se refleja en la edificación. Los mitos son un excelente punto de partida para comenzar a hablar del patrimonio, las personas se dejan guiar por su curiosidad y abren sus mentes a conocimientos más concretos.





2.7.4 SEÑALÉTICA

Hace un par de décadas las calles no estaban señalizadas de una forma uniformada, incluso algunos caminos no tenían denominación, por lo que la señalética fue un gran avance. De estilo clásico, coherente con el espacio, otorga ubicación y en ocasiones despliega mayor información sobre las personas que ahí descansan (Patio Histórico).

Parte III. Referentes y alternativas en soportes digitales

3.1 LA INFORMACIÓN EN EL LUGAR

Uno de los anhelos de este proyecto es poder llevar la información al entorno real, el cementerio, para poder aprovechar los momentos de interés que surjan entre los usuarios y así darles herramientas para mejorar su experiencia de paseo, sin embargo, de esto surgen dos grandes preguntas:

- ¿Cómo llevar información digital a espacios abiertos?

- ¿Cómo hacer que las personas sepan que esta información existe?

La respuesta a la primera pregunta es: dispositivos móviles. Cómo se vio anteriormente, Chile, y Santiago especialmente, tiene la infraestructura digital necesaria para llevar a cabo proyectos en base a dispositivos móviles, por nuestra fiebre al respecto y porque las redes de datos lo permiten.

En esta línea, al analizar distintos tipos de plataformas que sean capaces de estar en estos dispositivos, tenemos dos líneas a revisar: Las aplicaciones móviles, y los sitios de internet móviles.

Antes de decidir el formato que tomaría el proyecto se barajaron distintas opciones, tomando en cuenta los referentes que surgían de cada una de ellas, las posibilidades que generaban y también su complejidad a la hora de dejar el diseño y comenzar el desarrollo. A continuación el detalle del análisis.

(La respuesta a la segunda pregunta se encuentra en Difusión).

3.2 APLICACIONES MÓVILES

El término “aplicación” si bien suele utilizarse en más de un sentido dentro del mundo digital, en este documento lo asociaremos a la palabra “móvil” y utilizaremos su significado conjunto.

Una aplicación móvil en palabras simples es un programa que se descarga para ser utilizado en un dispositivo móvil, tableta o teléfono inteligente, realizado en base a estándares específicos según las características de hardware del dispositivo, su sistema operativo y software.

Dentro de sus potencialidades están, que al ser algo que se instala en el dispositivo tiene acceso para utilizar sus funcionalidades, ya que es reconocido como parte de él. Esto permite crear Apps (abreviación de aplicaciones móviles) que utilizan los datos del usuario sin problemas, o funcionalidades como el GPS, el velocímetro o la cámara de fotos, etc.

Sin embargo esto ha ido cambiando en el tiempo, ya que en sí misma la creación de aplicaciones ha sido una salida paralela en la industria tecnológica, que declara abiertamente su tendencia a la unificación en lenguajes, funcionalidades e interfaces, lo que se interpone con la visión de “exclusividad” que la competencia de marcas quiere trasladar de la creación de hardware al desarrollo de software, además los adelantos y nuevas funcionalidades en las webs móviles y en las webs adaptativas hacen cuestionar la real utilidad de invertir en desarrollo de aplicaciones móviles, ya que muchas podrían quedar obsoletas con una investigación adecuada antes del desarrollo.

Crear una aplicación móvil puede resultar muy engorroso, por ejemplo, al principio, es necesario pensar en los 4 sistemas operativos más populares para alcanzar una cuota de mercado significativa: Android, Windows

Mobile, IOS, BlackBerry OS. Después, hay que solucionar como se enfrenta el tema de las resoluciones, ya que es difícil incluir porcentajes en la visualización de aplicaciones y en especial con parámetros tan distintos que abarcan desde 320x480 (estándar de smartphone) hasta 1136x640 (Iphone 5), además de las versiones de smartphones por marca que queremos contar. Un LG Optimus One con sistema Android 2.2 no tiene las mismas capacidades que un Samsung Galaxy note II con Android 4.1, pero se espera que una aplicación para Android se desempeñe en ambos con la misma fluidez.

La división da para todo, pero no es la tendencia, ya que es una inversión de tiempo y recursos bastante grande para lo rápido que avanza la tecnología. Por eso antes de pensar en una App hay que preguntarse ¿Es necesario? ¿De verdad, no puedo lograrlo desde una



Fuente de la imagen: LAYAR. 2012.[en línea]
 <<http://www.suredf.com/layar>>.
 [Consulta: 11 enero 2013]

web móvil? ¿Tengo los recursos para generar satisfactoriamente todas estas alternativas?

3.2.1 LAYAR

Layar es una aplicación móvil en base a Realidad Aumentada (RA), esta sucede cuando agregamos datos virtuales a una visualización de la realidad en tiempo y espacio real, lo que se logra al ocupar ciertas señas (una imagen, una coordenada geográfica, un elemento en particular) que activa la sobreposición de información.

En los últimos años ha tenido un desarrollo vertiginoso, si bien las primeras propuestas constan desde hace varias décadas, ya que recién se están alcanzando los estándares necesarios en hardware y software para generar proyectos de peso.

Layar es uno de los mejores ejemplos de RA

y lo que hace es simple (y genial). Al entrar a la aplicación se activa la cámara del teléfono inteligente en la cual está instalada y sobre la visualización, comienza a escribir datos sobre puntos de información (georeferenciación) y su distancia, aportando, además, información acerca de los lugares que encuentra y permitiendo ver comentarios de personas que ahí han estado (los actuales mayores influenciadores en la compra). En el último tiempo además, se ha estado posicionando como un lector de realidad aumentada para leer información extra desde diferentes formatos, de forma similar a como lo hacen los códigos QR.

Si bien es una aplicación con un potencial tremendo, en Chile ha pasado desapercibida, debido en gran parte, a que para tener una experiencia satisfactoria se necesita tener redes de datos de mayor capacidad y teléfonos

inteligentes más potentes (que aquí existen, pero pertenecen a un número reducido de personas). Además sólo sirve para visualizar datos desde un teléfono inteligente, y en nuestro país las aplicaciones exitosas no siguen esta línea, en general las Apps que se utilizan en forma masiva en Chile son las versiones para dispositivos móviles de grandes redes sociales que ya resultaron exitosas en la web genérica (de escritorio) y sólo un número reducido de amantes de la tecnología descarga otro tipo de programas. Y por último, pero no menos importante, para estar en Layar hay que pagar (no así para su descarga), y los chilenos no somos amigos de ese modelo de negocios, nos gusta más lo gratuito o el modelo Freemium.

Sin embargo, su interfaz es muy atractiva y fácil de usar, y plantea un universo posibilidades de desarrollo, quizás en nuestro país no sea popular, pero es agradable que exista.

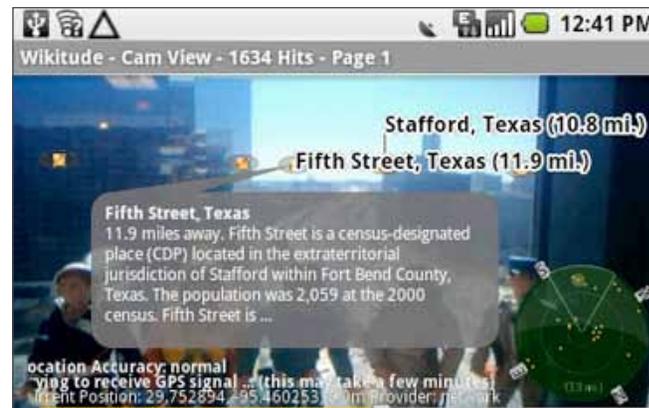
3.2.2 WIKITUDE

Otro ejemplo es Wikitude, similar a Layar, pero la diferencia es que la información es aportada por las bases de datos de Wikipedia, aunque enfrenta las mismas vicisitudes tecnológicas que su símil.

Sin embargo a diferencia de Layar tiene un detalle no menor que rescatar: su diseño de información.

Al ser información de Wikipedia georeferenciada y con pocas variaciones respecto al original, despliega grandes cantidades de información pensadas para otro tipo de soporte, lo que resulta un poco apresurado para la utilidad como medio de consulta que tiene.

Existe una forma de escribir en internet, que depende de la cantidad de información que



Fuente de la imagen: WIKITUDE. 2009. [en línea]

<<http://blog.chron.com/appaday/2009/01/wikitude/>>[Consulta: 11 enero 2013]

el usuario este dispuesto a absorber en un momento determinado y que en este caso resultan excesivas, lo que lleva a las siguientes preguntas respecto al proyecto:

- ¿Cuánto está dispuesto a leer el usuario promedio del Cementerio?
- ¿Cuáles son las temáticas que más le interesan?

3.2.3 FOURSQUARE

Olvidándonos del atractivo que reviste la realidad aumentada y que aún le hace desconocida en Chile, por otra parte, existen aquellas aplicaciones para móviles que sólo consideran el uso de georeferenciación y de las que podemos contar muchos ejemplos populares, una de ellas es Foursquare.

Foursquare se basa en la muy humana necesidad del reconocimiento social, añadiendo un par de funciones útiles. Es simple, vas a algún lugar, decides que tu visita es algo que merece ser conocido por tus redes y haces *check-in*, e inmediatamente todo el mundo sabe que estás haciendo y dónde lo estás haciendo. Claro, también puedes encontrar comentarios y recomendaciones sobre los lugares, pero es casi una excusa para su existencia.

¿Qué se rescata de Foursquare? La visión que

tienen del usuario respecto a generar una aplicación basada en el ego y la vanidad.

- ¿Cuáles son las debilidades?
- ¿Qué tipo de reconocimiento es el que busca?

Respecto a la georeferenciación en sí, hay cosas que han cambiado y que seguirán cambiando en los próximos meses y años, pero que analizaré más adelante.



3.3 WEB MÓVIL

Menospreciadas en un primer momento por su simpleza, la web móvil como camino obvio en el universo web multiscreen, ha mejorado a pasos agigantados. En un comienzo, el desconocimiento de los diseñadores en general respecto a este medio y la falta de mejoras comparado con otros formatos más atractivos, relevó a esta propuesta a un lugar menor. Pero ya no.

Una web móvil representa varias ventajas, la primera es que se puede programar con porcentajes, lo que la hace elástica a cualquier dispositivo. Por lo general son livianas, como la web *debe ser*, e incluso desde hace poco y gracias a Google Maps, permiten cosas que antes estaban ligadas sólo a las aplicaciones, como la georeferenciación.

Las desventajas vienen desde el atractivo, ya que tienen menos posibilidades en lo que refiere

al dinamismo funcional, y a los detalles en relación a la interfaz. Sin embargo, las brechas entre webs móviles y webs tradicionales están destinadas a acortarse, ya que los esfuerzos están puestos en la unificación; un objetivo éticamente positivo, basado en la inclusión y comercialmente exitoso, ya que reduce el trabajo y los costos.

Aún en la transversalidad encontramos dos corrientes diferentes en este aspecto, el diseño web móvil con versiones diferentes, y el diseño web adaptativo.

3.3.1 WEB MÓVIL CON VERSIONES DIFERENTES SEGÚN DISPOSITIVO

Es la tendencia masiva actual. La premisa es la siguiente: Se crean 3 versiones (o dos en algunos casos, sólo desktop y smartphone) del mismo sitio web, pensadas para tamaños y características de dispositivo de visualización diferentes, pero con sólo una fuente de información (gestor de contenidos).

El usuario no se entera de esta multiplicidad, él solo va a la misma URL y es el servidor el que detecta desde qué plataforma lo está visitando y según eso despliega el contenido.

Es una excelente opción en algunos casos, pero plantea problemáticas respecto al duplicado de URL, y a la cantidad de trabajo que significan (un cambio, en realidad son dos, o tres cambios), aunque depende de la función que

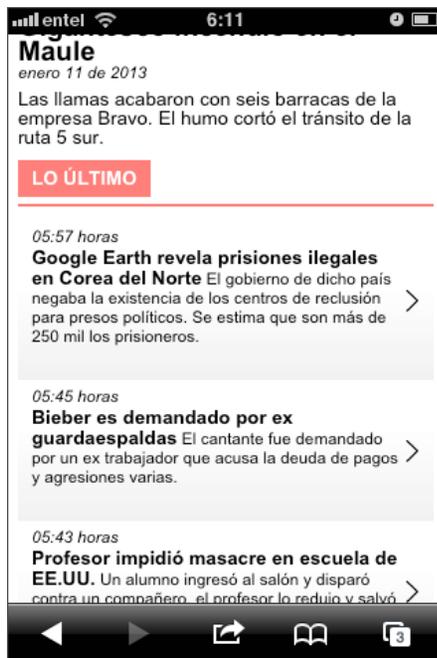
desempeñen. Para un sitio corporativo que tendrá una o dos modificaciones anuales está bien, pero para sitios grandes, en bases a la generación de contenido es algo cuestionable, en especial, porque ya se están desarrollando estructuras de programación que se adaptan (tema que va más adelante) en vez de volver a hacerse. A continuación los ejemplos:

3.3.1.1 24HORAS.CL

24horas.cl es el sitio web del noticiero del mismo nombre de TVN, en él vemos grandes cantidades de contenido desplegadas bajo una estructura tipo “magazine” que se la juega por captar nuestra atención y hacerlos *leer* noticias, aunque provienen de un noticiero televisivo que se basa en el video y la imagen.

Su versión móvil es arquitectónicamente más simple, elimina la publicidad y el exceso, pasando a mostrar jerárquicamente lo más





importante del día, y lo fundamental de cada sección, eliminando todo distractor o elemento poco fundamental, para sólo mostrar lo que uno busca, noticias.

Sin embargo, al ver su atractivo a nivel de imagen es un poco aburrida en comparación con la versión original de escritorio, y es algo que podemos ver en muchos sitios al navegar desde un smartphone, pero no es necesario que esto sea así, y en ocasiones sólo es por falta de tiempo y de ingenio al diseñar para móviles.

24horas.cl plantea el tema de las jerarquías de información bien logradas, por lo que cabe preguntarse: ¿Si las personas leen poco, es necesario mostrar más?, ¿Si las personas por lo general, en el caso de los sitios proveedores de información, sólo van a lo que les importa, redireccionadas desde Google o alguna red social, es necesario abrumarlas con otro tipo de

información?

Es muy inusual que una persona con un nivel de alfabetización digital y uso de internet regular vaya por iniciativa propia al sitio web de un medio masivo y comience a revisarlo página por página, eso es típico de la estructura de un impreso, pero no para la industria del hipervínculo.

3.3.1.2 MAPCITY.CL

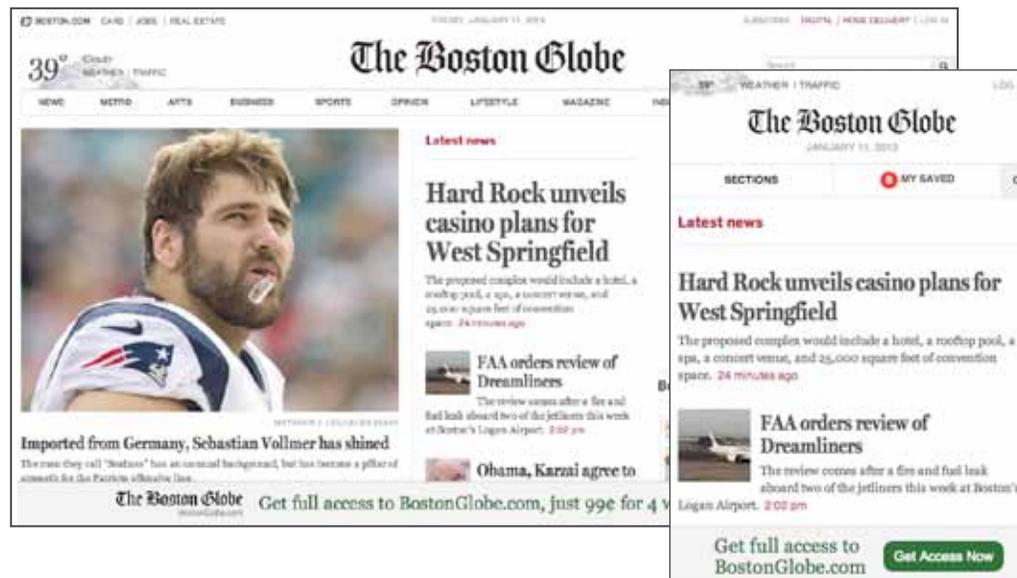
Mapcity es una de mis webs preferidas, simple, directa y eficiente, además su diseño ha evolucionado a uno agradable, atractivo y usable, aún más desde un smartphone.

Cuando se diseña para dispositivos es necesario hacer un gran colador entre lo fundamental, lo que sería agradable que estuviera, lo necesario (muchas veces cae aquí la publicidad y sus modelos de negocios) y el resto; para dejar lo fundamental y diseñar en base a eso. ¿Las razones? Los sitios webs son una parada en una navegación infinita, y cuando las personas llegan a él es por una necesidad determinada que esperan satisfacer de la forma más rápida, lo que se cumple a cabalidad en la web móvil de mapcity.cl, que además es más fácil de usar, tiene un mayor atractivo visual y le saca ventaja a las aplicaciones móviles que hacen lo mismo porque es liviana y se carga más rápido, sin

embargo, la versión tradicional de escritorio es más compleja.

Mapcity.cl en su versión móvil es un referente por dos razones, la simpleza equilibrada con su atractivo y el widget de Google Maps que permite georeferenciar al usuario desde una web móvil, una proeza imposible hasta hace muy poco que va dejando obsoletas algunas aplicaciones móviles muy pesadas que hacen lo mismo.





3.3.2 DISEÑO WEB ADAPTATIVO (RESPONSIVE WEB DESIGN)

El diseño web adaptativo es la respuesta del medio frente al concepto de “One Web” descrito por el consorcio W3C de julio del 2008.³⁷

El concepto es simple, lo que se busca es la construcción de una Web para todos (Web for all) y accesible desde cualquier dispositivo (Web of Everything), independiente de su resolución o tamaño.³⁸

El diseño web adaptativo ocupa estructuras fluidas, más que uno basado en porcentajes, y la ventaja que es un diseño de HTML y CSS que se adapta, ofreciendo una experiencia similar independiente del dispositivo de salida.

Con esto obviamente se reducen costes y se minimizan los errores en los motores de

³⁷. WIKIPEDIA. Diseño web adaptativo. [en línea]. <http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_web_adaptativo> [Consulta: 25 de octubre 2012]

³⁸. Ibid.

búsqueda y los problemas con el duplicado de URL, ya que su base es que sea de sólo una URL que se adapta, no versiones redireccionadas.

Responde a la necesidad de una mayor accesibilidad en internet y nos acerca a la panacea del diseño universal, además se considera una buena práctica ya que se piensa en un diseño como un medio inclusivo, independiente de las características del usuario ya que lleva a la transversalidad los contenidos y los recursos.

Sin embargo, una web adaptativa no significa que se vea igual en todas las plataformas, ni que todo el contenido sea exactamente igual, si no que el requisito es que se adapte¹, es esperable que si leemos desde un computador estemos dispuestos a una mayor cantidad de información, sin embargo si leemos una noticia en la micro desde un teléfono inteligente las

condiciones cambian y el diseño debe responder entregando una información jerarquizada, para eso es importante poder estructurar en base a un *pensamiento responsive*, que jerarquice el diseño de información y haga posible que el contenido se adapte sin perder valor¹.

Las desventajas van por el lado de lograr pensar una web que funcione con las limitaciones de lo transversal, pero que sea atractiva de todas formas, aquí la imagen (lo estático) vuelve a tomar un papel relevante frente a la limitante del movimiento.

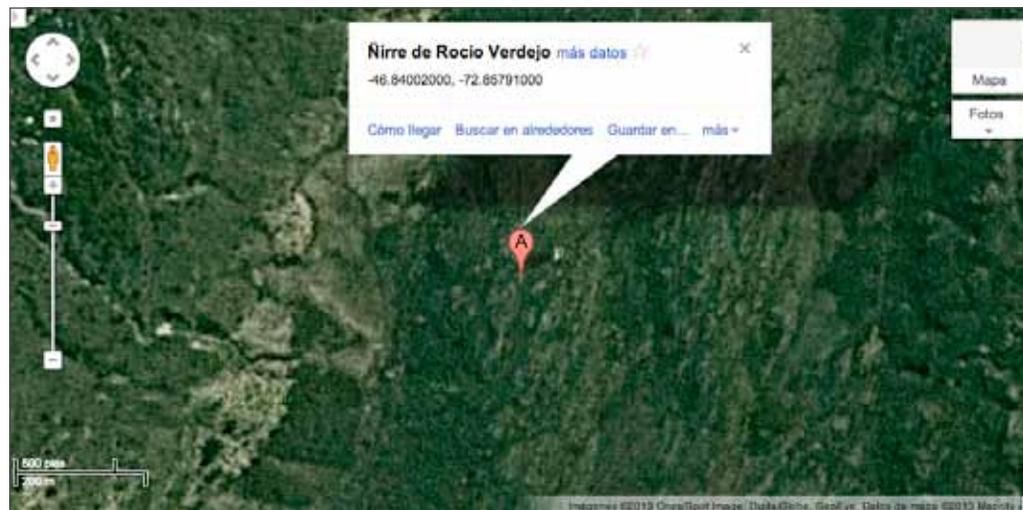
De todas formas, la tendencia de la unificación es la que seguirá en el futuro, por lo que estos “problemas” se resolverán pronto. Aprender a diseñar para Responsive Web Design además de ser una buena práctica, es una buena inversión.

Para cerrar este análisis, es importante

mencionar que todas las versiones analizadas existen y conviven actualmente, pero responden a necesidades diferentes y es necesario entender bien cual es el núcleo del proyecto para encontrar la mejor opción.

En el caso del cementerio su falta de recursos ligado a la necesidad de la masividad en el acceso a la información hace optar por un diseño web adaptativo.

OTROS REFERENTES



Existen referentes que es también es pertinente mencionar, y paso a nombrarlos.

3.4.1 REFORESTEMOS PATAGONIA

Es un referente en la medida en la que su interacción genera un lazo emocional con el usuario y transforma el simple hecho de ayudar a reforestar, en algo virtualmente tangible.

El proceso es simple, el usuario para ayudar debe virtualmente plantar un árbol y así colaborar en la reforestación de la Patagonia, esto se logra en una primera instancia, escogiendo un árbol de especie nativa y pagando por él, con la típica interfaz de comercio electrónico. Lo fantástico, viene después, cuando adquieres el árbol y se te envía a tu correo electrónico un certificado electrónico con un link al lugar exacto donde ha sido plantado tu árbol y la posibilidad de que monitorees desde Google Maps su crecimiento.

Es una idea simple, construída en base a herramientas gratuitas, pero que eleva la simple compra a algo más emocional, sin tener una relación concreta.

3.4.2 WIKIPEDIA

*“Sus más de 20 millones de artículos en 282 idiomas y dialectos han sido redactados conjuntamente por voluntarios de todo el mundo, y prácticamente cualquier persona con acceso al proyecto puede editarlos. Iniciada en enero de 2001 por Jimmy Wales y Larry Sanger, es actualmente la mayor y más popular obra de consulta en internet”.*¹

Wikipedia es la prueba de muchas cosas, es la evidencia de que el conocimiento puede tener una construcción colaborativa sin perder calidad o degenerarse (con excepciones, no



The screenshot shows the Wikipedia article history for "Cementerio General de Santiago". The page includes the Wikipedia logo, navigation links, and a search bar. The main content area displays the article title and a list of revisions. The first revision is highlighted in blue, indicating it is the current version.

Historial de «Cementerio General de Santiago»

Ver los registros de esta página

Buscar en el historial

Desde el año (y anteriores): Desde el mes (y anteriores): (todos) Filtro de etiquetas:

Herramientas: Detalles de contribuciones • Búsqueda en el historial

Estadísticas: Estadísticas • Número de visitas • Número de personas que vigilan esta página

Leyenda: (act) = diferencia con la versión actual, (ant) = diferencia con la versión anterior, m = edición menor

(Últimas • Primeras Ver (50 siguientes • 50 anteriores) (20 • 50 • 100 • 250 • 500).

Comparar versiones seleccionadas

- (act - ant) 18:07 5 ene 2013 50.15.76.26 (discusión) .. (6 447 bytes) (+70) .. (→Personas anteriores) (desahacer)
- (act - ant) 18:04 5 ene 2013 50.15.76.26 (discusión) .. (6 377 bytes) (+175) .. (→Personas anteriores) (desahacer)
- (act - ant) 19:47 31 oct 2012 Sejoquelmi (discusión - contribuciones) m .. (6 202 bytes) (+23) .. (→Arquitectura y entorno) (desahacer)
- (act - ant) 18:50 10 oct 2012 190.110.151.13 (discusión) .. (6 179 bytes) (+19) .. (desahacer)
- (act - ant) 16:26 2 oct 2012 183.247.80.19 (discusión) .. (6 160 bytes) (-29) .. (desahacer)
- (act - ant) 20:14 1 oct 2012 190.96.94.2 (discusión) .. (6 189 bytes) (+130) .. (→Historia) (desahacer)
- (act - ant) 19:54 29 ago 2012 Der Künstler (discusión - contribuciones) .. (6 059 bytes) (-4) .. (desahacer)
- (act - ant) 18:10 10 jul 2012 Elvisor (discusión - contribuciones) m .. (6 063 bytes) (+17) .. (Bot:Desambiguando) (desahacer)
- (act - ant) 06:05 17 may 2012 La Media (discusión - contribuciones) m .. (6 045 bytes) (+4) .. (→Cafetería de Cofre)

generalidades), es la democratización en el flujo informativo, ya que el origen de la información responde a personas con conocimientos, no a entidades oficiales, así como también es la prueba de que proyectos libres y sin fines de lucro, pueden lograr grandes cosas, como en este caso, ser la mayor y más popular obra de consulta en internet.

Funciona en base a la nueva lógica del ciudadano en línea, en la que las relaciones que se forman en este soporte son complejas y verdaderas. Es algo que las nuevas generaciones traen incorporado, el mundo virtual y el real fusionados con las mismas reglas. El ser digital de esta era, vive en ambos mundos sin confundirse, pero entendiendo que todo contacto con otros es válido, sin que el soporte reste validez al mensaje.

Wikipedia es una de las mejores cosas que le ha

pasado a internet y cuando la academia dejó de regañar contra ella y se unió a la construcción colaborativa, fue aún mejor.

Además de ser un referente en su forma de concepción, gestión y otros tópicos, Wikipedia tiene una excelente web móvil con una clara jerarquización en el diseño de información (no relacionados con Wikitude) y, por otra parte, considera la creación de contenidos colaborativos con un historial y un repositorio¹ de versiones en caso de dudas, por lo que siempre podemos saber quien escribió tal cosa, y seguir corrigiendo en los casos que sea necesarios.

3.4.3 LOOGARES.COM

Loogares.com maneja muy bien el tema de la comunidad colaborativa entorno a un tema, en este caso los lugares para visitar en Santiago a la hora de querer comer o salir a disfrutar.

Se alimenta de las opiniones y recomendaciones de las personas, creando una interfaz que capta perfectamente los parámetros importantes a la hora de recomendar y los encauza, generando con esto “fichas” de distintos locales con información práctica y a su vez percepciones ciudadanas.

Una de las diferencias más grandes con Wikipedia, es que además de ser un sitio chileno para chilenos, en Loogares.com los usuarios tienen un lugar preponderante, lo que se ve a través de distintas acciones, tales como, las partes estratégicas del sitio en las que se destacan su aporte, el feed-back e instancias

The screenshot displays the Loogares.com website interface. At the top, there is a search bar with the text "Buscar" and a dropdown menu showing "Completos, Lactaria, Bares, La Mo". To the right, the location is set to "Dónde Santiago de Chile, Chile" and the user profile is "Rocio Verdejo".

The main content area is titled "Actividad reciente en Santiago de Chile" and features three activity items:

- Hace 2 horas:** Sylvana Zanetta Ewert agregó una nueva foto en Spa One & Only. A small photo of the spa is visible to the right.
- Hace 2 horas:** Sylvana Zanetta Ewert escribió una recomendación con ★★★★★ en Spa One & Only. The text below reads: "Spa One & Only con sus 5 años en el mercado liderando en servicio, ofrece una amplia gama de masajes, tratamientos faciales y terapias holísticas en su nueva ...".
- Hace 3 horas:** Valentina Constanza Kasat editó su recomendación con ★★★★★ en Las Dezanilla. The text below reads: "Este lugar es completamente recomendable, en todo lo que ofrece. Puedo dar fe de ello porque trabajé como mesera y pude probar bastantes de las cosas que vende...".

On the right side, there is a section titled "Loogares.com en tu iPhone" with an image of three iPhones and a "Descárgalo acá" button. Below that is a "Recomendación del día" section featuring a user profile for Fernando Cruces (ID: 128172012) with a 4-star rating. The recommendation is for "Mtribu Restaurant" and includes the text: "Como dicen por ahí, esto es uno de los pocos buenos lugares en Pudahuel donde se puede ir a comer y comer rico. Sus platos no son tan económicos a... Ver más". At the bottom of this section, it says "Elegido por la comunidad de Loogaresitas".

de conversación entre usuarios a las que les da espacio, el reconocimiento de la autoría de quiénes colaboran y los concursos para incentivar su participación. Es un sitio que mima a las personas que le dan vida.

3.4.4 MOVIMIENTOS SOCIALES

Las voluntades colectivas encontraron en internet el medio perfecto de expresión. En los últimos años numerosos movimientos sociales han despertado y han logrado captar la atención pública, inclusive llegando a generar cambios verdaderos. Las personas están hablando, sin miedo, desafiantes ante autoridades que no han logrado satisfacer sus necesidades, están pidiendo lo que creen justo de manera organizada y masiva.

Los mayores soportes y herramientas los encontraron en las redes sociales, facebook y twitter funcionaron como canales de información que en pocas horas fueron capaces de organizar marchas y protestas, además de dar a conocer la versión que casi nunca muestran los medios masivos sobre abusos de poder y excesiva violencia, siendo YouTube el mayor contenedor de noticias.

Las personas se volcaron a los medios que podían manipular, en vista de que los oficiales estaban saturados de versiones contradictorias, internet hizo lo suyo, así como en la Revolución Egipcia, así como para ayudar a elegir a Barack Obama, así como fue en Chile con el movimiento estudiantil y los sucesivos movimientos sociales.

Sin adentrarme en las filosofías que mueven estos cambios, y de los que mi generación es parte, cito a Adrián Herzkovich, General Manager de FOX Latin American Channels: *“La gente va al mundo online, y los anunciantes van donde va la gente”*³⁹, es inevitable que en unas cuantas décadas, si las voluntades ciudadanas se mantienen, se generen cambios, ya que los verdaderos ganadores se adaptan para seguir estando en la cima.

Las iniciativas ciudadanas tienen cabida en

el mundo del internet, ya que este soporte otorga alternativas de una fusión inédita, bajos costos, herramientas de calidad y potencial de viralización. Este es el soporte en el cual se espera encontrar la otra versión de la información y que es capaz de generar cambios. Todo lo que necesita el cementerio.

39. PÍCCOLI, Nicolás. 2008. Web Media Buenos Aires – Día 1 (Cobertura en vivo). [en línea]. <[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cD_cJrsHOCY\]:sicrono.com/internet/we-media-dia-1-cobertura-en-vivo/+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=cl](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cD_cJrsHOCY]:sicrono.com/internet/we-media-dia-1-cobertura-en-vivo/+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=cl)> [Consulta: 11 diciembre 2011]



Parte IV. Filosofías y estructura del diseño web

4.1 FILOSOFÍAS Y ENFOQUES

El diseño posee distintas corrientes de pensamiento que sustentan su construcción como disciplina, dando paso en cada una de sus variantes a productos y/o servicios con una constitución y enfoque diferentes.

El común de los diseñadores gráficos que se dedican a los soportes digitales, como en este caso la web, se declara un aliado de la usabilidad, discípulo de Donald Norman, en cuanto a diseño emocional y un adicto a lo asombroso de las interfaces, a la creación de experiencias de usuario y a la futurología tecnológico-digital. Siendo los lineamientos más importantes el diseño centrado en el usuario y el diseño emocional.

4.2 DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO

“Si quieres que la gente se adapte a tu máquina, es que consideras la tecnología mas importante que el ser humano”

Steve Wozniak en Entel Summit.
Julio 2012.⁴⁰

Para mi el diseño centrado en el usuario es casi una filosofía de vida, ya que, como predicó Steve Wozniak en su paso por Chile, las personas son lo más importante, no las máquinas, ni uno mismo, el ser humano en su complejidad es lo que alimenta a nuestra disciplina.

El diseño cambia y se transforma junto a las personas, dando cuenta de los cambios de la sociedad, basando sus decisiones en la capacidad de observar y proponer, en la creatividad aplicada con inteligencia y en la capacidad analítica de lo perfectible, en cada una de las áreas en las que nuestra disciplina se manifiesta.

El diseño centrado en el usuario⁴¹ o DCU si bien es un concepto amplio que ha derivado en distintas metodología y enfoques, sin embargo, mantiene algunos lineamientos que lo unifican, estos son:

- Está orientado a los usuarios del producto (o servicio), que participan durante todo el proceso
- A pesar de denominarse “diseño” en realidad se aplica durante todas las fases de desarrollo del desarrollo (planificación, diseño, desarrollo, evaluación) desde las primeras etapas
- Es iterativo (repetitivo)
- Es multidisciplinar
- Su objetivo es obtener productos (y servicios) usables y satisfactorios para los usuarios.⁴²

40. ENTEL SUMMIT. 2012. Cofundador de Apple: Fácilmente podría vivir en Chile por su tecnología. [en línea] <<http://www.cooperativa.cl/noticias/tecnologia/industria/informatica/cofundador-de-apple-facilmente-podria-vivir-en-chile-por-su-tecnologia/2012-07-05/115849.html>> [Consulta: 5 julio 2012]

41. SÁNCHEZ, Jordi. 2011. En busca del Diseño Centrado en el Usuario (DCU): definiciones, técnicas y una propuesta.5 de Septiembre, 2011. [en línea] <<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/dcu.htm>> [Consulta: 27 noviembre 2011]

42. Ibid.

4. 3 DISEÑO EMOCIONAL

43. CAÑADA, J y van HOUT, Marco. 2005. Donald Norman y el diseño emocional. Visual n° 113. [en línea]. <<http://www.revistasculturales.com/articulos/65/visual/317/1/donald-norman-y-el-dise-no-emocional.html>> [Consulta: 2 diciembre 2011]

44. MADRAGÓN, Salvador y VERGARA, Margarita. 2008. [en línea] Ingeniería Kaisei. Revista FAZ (2):46-59. <http://www.revistafaz.org/articulos_2/Faz_creacion_emociones_significados_experiencias.pdf> [Consulta: 7 diciembre 2012]

“Por cierto, odio la palabra “usuario”. Es degradante. Prefiero llamar “personas” a las personas que usan productos o servicios. Pero ya es hora de reenfocar las cosas y pasar de diseñar cosas prácticas (funcionan bien, se entienden bien) a productos y servicios que se disfruten, que reporten placer y hasta diversión. Ese es el objetivo del Diseño Emocional: hacer que nuestras vidas sean más placenteras.”

Donald Norman- Entrevista para el sitio RevistasCulturales.com
Marzo del 2005.⁴³

Por otra parte, bastante cercana, encontramos el diseño emocional, que como su nombre lo indica es un diseño que tiene que ver con las emociones de las personas (personas, más que usuarias), es un diseño que sale de su enfoque puramente funcional para relacionarse con la *persona* a la cual sirve. Declarado por Donald

Norman en su libro *Emotional Design; why we love (or hate) everyday things*, y dejado entrever en sus libros anteriores que también rondan este concepto.

El diseño emocional propone que un producto, servicio, o cualquier *objeto*¹ producto del diseño, debe satisfacer tres niveles para poder generar una relación con las personas, estos son:

Nivel 1- Funcional: El producto cumple con una finalidad o función. Soluciona un problema.

Nivel 2- Usabilidad: El producto es fácil, cómodo y seguro de usar.

Nivel 3- Placer: Cuando un producto ya es fácil de usar, la siguiente necesidad del consumidor o usuario es el que el producto le proporcione algo más. No solo beneficios funcionales, sino también emocionales.⁴⁴

La idea es generar cercanía con el usuario, placer e incluso entretenimiento. Esto se puede lograr de diferentes maneras, ya sea permitiendo la personalización de los productos por parte de las personas, o generando un involucramiento con ellas en la construcción de algo para que las personas se sientan parte, así como también facilitando las relaciones afectivas con las cosas, ya sea por recuerdos, olor u otras variantes¹. No es una receta, es sólo pensar en las personas como un todo.

Se fundamenta en la forma en como nuestro cerebro responde a los estímulos, creando una propuesta de diseño que aborda los tres niveles de respuesta conductual: visceral, conductiva y reflexiva.⁴⁵

“Nuestra respuesta visceral a los objetos es la primera reacción instintiva que mostramos. Por ejemplo, el nuevo diseño del macbook unibody de Apple o el último iPhone produce

en la gente una primera impresión positiva. La respuesta conductiva es la que se produce por efecto del placer de usar un objeto de forma eficiente. Cuando comprobamos que el Macbook funciona con facilidad, nuestro cerebro genera una respuesta cognitiva.”

Donald Norman / El Diseño Emocional 2005⁴⁶

Finalmente, las respuestas reflexivas son las que se producen a largo plazo. Son las sensaciones y evocaciones que puede despertarnos el uso de ciertos objetos: orgullo cuando el objeto denota status social, nostalgia cuando nos recuerda tiempos pasados, etc.⁴⁷

La respuesta visceral es la que está más ligada a las emociones de las personas y, a su vez, es la más decisiva, ya que es la más rápida de las formas de respuesta, es decir, la más impulsiva e instatánea, y se basa en las sensaciones

45. CAÑADA, J y van HOUT, Marco. 2005. Donald Norman y el diseño emocional. Visual n° 113. [en línea]. <<http://www.revistas culturales.com/articulos/65/visual/31711/donald-norman-y-el-dise-no-emocional.html>> [Consulta: 2 diciembre 2011]

46. NORMAN, Donald. 2005. El Diseño Emocional. 2ª Edición. Barcelona, España. Paidós.

47. CAÑADA, J y van HOUT, Marco. 2005. Donald Norman y el diseño emocional. Visual n° 113. [en línea]. <<http://www.revistas culturales.com/articulos/65/visual/31711/donald-norman-y-el-dise-no-emocional.html>> [Consulta: 2 diciembre 2011]

48. NORMAN, Donald. 2005. El Diseño Emocional. 2ª Edición. Barcelona, España. Paidós.

respecto a un estímulo y su respuesta (por ejemplo, me agrada, no me agrada), determinando si se continúa o no con la elección, en si, son basadas en la apariencia. Por lo que entender la importancia de lo visceral, es fundamental.

Las respuestas conductivas, en cambio, pasan a una parte del cerebro que razona un poco más y que piensa conscientemente en lo placentero o beneficioso que tal o cual cosa puede ser, además de la efectividad en el uso, es una respuesta pensada conscientemente.

El tercer tipo de respuesta es el reflexivo y tiene que ver con la imagen de uno mismo, la satisfacción personal y los recuerdos. Es un nivel más complejo de pensamiento, así como también más duradero y sella la opinión que tenemos de un algo y que estructurará elecciones futuras.⁴⁸

4.4 EXPERIENCIA DEL USUARIO

Cuando tomamos el DCU y/o al diseño emocional, adherimos a una “filosofía de diseño” que hace hincapié en las personas, relevando los otros intereses a un nivel secundario, sin embargo para llevar a cabo un proyecto es necesario ahondar más allá en esta perspectiva y determinar en primera instancia que el usuario al usar un determinado producto o servicio no sólo realiza acciones si no que se sumerge en una *experiencia*, en la cual interactúan distintos factores, como por ejemplo, el entorno, el dispositivo de visualización de la web, hardware, software, así como también las emociones del usuario o la percepción que tiene sobre determinada marca, se deben tomar en cuenta todos son factores que influyen de forma negativa o positiva en la *experiencia del usuario*, por lo que el proceso de observación es fundamental.

Si bien, en un primer momento suena agobiante la idea de pensar en todas las variables que influyen en el momento en el que una persona usa un algo, existen metodologías que ayudan a ordenar el pensamiento, siendo una de las más simples y claras ejemplificadas la utilizada por Jesse James Garrett en el diagrama que lleva su apellido.

4.5 METODOLOGÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN SITIO WEB

La web no nace de la nada, al igual que todos los elementos frutos del diseño, posee una estructura racional que le da sentido y justifica su construcción.

Es un medio complejo, ya que se espera que sea entendida por la “generalidad” de las personas, o mejor dicho, que su base sea entendida por “todos” y cuando el tema es específico, por “todos” más una experiencia enriquecida para los que resultan ser el verdadero público objetivo.

Está ligada a la creación de interfaces de usuario y con ello, al estudio de los usuarios y sus condiciones. Es un área que mezcla lo visual, lo funcional, lo temporal y lo cognitivo.

Su eficacia se basa en ser simple, en ser capaz de captar los procesos primarios de entendimiento de las personas y traspasarlos a una interfaz, es

diseño de lo estático, pero también es diseño de procesos pensados en tiempo y espacio real, lo que coloca al usuario, sus necesidades y a la situación hipotética de uso, en el centro del estudio.

Para iniciar un proyecto ligado a interfaces de usuario (de la web y más allá), es necesario estudiar detenidamente el contexto (como se hizo en el capítulo 1) para conocer las particularidades del entorno (físicas, políticas, administrativas, las que correspondan al caso) y reconocer las oportunidades que son pertinentes a cada caso.

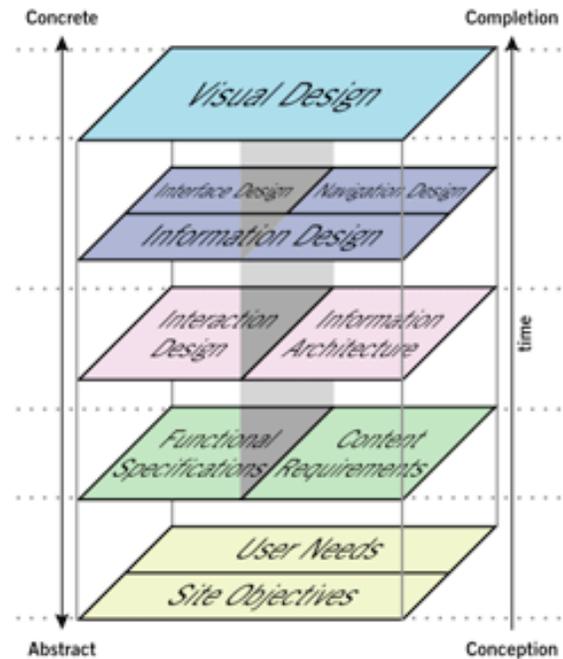
En este en particular, se manejaron distintos formatos de aplicaciones digitales con grados diferentes de complejidad para saber cual era el más adecuado, y después con eso en mano, lo que dio paso al diseño web adaptativo.

4.5.1 DIAGRAMA DE GARRETT

Para construir un sitio web existen varios modelos, sin embargo, uno de los más completos es el basado en el diagrama de Jesse James Garrett.

Es un modelo que estructura en cinco etapas la construcción de un sitio web desde lo más abstracto a lo más concreto. Es un modelo que parece extenso, pero logra dar peso a toda la estructura, en especial, para su posterior programación (que va después del término del diseño visual) y el entendimiento de todo el equipo que participa en el desarrollo.

La metodología que se describe a continuación, además de los principios generales de usabilidad y la manera a través de la cual podemos comprobar resultados fue aprendida de Darcy Vergara⁴⁹ en el departamento de Usabilidad de ChileCompra.



49. Destacada arquitecta de información, experta en Experiencia del Usuario e Interacción. Ex jefa de Usabilidad y AI en ChileCompra y actual jefa de los canales de ChileAtiende. Docente de UX y AI tanto en universidades chilenas, como extranjeras.

Fuente de la imagen: USANDO.INFO. 2010. Garrett: un diagrama que cumple 10 años. [en línea]. < <http://usando.info/blog/2010/04/garrett-un-diagrama-que-cumple-10-anos.html> > [Consulta: 9 junio 2012]

4.5.1.1 OBJETIVOS DEL SITIO / NECESIDADES DEL USUARIO

Por una parte está lo que la organización quiere lograr por medio de la nueva plataforma, por ejemplo, promocionar un nuevo producto, y en la otra esquina están las necesidades del usuario, que pueden ser, las características del producto, saber en que tallas se encuentra u otras variables.

Es importante saber que un diseñador web siempre trabaja para un cliente, pero es su deber defender al usuario, se diseña para facilitar el entendimiento entre un algo y las personas, se trabaja para las personas.

En esta etapa es importante ser capaz de entender bien las motivaciones de un lado y otro, lo que se logra con el cliente, hablando de la motivaciones iniciales para evitar recibir encomiendas armadas. Y por el lado del

usuario, se pueden utilizar distintas técnicas para saber que realmente necesita, en este caso las entrevistas (que se explican más adelante) suelen ser las más fructíferas.

En este caso se evaluaron 3 aristas: por una parte lo que el cementerio necesitaba (entorno), lo que Tomás Domínguez decía/ quería (cliente), y lo que esperaban los usuarios.

4.5.1.2 ESPECIFICACIONES FUNCIONALES / REQUERIMIENTOS DE CONTENIDO

La segunda capa comienza a dibujar el futuro sitio web, respecto a las especificaciones funcionales y los requerimientos de contenido. Por un lado encontramos las cosas que necesitamos como función, si es un sitio de compras el carrito de compras es absolutamente necesario, así como en el caso de este lugar el buscador se hizo fundamental, etc.

En el caso de los requerimientos de contenido es necesario hacer un catastro de todo lo que va a englobar el sitio. Es el momento de poner todo en la mesa.

4.5.1.3 DISEÑO DE INTERACCIÓN / ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN

Son cosas ligadas, con todo lo que va a englobar el sitio sobre la mesa es necesario ordenarlas, primero dándoles una jerarquización a través de la arquitectura de información y después explicando la forma como van a interactuar en el sitio. Están relacionadas, pero no son iguales. Y dan como resultado un mapa de contenidos y un mapa de interacción.

Estas herramientas son muy importantes a nivel productivo, porque aquí se determinan el número de pantallas necesarias a nivel de entrega de diseño, así como también las rutas para el desarrollo final.

4.5.1.4 DISEÑO DE INTERFAZ / DISEÑO DE NAVEGACIÓN / DISEÑO DE INFORMACIÓN

Wireframes. Llegamos a la parte que deja de ser esquemática y comienza a ser visual. El wireframe es una jerarquización de contenidos distribuida visualmente y una esquematización de la interfaz. Es una estructura, y está enfocada a visualizar la distribución de contenidos dentro de la pantalla. Es la conexión entre la arquitectura de información y el diseño visual.

Son estructuras, esqueleto, sin diseño, ya que se juzgan jerarquías y el diseño puede distraer de este punto.

Se pueden diseñar a mano o con aplicaciones computacionales, sin embargo, es necesario dejar espacio para la modificación y la flexibilidad, por lo que el boceto a mano está absolutamente permitido.

4.5.1.4 DISEÑO VISUAL

Look & Feel, es donde se toman las decisiones visuales para lograr impactar. Esta bien, hasta el paso anterior teníamos un sitio funcional, fina y estratégicamente pensado, pero es ahora cuando se debe encantar con el diseño gráfico. Es aquí cuando interviene el lado más emocional del diseño para crear agrado y disfrute en los usuarios. En el fondo es el diseño gráfico es el encargado de generar esa atracción que agrada y sorprende.

Es el diseño visual, cromatología, tipografías, imagen visual, lo que acapara gran parte del próximo capítulo.

4.6 PRINCIPIOS GENERALES DE USABILIDAD

en el diseño de sitios web

Ahora que ya sabemos como estructurar la creación de un sitio web, es bueno revisar los lineamientos que debe seguir un sitio web. En 1994 Josep M. Junov tomó los principios que habían declarado anteriormente Alistair Sutcliffe en su obra Human- Computer Interface design, y Donald Norman en su libro “La psicología de los objetos cotidianos” y los reformuló en 8 simples puntos.⁵⁰

4.6.1 VISIBILIDAD

Muy relacionado con la etapa 4 que declara Garrett (Diseño de interfaz / Diseño de navegación / Diseño de información) se trata de lograr hacer perceptible por el usuario, lo que se necesita hacer visible dentro de los componentes de la interfaz. Por ejemplo, si un elemento es un botón, que el usuario entienda a primera vista que es un botón y no tenga que

revisar pasando sobre él y viendo los cambios en el cursor. Que lo que sea, parezca.

4.6.2 REDUNDANCIA

Tiene que ver con ser capaz de generar elementos repetitivos que le ratifican al usuario la acción que toma, el lugar donde está, etc. Se duplican porque se asume que los usuarios navegan con un mínimo de atención y aún así, quieren concretar sus tareas.

4.6.3 CONSISTENCIA

Unidad en la variedad. Es la similitud en la generación de patrones y estructuras, puede ser consistencia visual, de la información o de comportamiento. Es la narrativa que logra algo.

Por ejemplo, que al apretar la “X” siempre se

50. JUNOY, Josep M. 2007. Principios básicos de la interacción de Alistair Sutcliffe. [en línea]. <http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=636> [Consulta: 18 octubre 2012]

cierre la ventana que lo contiene. O que un color siempre denomina a los elementos de una misma categoría. Son elementos repetitivos que dan consistencia y evitan la confusión en las personas.

4.6.4 COMPATIBILIDAD

Es la capacidad que tiene el diseñador de generar modelos que compatibilizan con el modelo mental que tiene el usuario y sobre las cosas que este espera que ocurran.

Por ejemplo, cuando ingresamos palabras a un buscador esperamos que nos de resultados de búsqueda en una ventana siguiente, sin embargo, si, por el contrario, nos envía a una nueva página que muestra otro tipo de contenido, nos confunde, o pensamos que algo está mal.

La compatibilidad trata mucho de las convenciones que se crean entre el usuario y la web, del diálogo básico que le permite desenvolverse en este mundo y que los diseñadores debemos respetar para no generar puntos de confusión o frustración.

4.6.5 ADAPTABILIDAD

El sistema se debe adaptar al usuario y no el usuario al revés, tomando para ello en consideración: el nivel de conocimientos del usuario, su velocidad de trabajo y su grado de experiencia.

A nivel de accesibilidad y funcionalidad el diseño web adaptativo, por sí sólo, se hace bastante cargo de este punto.

4.6.6 ECONOMÍA

Simpleza en su totalidad, quitar todo lo innecesario y dejar lo fundamental.

4.6.7 GUIAR EN LUGAR DE SÓLO CONTROLAR

Evitar el pánico y la claustrofobia digital, es decir, si un proceso contiene 7 pasos, transparentarlos, para que las personas sepan dónde están y hacia dónde van (predictibilidad), y si es que la persona comete algún error, poder solucionarlo de una forma fácil (reversibilidad).

4.6.8 ESTRUCTURAR

Organizar la información de manera simple e intuitiva. La estructura es en base a los patrones mentales de las personas y en la cantidad que puedan asimilar. siendo capaz de mostrar lo que es relevante en cada momento.



4.7 PRUEBAS Y COMPROBACIÓN *de resultados*

¿Cómo saber si lo que se está haciendo va por el camino correcto? Afortunadamente dentro de este contexto de diseño web es posible *testearlo* a través de sus distintas etapas.

Existen distintas herramientas para conocer la respuesta que tienen los usuarios a lo que se diseña, pero las más fructíferas son dos que se pueden utilizar una o más veces en distintas etapas del proceso, dependiendo de las necesidades del proyecto. Estas son la entrevista y el testeo.

4.7.1 ENTREVISTAS

Son un medio para obtener información abierta sobre un determinado tema, el método es simple, se crea una pauta de entre 1 y 8 preguntas sobre un determinado tema y se cita a uno de los potenciales usuarios del sitio, si las

condiciones de uso son reproducibles, y se le entrevista.

Las entrevistas arrojan información previa sobre un tema, las impresiones que tiene una persona entorno a algo, la disposición que tendría a utilizar una plataforma o su opinión respecto a un tema. Puede medir, la capacidad de memoria respecto a algo, el reconocimiento, la satisfacción en relación a un tema, las percepciones, agrado o efectos que tiene sobre un usuario un determinado producto o servicio, entre otras cosas.

4.7.2 TESTEOS

Es una prueba que se aplica cuando *existe* un material visible para juzgar, puede ser la versión anterior de una web (en el caso de que se haga una versión nueva), los wireframes

o el diseño visual de un nuevo proyecto o el proyecto ejecutado. El usuario utiliza un *algo* guiado por una pauta de preguntas previamente elaborada.

En todos los casos es importante lo que la gente dice, pero muchas veces es más importante lo que demuestran a través del lenguaje corporal, así como también sobre los tiempos de latencia¹ entre la pregunta y la respuesta.

Por ejemplo al hacer un testeo, si la persona se demora en encontrar un ítem, si entrecierra los ojos, si se molesta, etc. Todos son indicios de que algo no está bien y debe cambiar.

4.7.3 LOS EXAMINADORES

Para poder medir resultados la persona que toma, ya sea un testeo o una entrevista, necesita tener la capacidad de *observar* lo que hace el

usuario, más que escuchar lo que dice.

Además debe tener la habilidad de empatizar con el usuario, para poder entender a lo que se refiere cuando sus sensaciones muy amplias o abstractas, así como también la capacidad de guiar el estudio sin intervenir con él, ya que se buscan respuestas que den paso a soluciones.

Es muy importante que la persona que guía o toma el estudio entienda la importancia de recibir información y feed-back del usuario, para que pueda recibir la información que el usuario entrega sin ofuscarse. Muchas veces por falta de recursos, las personas que diseñan, son las que hacen las pruebas y recibir críticas sin filtro por parte de los usuarios no es fácil (*por ejemplo: esto es feo, no entiendo nada, me carga*).

51. VÍLCHEZ R., Carlos y NAKAMURA S., Diana.

2008. Usabilidad de un sistema de recuperación de información a texto completo: el caso del portal Cybertesis Perú. [en línea] ACIMED vol.17, n° 3 ciudad de La Habana mar. <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352008000300003>

[Consulta: 27 julio 2011]

4.7.4 CONDICIONES DE LAS PRUEBAS

Se intenta reproducir de la forma más fidedigna el escenario original en el que se va a desenvolver el usuario, en lo posible, es necesario hacer las pruebas en el escenario real. La idea, es emular la posición inicial, en relación al espacio y a la situación en sí, con el grado de tensión o relajación necesaria.

El usuario debe sentir el estrés que sentiría en la misma situación en su vida cotidiana.

Lo ideal es que sean prueba de 1 a 1, es decir, un entrevistado por entrevistador, para generar un ambiente más íntimo. Sin embargo, existen situaciones en las que por falta de los equipos idóneos hay más entrevistadores en la sala, o a su vez, por tiempo, existen más entrevistados que entrevistadores.

La cantidad idónea de usuarios para testeos es

cinco, ya que a través de un modelo matemático Jacob Nielsen demostró que con esta cantidad de personas se logra descubrir el mayor número de errores sin redundar en las respuestas⁵¹, y aunque también se considera un número importante a la hora de hacer entrevistas, en esta modalidad se pueden considerar más personas en razón de encontrar una tendencia clara. Por otra parte, cualquier tipo de prueba no debe superar los 30 minutos, ya que los usuarios se desconcentran y la prueba pierde eficiencia.

Es importante mencionar que los Focus Group y otras técnicas usadas en áreas similares aquí no sirven, debido a lo que ocurre al agrupar a las personas en reuniones, unos toman la iniciativa y otros tienden a guardar silencio, así como también las opiniones se distorsionan y tienden a polarizarse.

Parte V. El proyecto

5.1 DEFINICIÓN DE PROYECTO

DISEÑO DE PLATAFORMA PARA RED COLABORATIVA DE ACTIVISTAS CULTURALES POR EL CEMENTERIO GENERAL DE SANTIAGO

El proyecto es una plataforma web multinivel que reúne las voluntades ciudadanas entorno al patrimonio del Cementerio General de Chile y las canaliza para generar aportes concretos a este espacio patrimonial.

Se escoge internet como sitio, debido al alto contenido de información que el sitio debe soportar y la necesidad de acceder a ella de manera rápida, además de la capacidad de viralización que este medio posee de forma natural y que se potencia a través del uso de diseño web adaptativo, el acceso a internet que existe hoy en día a través de los computadores de escritorio, las tabletas y los teléfonos inteligentes, además de otras razones

expresadas a lo largo de este documento.

Es una herramienta que cumple dos metas, recopilar información y colocarla en un lugar masivamente accesible y además incentivar una mayor participación por parte de las personas en relación al Cementerio. Si la persona quiere aportar un poco está bien, pero si se interesa y desea desempeñar un papel más importante, también tiene espacio. Es una iniciativa ciudadana que deja el espacio para sumar a otros y adaptarse a ellos de forma transversal.

RED: MUCHOS ACTORES COLABORANDO DE FORMA HORIZONTAL

Para explicar esto debo volver a la base del significado de patrimonio, el patrimonio es algo que es valorado por las personas y es algo que se traspasa como un bien cultural de generación en generación. Muchas de las iniciativas que ha

tenido anteriormente este lugar, si bien también están enfocadas en la difusión del patrimonio, olvidan que se necesita una mayoría de personas para mantener vivo lo que cuidan. Podemos encontrar libros preciosos acerca del patrimonio del cementerio, investigaciones profundas, y muchas otras manifestaciones a su favor, pero que no logran mayores coberturas.

Volviendo al esquema visto en el punto 2.5 uno de los problemas comunicacionales de este lugar es que su patrimonio se queda en la elite del conocimiento, pero no consigue llegar a la base del proceso de sociabilización “la comunidad inmediata”, lo que hace que el proceso no se concrete nunca.

Por lo cual el foco de este proyecto no es generar mayor material de biblioteca, que ya existe, sino lograr interesar a las personas comunes que pasean por aquí, y hacer que ellos se sientan

parte de este lugar (diseño emocional). Son ellos, como masa, la verdadera ayuda que este lugar necesita para lograr verdaderos cambios, son ellos como comunidad inmediata los que deben reaccionar.

COLABORATIVA: LO GENERADO ES EL RESULTADO DE LA INTERACCIÓN Y EL APORTE DE PERSONAS

Todos los aportes suman y son capaces de ayudar a difundir el patrimonio del Cementerio General de Santiago.

Parte del enfoque basado en el diseño emocional, es una plataforma que se crea por las personas, en el lenguaje de las personas, para las personas.

52. ECHÁNIZ, J.I. y VAQUERO, F. [en línea]. Mini manual del activista cultural. En: IV CONGRESO CATOLICOS y vida pública. España. Fundación Universitaria San Pablo – CEU. <[http://www.arbil.org/\(83\)manu.htm](http://www.arbil.org/(83)manu.htm)> [Consulta: 6 septiembre 2012]

ACTIVISTAS CULTURALES

“Este particular grupo de activistas está integrado, de forma no planificada, por personas, en muchas ocasiones, autodidactas, y que no han seguido unos cauces orgánicos o un itinerario específico que “cultive” esta vocación especial. Aparentemente dispersos, forman una interesante constelación humana integrada por simpatías, afinidades, preferencias, gustos comunes, etc. (...)

(...) El activista cultural es a la industria cultural, lo que el guerrillero a la guerra convencional. Otras tácticas, otra perspectiva, otra motivación, otros medios, otros recursos... y unos mismos objetivos: ganar una peculiar “guerra”, es decir, facilitar que el influjo de determinadas corrientes de pensamiento y “valores” sustente comportamientos individuales y sociales.”

Mini manual del activista cultural.⁵²

Al contrario de otros tipos de activismo, el de tipo cultural es un activismo mayormente orientado a la protección y a la realización de acciones, es un activismo pacífico, casi silencioso, que vela por el objeto cultural al que protege.

Se dice que su data es remota, y se remonta a todos aquéllos personajes que a través de la historia han recopilado, restaurado y conservado bienes culturales que consideran valiosos, pese a la postura oficial contradictoria que se mantiene en su entorno, ya sean clérigos, monjes o simples bibliotecarios.

Su característica es la oposición y la acción en razón de la preservación de un bien cultural, en base a la consciencia del impacto que determinadas ideas y concepciones producen



en la sociedad, más allá de los recursos y los medios, ya que la motivación de hacer algo le obligan a buscar las redes de contacto necesarias, aunque sean fines de largo plazo.⁵³

¿POR QUÉ?

No existe el material necesario para que una persona pueda tener una experiencia significativa en el lugar mismo. Es un proceso paradójico, donde existe una parte necesitada de ayuda y otra que siente la necesidad de saber más, pero que no se comunican.

La escena repetitiva es la siguiente, la gente se maravilla con lo que ve, incluso suele sacarse fotografías con los lugares que más les gustan, pero no entienden lo que comunica la sepultura y frente a que no obtienen mayor información, su momento de interés pasa y se pierde la oportunidad del cementerio de ser escuchado:

“Me parece un lugar muy bonito, yo vivo cerca y a veces salgo a caminar por aquí, me gusta mirar los símbolos, pero en sí no entiendo mucho”

Marisol Peña

“Yo siento que es un lugar importante y a veces le pregunto a los funcionarios cuando los veo, pero no sé más al respecto”

Roberto Castro

“Es como estar en las ruinas de un lugar antiguo, es un lugar que quiere decir cosas”.

María Fernanda Toro

“Vinimos con mi polola porque andábamos cerca, pero no entiendo nada, y no hay nadie a quién preguntarle”

Rodrigo Duarte

La gran conclusión después del estudio de este lugar, es que el Cementerio General de Santiago

es un lugar *querido* por un gran número de personas, lo que se evidencia en que consiguió el apoyo para ser Monumento Histórico, pero existe una barrera informativa que evita que las personas generen algún otro grado de relación con este lugar. La gente acude, pero después de un tiempo de recorrer, no entendiendo, se aburre y se va, lo que quiebra su proceso de valoración, ya que cualquier relación parte por poder conocerse.

Delimitada la idea de crear una herramienta informativa, que fuese capaz de estar disponible en el lugar mismo, con el flujo informativo necesario, en la intención de ser un recurso de apoyo en un paseo, se realizó una entrevista⁵⁴ para ahondar en el tipo de información que les gustaría recibir, la forma en que esta debería estar dispuesta y el grado de colaboración que estarían dispuestas a aportar, las conclusiones son las siguientes:

53. *Ibíd.*
 54. Ver anexo " El Cementerio y sus visitantes"

- A la gran mayoría les resulta atractiva la idea de tener mayor información en el lugar de origen

- Los tópicos que más les interesan al respecto, es sobre las personas que están ahí enterradas, los símbolos que ven y el entorno, así como también, información arquitectónica, en ese orden. Les interesa la información de tipo popular, más que en un sentido académico.

- Están dispuestas a recibir información, pero de forma sucinta y precisa.

- Una gran mayoría estaría dispuesto a colaborar con información si supieran como hacerlo, ya que dicen no tener mayor idea respecto al lugar o a la historia

- Existe también, gente dispuesta a colaborar en acciones paralelas y a aportar en la

generación de estas.

Otras consideraciones sacadas de esta encuesta:

- Las personas relacionan el cementerio con otras actividades culturales de fin de semana similares, como visitas a museos o a la Quinta Normal.

- Las personas piensan que es un lugar *agradable* y les resulta *interesante*.

5.2 USUARIOS DEL PROYECTO

Pueden participar desde personas que visiten el cementerio sin ningún tipo de instrucción particular, hasta grandes conocedores de este lugar. Sólo deben tener el nivel de alfabetización digital necesario (si la persona tiene un smartphone y ocupa alguna de sus herramientas ya está capacitada para utilizar la plataforma sin problemas) y un dispositivo con internet, ya sea un computador, tablet, o smartphone.

Es una segmentación por capacidades e intereses, más que por una edad o segmento social en particular, ya que podría colaborar un niño (nativo digital) haciendo una tarea de historia que conociera información acerca del lugar y tuviera acceso a algún dispositivo con internet, así como un investigador de años que deseara compartir sus conocimientos sólo usando su teléfono inteligente.

5.3 IMAGEN CORPORATIVA

5.3.1 IDENTIDAD

El enfoque comunicacional que se ha escogido es uno basado en un activismo pacífico, que asume que si bien el medio no ha dado respuesta a las necesidades del lugar, no es necesario crear un discurso basado en el odio y en la acusación. Esto es debido en gran parte a la experiencia de Tomás Domínguez en el uso de un discurso confrontacional y su poca efectividad masiva, así como también en la experiencia personal respecto a este tono de conversación con las personas.

En todos estos meses, este proyecto ha sido conversado con muchas personas, activistas de otras iniciativas similares, usuarios del cementerio y gente en general, y el resultado es casi unánime, las personas cuando escuchan la presentación de este proyecto desde la perspectiva de la oposición a la autoridad tienden a demostrar un pequeño rechazo, sin

embargo, cuando se les presenta el proyecto como una plataforma que quiere ayudar al cementerio y plantea la oportunidad de tener información en el lugar, la respuesta es otra, mucho más positiva y dispuesta a colaborar. Por lo tanto se ha seguido la senda del activista cultural, mucho más preocupado de proteger la cultura que de enfrentarse a grandes monstruos, mucho más aplicado y dispuesto a generar aportes que a aparecer en las noticias. Con esto se evitan todas aquellas propuestas que van desde la denuncia, a los ataques contra autoridades o actividades similares, no es ese tipo de sitio.

Sin embargo, también es necesario dejar claro las motivaciones del proyecto y hacer notar que si bien trata acerca del Cementerio General de Santiago, no es una vía oficial y mucho menos que no se trata de una versión corporativa de la web de un cementerio.

Misión: Ciprecia es un sitio web que busca ayudar a difundir el patrimonio cultural del Cementerio General de Santiago, generando a través de sus interacciones un mayor diálogo de este lugar y la ciudadanía.

Visión: Para generar lazos con la ciudadanía, el Cementerio General de Santiago debe comunicarse en un lenguaje ciudadano y con un acceso adecuado, acorde a los tiempos actuales.

5.3.2 NOMBRE

Si bien el nombre del proyecto es Red Colaborativa de Activistas Culturales por el Cementerio General de Chile, comunicacionalmente es un nombre muy largo y poco apto para web, por lo que se buscó uno que sirviera mejor a los fines comunicacionales, el escogido fue: Ciprecia.



55. Apuntes de entrevista a Tomás Domínguez..

56. COSTA, Joan. 2009. Naming, crear marcas verbales. [en línea]. <http://www.joancosta.com/naming_marcas_vervales.htm> [Consulta: 10 junio 2010]

El nombre tiene su origen en un juego de palabras ligado a la flora particular del cementerio: su paisajismo basado en las arboledas de cipreses, y la frase “se aprecia”, siendo este el sentido último de todo el proyecto.

Los cipreses que existen en el cementerio datan desde su origen, se plantaron aquí con un fin utilitario, ya que este árbol genera una resina que es capaz de aplacar el olor de la putrefacción en tiempos en que el proceso mortuorio no era tan salubre como ahora, además cumplen varias misiones, generan sombra para los visitantes, son un árbol de larga vida (como todo lo del cementerio con tintes “eternos”) y demarcan las cuadras de urbanización del camposanto. Es un árbol típico de este tipo de lugares⁵⁵.

A través de su crecimiento los cipreses han

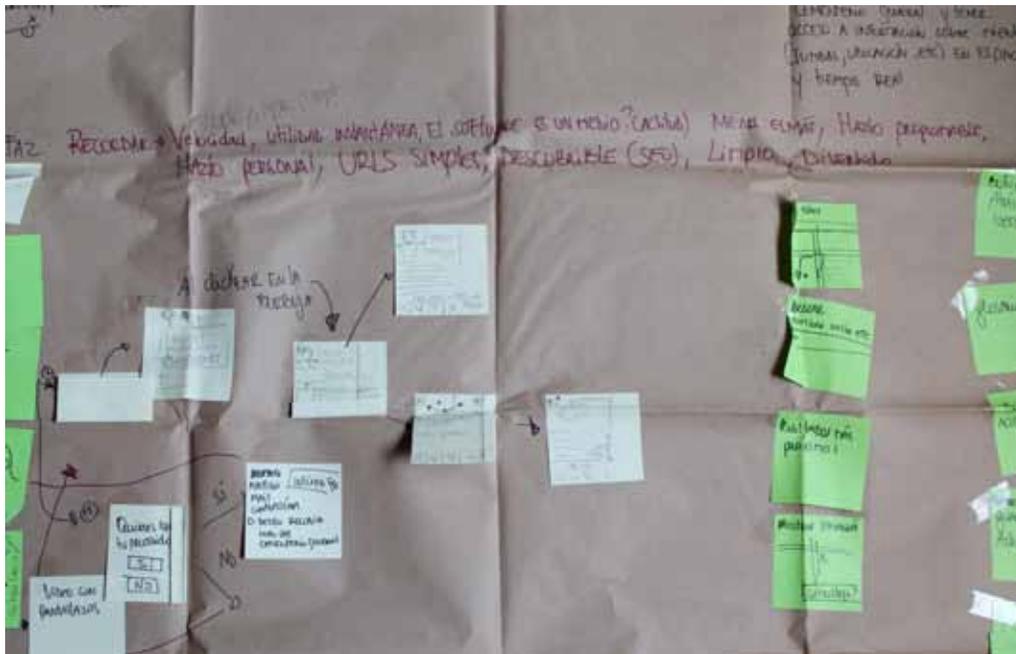
sido testigos de todo el desarrollo histórico del cementerio y son los “únicos” que pueden narrar su historia porque siempre han estado ahí.

El nombre también evoca el sentido de ciudad, lo que es coherente con la necrópolis santiaguina, y cumple con los parámetros que Joan Costa define para naming, es sonora, original, pregnante, simple, recordativa, estética, directa e instantánea, y no es traducible.⁵⁶

5.3.3 URL: WWW.CIPRECIA.CL

Simple, es el Cementerio General de Santiago de Chile. Nada más directo que usar la terminación .cl para especificar su denominación de origen.

5.4 CONSTRUCCIÓN DE CIPRECIA.CL



Uno de los primeros "mapas de contenido",

Según la metodología de Garrett antes mencionada, comenzará a levantarse Ciprecia.cl, pero antes creo importante mencionar que lo que se muestra es un resumen, fruto del ensayo y error constante.

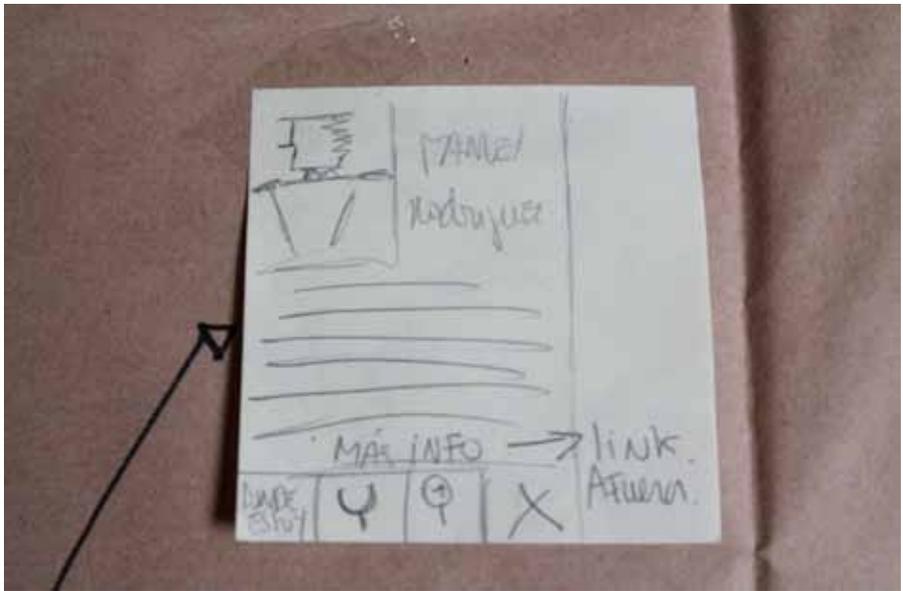
Antes de comenzar el capítulo como tal, mostraré un poco del proceso de todo el proyecto.

Concepto= Quiero poder recorrer el CEMENTERIO GENERAL y tener ACCESO A INFORMACIÓN sobre tumbas (TUMBAS, UBICACIÓN, ETC) EN ESPAÑOL y tiempo REAL.

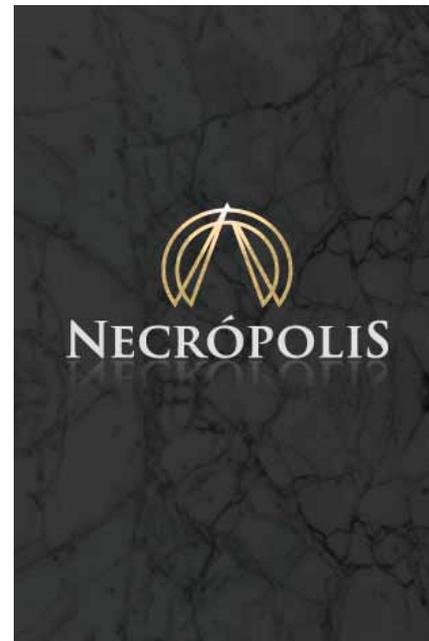
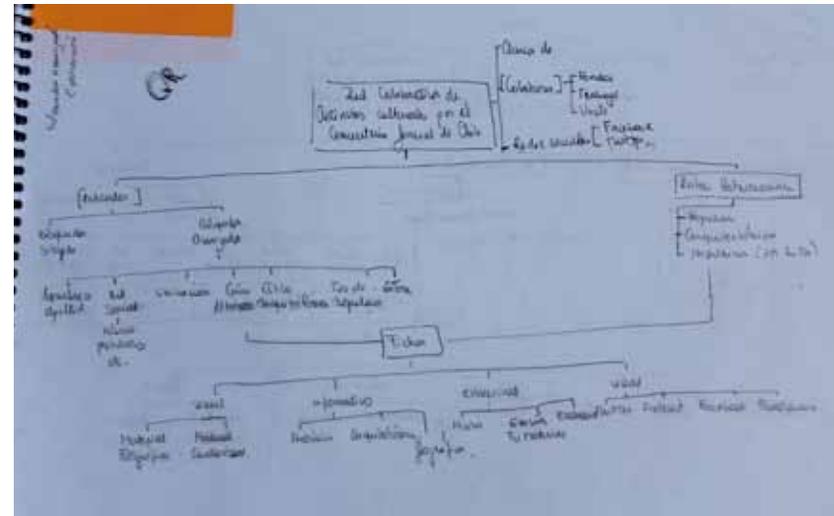
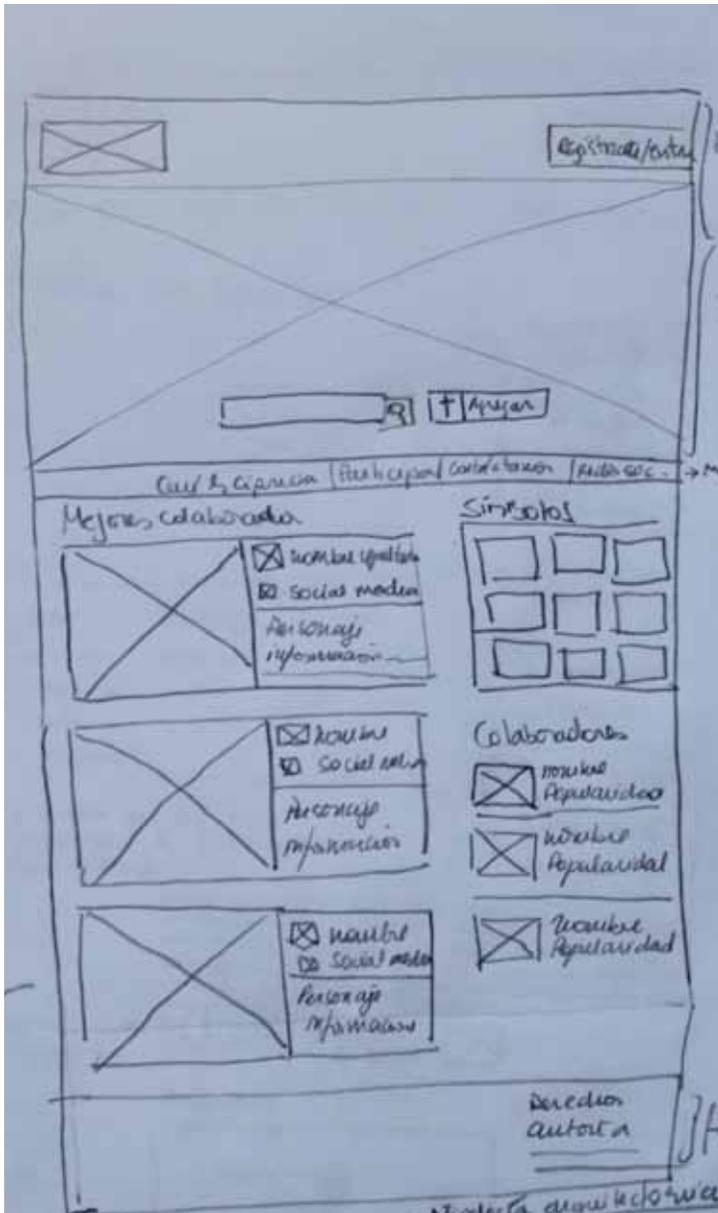
MENOS ESMAÑ, Hazlo programable, LINDO, Divertido

NO

NOMBRE
APELLIDO INICIAR FB
MAIL
CONTRASEÑA
¿DESEO RECIBIR INFO DEL CEMENTERIO GENERAL?



~~GUARDADO~~
GUARDADO
AUTOMÁTICO?
||



5.4.1 OBJETIVOS DEL SITIO

OBJETIVO GENERAL

Crear una plataforma web que reúna las voluntades ciudadanas entorno al patrimonio del Cementerio General de Chile y los canalice para generar aportes concretos a este lugar

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Acercar comunicacionalmente el cementerio a las personas, a través de un lenguaje ciudadano, textos breves e información pertinente debidamente diseñada
- Ser un lugar de encuentro entorno al patrimonio del cementerio para los defensores, amantes y ciudadanía en general.
- Disponer las herramientas para generar aportes concretos, ya sea a nivel recopilativo, difusivo o en acciones en terreno.



5.4.2 NECESIDADES DE LOS USUARIOS

57. Opinión de Patricio Álvarez.

A través del documento se pueden ir vislumbrando, pero en resumen son:

- Que la información se encuentre disponible en el lugar mismo

- Que la información esté desplegada de forma simple, precisa y concisa, acercándose a la visión más popular del cementerio.

- En las temáticas, sigue siendo más relevante lo histórico, pero también causan gran interés los símbolos y lo más importante de la arquitectura.

- Esencialmente y utilizando una cuña de un usuario "No más información fome"⁵⁷.

Disponer herramientas de ayuda para la ubicación en el lugar

5.4.3 REQUERIMIENTOS DE CONTENIDO

Los contenidos si bien deben entregar información de valor a las personas, debe ser de una forma dinámica, precisa y concisa. Las personas están en una situación de paseo, manifestando un genuino interés, pero no desean ser saturadas de información.

En todo el sitio los contenidos se estructuran en base a tres grandes áreas temáticas:

- Información acerca de los símbolos más frecuentes
- Información histórica referida al personaje histórico que yace en la sepultura
- Información arquitectónica sobre la sepultura

Si bien se espera que el sitio web contenga mucha información, es en una estructura de pequeñas cantidades, dejando el espacio para colocar enlaces a cantidades mayores de

información, si existiesen. No se busca generar grandes análisis sobre una obra, sino otorgar información de consulta para el visitante en una jerarquía fácil de asimilar.

5.4.3.1 OBTENCIÓN DE CONTENIDOS

En base a las necesidades de los usuarios se decide que las personas serán las generadoras de contenido, por tres grandes motivos:

- Cobertura, el Cementerio General tiene más de 80 hectáreas de terreno con miles de sepulturas en él, que un solo grupo sea capaz de registrar y difundir información sobre este lugar es utópico, es un proyecto que necesitaría décadas y muchos recursos, por otra parte, cualquier proyecto difusivo que segmentara el cementerio sería igual de segregador que las anteriores iniciativas, que terminan difundiendo material

sólo del Patio Histórico o lugares puntuales. Este proyecto cree en que es un lugar con valor en cada rincón, desde los más opulentos hasta los más humildes.

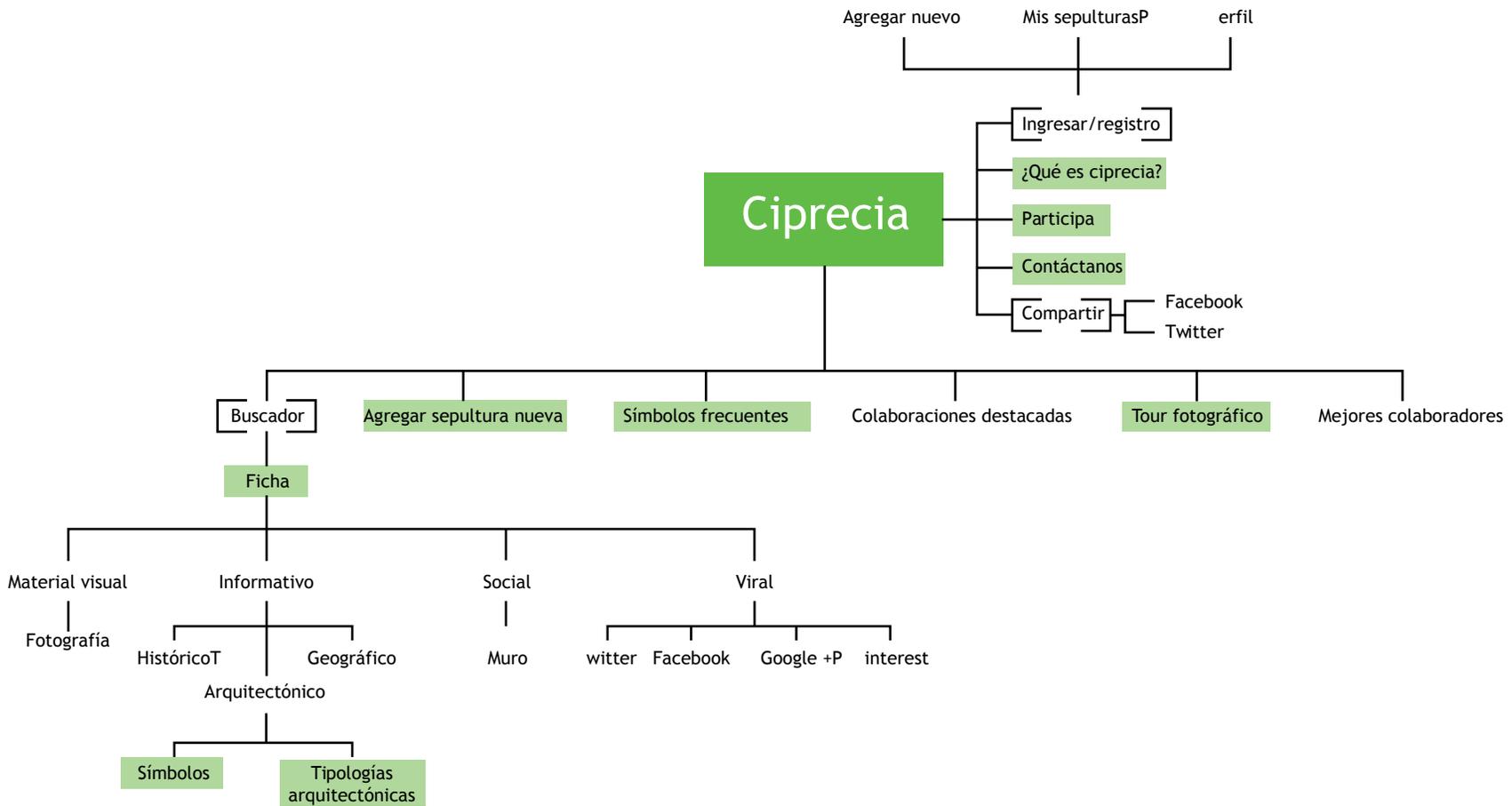
- Sólo las personas saben lo que les interesa a las personas, así como también, como nombrarlo y como encontrarlo, y en caso contrario, siempre pueden manifestarse a través de los comentarios¹.

- Generar relaciones con los usuarios: Involucrarlos con la causa de forma real, tocarlos un poco con responsabilidad virtual y hacerles parte de la ayuda a la difusión del patrimonio, además de alimentar un poco ese ego de cibernauta al que le gusta lucir sus logros, un poco de lo que presume cualquier red social (*yo hice esto, mírenme!*)

5.4.4 ESPECIFICACIONES FUNCIONALES

Funcionalidades que deben estar en Ciprecia, consideradas como sitio web colaborativo, así como también en estructura y funcionamiento, como red social, inclusive:

- Registro en el sitio web: Para que los usuarios puedan subir información con sus nombres, idealmente por medio del registro en el sitio y a través del traspaso de datos de otra red social (Facebook)
- Gestor de contenidos web: El sitio maneja contenido dinámico, que se actualiza en la medida que los usuarios suben material nuevo, sin el gestor de contenidos esto no sería posible.
- Opciones de los usuarios: Al crearse, o habilitar, una sesión en Ciprecia, las personas deben poder ver la información que han subido, así como también tener la opción de editarla (reversibilidad)
- Georeferenciación: Para facilitar la ubicación de las personas se necesita lograr georeferenciar los lugares, si bien la georeferenciación no es totalmente exacta, con el apoyo fotográfico más la vista satelital es suficiente para dar una noción de ubicación. En una etapa futura del proyecto, podrían unirse estos puntos de información ya delimitados, y generar rutas patrimoniales.
- Opción de compartir: Para poder viralizar y difundir el contenido, es necesario que contemple todas las redes sociales más populares, facebook, twitter, google+, Pinterest.
- Comentarios: Habilitación para dejar comentarios.
- Responsive Web Design: Disponible y compatible para todos los dispositivos que tengan acceso a internet



5.4.5 ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN

5.4.5.1 MAPA DE CONTENIDOS

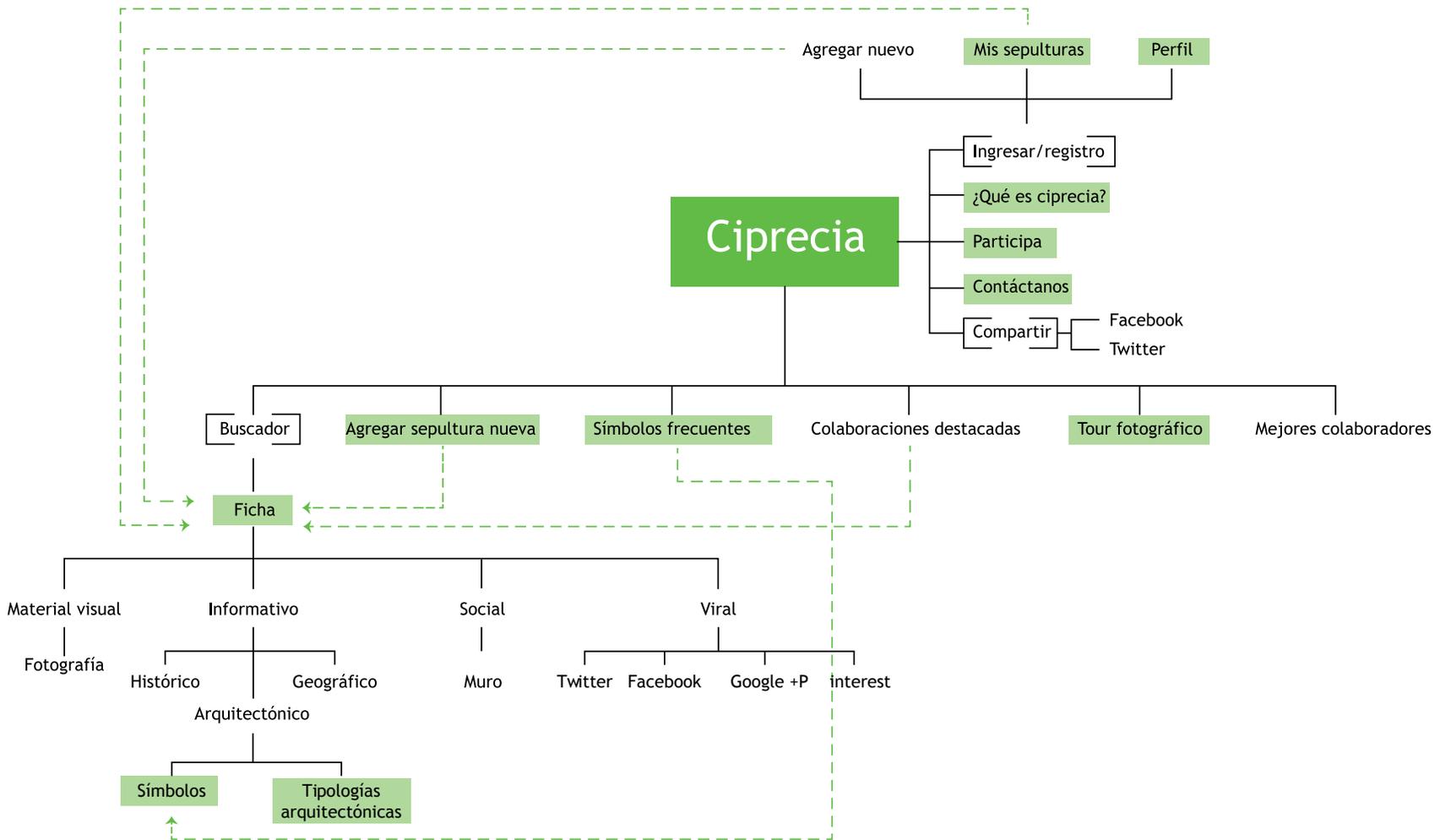
La estructura del sitio web es bastante simple y es capaz de manejar con fluidez los grandes contenidos del cementerio.

El que se muestra no es el mapa contenidos común, ya que el modelo utilizado además de estructurar los niveles de información del sitio web, deja entrever parte de las interacciones, una fusión intermedia entre un mapa de contenido y un mapa de interacción.

Los contenidos se organizan a nivel radial, siendo lo que está más cerca del núcleo (nombre) lo más importante, así como también lo más próximo al usuario cuando visita el sitio.

Los contenidos que están entre paréntesis son decisiones que dependen del usuario para continuar y los rectángulos simbolizan que al hacer click llegaremos a una página del tema.

Existen niveles en la distribución de contenidos, y el nivel más cercano es el que determina la página de inicio y los más lejanos, cada una de sus secciones.

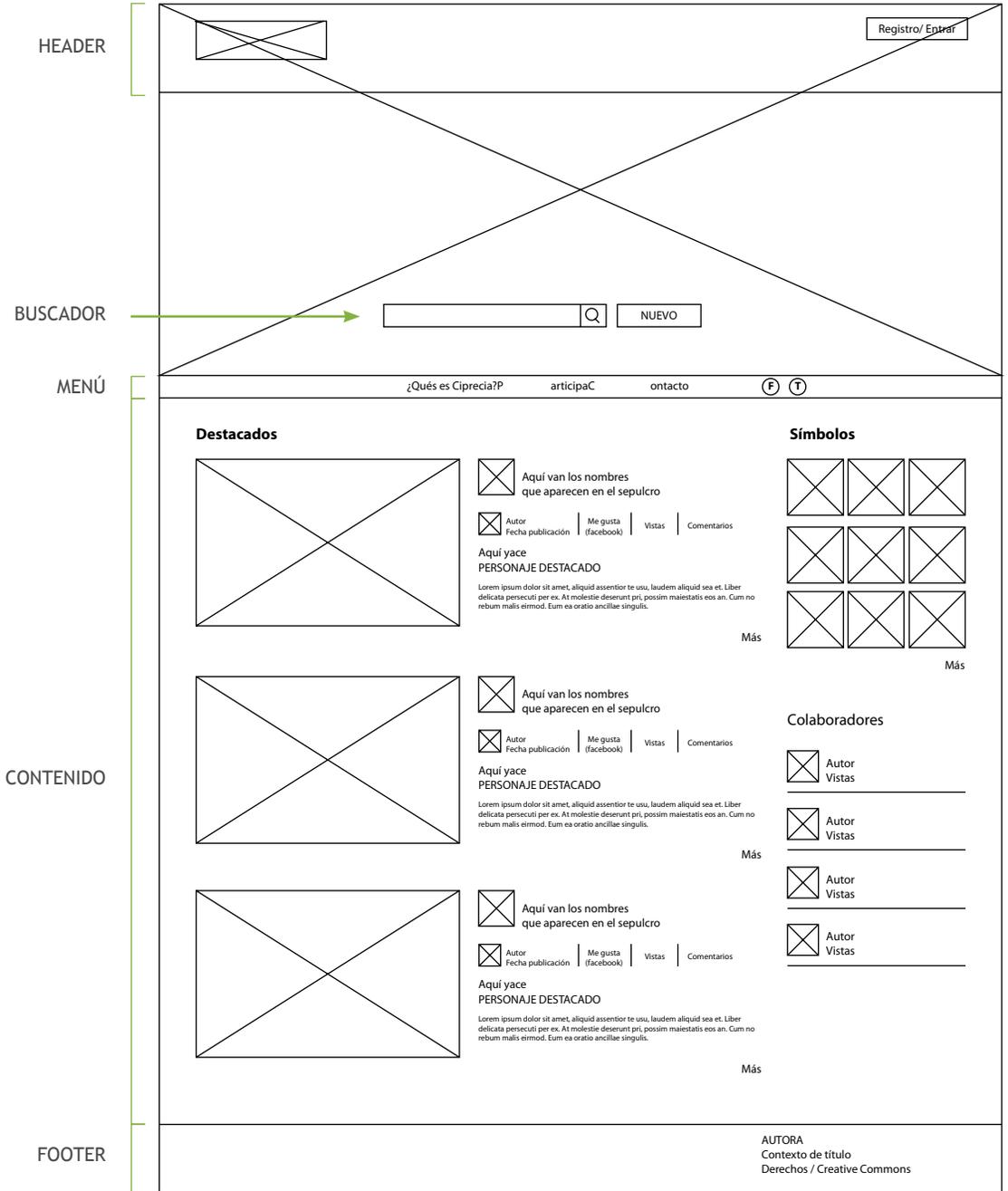


5.4.6 DISEÑO DE INTERACCIÓN

5.4.5.1 MAPA DE INTERACCIÓN

Aprovechando el mapa anterior que alberga instancias de interacción, se especifican las relaciones que faltan.

Es un modelo que se puede utilizar en algunos sitios que poseen estructuras más pequeñas, en las que el contenido y la interacción se organizan de forma similar.



mensaje principal, también acoge en un lugar de relevancia al buscador, la gran base del proyecto.

El menú, en esta distribución queda al final de la primera pantalla y es aquí a través del diseño visual se debe invitar a recorrer la parte inferior, para que el usuario no piense que la página termina ahí.

Más abajo, espacio para elementos destacados, para otorgar reconocimiento a nuestros usuarios, resaltando su aporte, así como también, a ellos mismos como autores, además del espacio para los símbolos.

Al final, un footer con información del proyecto y Creative Commons.

Registro/ Entrar

¿Qué es Ciprocia?
ParticipaC
ontacto

Ⓕ
Ⓓ🔍

Agregar nueva sepultura

SEPULTURA

Nombre de la sepultura

Subir una imagen EXAMINAR

PERSONAJE

Personaje destacado

Nombre personaje destacado

Rol social

¿Por qué es importante?

ARQUITECTURA

Arquitectura funeraria

Identifica la forma de la sepultura

¿Ves alguno de estos símbolos?

Información arquitectónica

UBICACIÓN

Ubicación (Google Maps)

Términos de uso

AGREGAR

AUTORA
Contexto de título
Derechos / Creative Commons

FICHA DE LA SEPULTURA

La ficha de la sepultura corresponde a una de las páginas internas, en la que cambia la distribución respecto al index.

El header se acota y el menú sube para dar mayor jerarquía al contenido. En esta página podemos ver cinco zonas relevantes:

SEPULTURA: Es un espacio dedicado a los datos que se ven a simple vista en el cementerio, por lo que son, los más fáciles de obtener y los más distintivos de indicar cuando una persona recorre este lugar.

PERSONAJE: Relativa al personaje histórico que ahí yace, se invita a hacer una breve descripción

ARQUITECTURA: Información arquitectónica que el usuario puede proveer con distintos grados de complejidad.

En ella se hace uso de mayor apoyo gráfico, debido al nivel de complejidad y desconocimiento

de la materia.

UBICACIÓN: Relativa a la georeferenciación.

LEGAL: Informa sobre los términos de uso de los generadores de contenido (Ver términos de uso).

Este orden es en función a lo expresado por los usuarios según sus intereses anteriormente.

FICHA DESPLEGADA

Aquí se ve el contenido jerarquizado. Tenemos una parte social (izquierda) y al centro, el contenido en el mismo orden temático que el wireframe anterior.

La fotografía toma el espacio protagónico como elemento visual y para ayudar a las personas a ubicarse en el espacio.

A la derecha, elementos sociales y en destacado los mejores colaboradores.

Registro/ Entrar

¿Qué es Ciprecia?P
articipaC
ontacto

F
T

Nombre de la sepultura

Autor
Fecha publicación

Me gusta
(facebook)

Comentarios

Aquí yace PERSONAJE DESTACADO

Lorem ipsum dolor sit amet, aliquid assentior te usu, laudem aliquid sea et. Liber delicata persecuti per ex. At molestie deserunt pri, possim maiestatís eos an. Cum no rebum malis eirmod. Eum ea oratio ancillae singulis. Lorem ipsum dolor sit amet, aliquid assentior te usu, laudem aliquid sea et. Liber delicata persecuti per ex. At molestie deserunt pri, possim maiestatís eos an. Cum no rebum malis eirmod. Eum ea oratio ancillae singulis.

Presidente de Chile, político, abogado

Información arquitectónica
TIPOLOGÍA

Lorem ipsum dolor sit amet, aliquid assentior te usu, laudem aliquid sea et. Liber delicata persecuti per ex. At molestie deserunt pri, possim maiestatís eos an. Cum no rebum malis eirmod. Eum ea oratio ancillae singulis. Lorem ipsum dolor sit amet, aliquid assentior te usu, laudem aliquid sea et. Liber delicata persecuti per ex. At molestie deserunt pri, possim maiestatís eos an. Cum no rebum malis eirmod. Eum ea oratio ancillae singulis.

Símbolos

Ubicación

Colaboradores

Autor
Vistas

Autor
Vistas

Autor
Vistas

Autor
Vistas

Ciprecia en Twitter

Lorem ipsum dolor sit amet, aliquid assentior te usu, laudem aliquid sea et. Liber delicata persecuti per e

1 hora

Lorem ipsum dolor sit amet, aliquid assentior te usu, laudem aliquid sea et. Liber delicata persecuti per e

1 hora

Lorem ipsum dolor sit amet, aliquid assentior te usu, laudem aliquid sea et. Liber delicata persecuti per e

1 hora

AUTORA
Contexto de título
Derechos / Creative Commons

5.4.8 DISEÑO VISUAL

Ciprecia busca ser visto como un proyecto acerca del patrimonio cultural del Cementerio General de Santiago, que no guarda relación con la institución y que tampoco trata sobre la venta de sepulturas o trámites corporativos funerarios.

Es un sitio web que debe convertirse en soporte en la medida que debe ser capaz de mostrar las obras que aquí existen, dándoles el espacio adecuado para que se puedan apreciar. Tiene que ser una buena vitrina, que refleje lo antiguo del lugar, pero en un lenguaje visualmente atractivo para un usuario acostumbrado a las interfaces de internet.

Ciprecia debe ser:

- Agradable en una primera impresión (reacción visceral – diseño emocional)

- Claro, respecto a que trata específicamente sobre el Cementerio General de Santiago. Esto debe reflejarse en todo aspecto en esta plataforma.
- Limpio y simple, en todas sus instancias

5.4.8.1 LOGOTIPO

5.4.8.1.1 FRANCISCO GÁLVEZ

Cuando este proyecto se inició una de las grandes premisas que sustentaron su concepción fue la idea de que el cementerio tiene un aprecio (se aprecia-ciprecia) popular y que las personas dispuestas a ayudarlo estaban ahí, sólo hacía falta salir a buscarlas y organizarlas (típico pensamiento positivo de activista cultural). Pues bien, a la hora de dejar atrás la estructuración del sitio, y comenzar a

ABDEFGHIJKLM
 NÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 ñopqrstuvwxyz
 1234567890
 a!.”. \$%& / () = ? ; ^ Ç ¨ ; _ :

construir el diseño visual, fue hora de probar esta idea.

El Cementerio General de Santiago alberga a numerosas personalidades de nuestro país y dentro de ellas, también podemos encontrar a los tipógrafos, y dentro de este panteón de destacadas figuras, a uno de los personajes más destacados de la tipografía y gráfica chilena, Mauricio Amster.

Coincidencias afortunadas de más, Francisco Gálvez, gran tipógrafo de nuestra era, creo una tipografía en honor al maestro Mauricio Amster y al saber del proyecto, no dudo en facilitar la tipografía para el logotipo y todo lo que fuese necesario. Es un inédito, ya que la tipografía aparecerá aquí antes de ser lanzada al mercado. Es un detalle inmensamente romántico en esta narrativa patrimonial.

5.4 8.1.2 CIPRECIA

Simpleza, el valor de lo clásico, pero con esa frescura y delicadeza que posee la tipografía Amster. Si bien se probaron un par de variaciones en el proceso, la tipografía por sí sola fue capaz de reflejar ese carácter que surge de la fusión de una mano actual mostrando sus respetos a los grandes del pasado.

Se corrigieron los espaciados, ya que esta es una tipografía para escritura y sus espacios corresponden a otras necesidades, y se tomó la decisión de dejar el nombre en minúsculas para aprovechar la repetición fonética y visual que se da en la palabra y que aumenta su pregnancia.

ciprecia

6,5X
ciprecia x




 RGB 140/176/48
 #8CB030
 CMYK 55 /11/ 100/ 0


 RGB 74/74/71
 #4A4A47
 CMYK 76 /71 / 67/ 26



5.4.8.2 TRATAMIENTO CROMÁTICO

El tratamiento cromático se basa en dos colores que definen al cementerio al recorrerlo, el gris y el verde. El gris que tiñe los espacios por los materiales de los que están construídas las sepulturas y las calles, y el verde de todos los árboles y la vegetación que las personas dedican a sus deudos. Son colores que hacen alusión a lo eterno del descanso y de la vida que sigue y se multiplica a cada instante.

Estos colores van casi siempre sobre un fondo blanco o uno negro, con un fin utilitario al tener una gran cantidad de fotografías y necesidad de generar un espacio más neutral, así como también por la metáfora de la luz y la oscuridad, la temática de la vida, pero mayormente de la muerte. El negro no podía estar ausente.

5.4.8.3 TIPOGRAFÍAS

Se escogieron tres tipografías para el desarrollo del proyecto: La tipografía Amster, la Georgia y la Trebuchet.

USO DE LA TIPOGRAFÍA AMSTER

Además del uso en el logotipo, se utiliza para los títulos de sección y los botones, es para marcar las zonas de mayor jerarquía. Siempre se utiliza en contenido fijo, ya que al no ser una tipografía web debe ser trazada como imagen, por lo que su uso es restrictivo.

USO DE LA TIPOGRAFÍA GEORGIA

Se utiliza para dar forma al contenido dinámico de mediana jerarquía, como lo son los títulos de las sepulturas y los nombres de los autores.

ABDEFGHIJKLM
NÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
ñopqrstuvwxyz
1234567890
a!”.\$%&/()=?¿^Ç¨;_:

A B C D E F G H I J K L M
 N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 ñ o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 a ! ” • \$ % & / () = ? ; ^ Ç ¨ ; _ :

Es una tipografía adaptada para web y una de las pocas que utilizan serifas, por lo que fue escogida para hacer de intermedio entre la identidad corporativa y los textos de la plataforma.

USO DE LA TIPOGRAFÍA TREBUCHET

Se utiliza en la escritura de los textos y en zonas donde la aplicación tipográfica corresponde a una de menor cuerpo, fue elegida por su legibilidad y para contrastar con las otras tipografías con serifa. Es utilizada en su versión itálica, ya que le da una intención más suave que combina mejor con el resto del trato tipográfico y porque mantiene su legibilidad intacta.

5.4.8.4 TEXTURAS

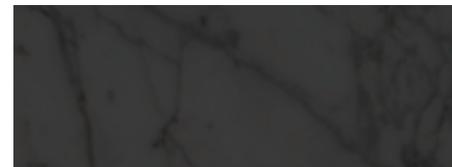
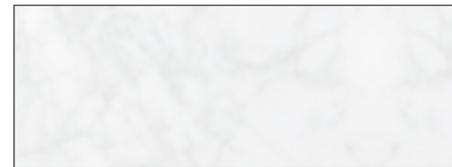
Se ocupan dos texturas a través de todo el sitio web, una que imita al mármol y otra que es similar al concreto.

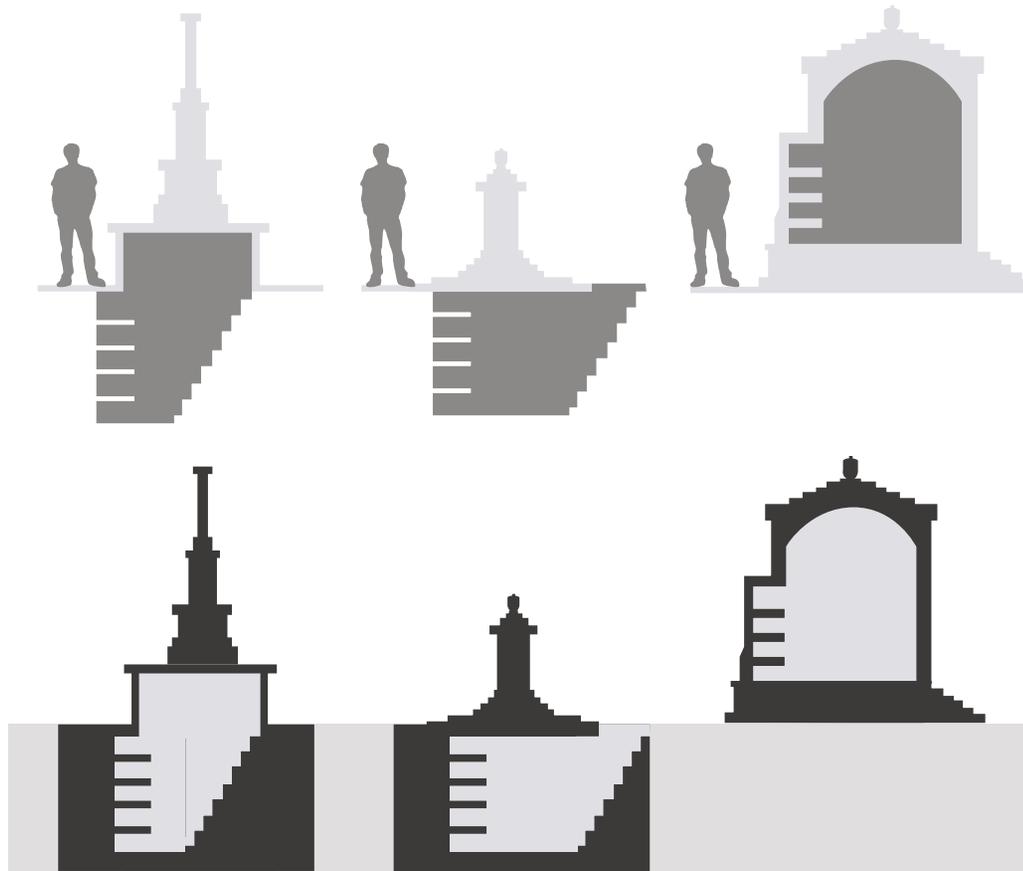
Es irónico, pero el mármol aunque es un material costoso y que en volumen ocupa un espacio pequeño dentro del cementerio, es un material reconocido como típico de este lugar, ya que el patio histórico y sus alrededores con sus construcciones y esculturas son una de las cosas que las personas reconocen como rasgos identificatorios.

Al visitar otros cementerios, fuera de los tipo parque, especialmente en regiones, podemos encontrar nichos de concreto y sepulturas típicas del área más popular del cementerio, pero es muy difícil encontrar mármol, ya que es un estilo de sepultura que se utilizaba hace

muchas décadas y que para tenerlo había que ser un ciudadano de clase alta con los recursos necesarios para importar el material desde Europa, y como este segmento de la población se concentraba en Santiago, es uno de los pocos lugares de Chile dónde se encuentra este material en grandes cantidades.

La textura de concreto, por otra parte, es menos identificatoria, pero corresponde a la textura más frecuente en el cementerio. Se utiliza para generar un cambio en la dominación del mármol y para reflejar el carácter menos opulento, pero más realista del camposanto.





5.4.8.5 SÍMBOLOS E ÍCONOS

ÍCONOS DE TIPOLOGÍAS ARQUITECTÓNICAS

Para poder mostrar este tipo de información tan desconocida, se recurrió a una esquematización simple, con diferencias fácilmente distinguibles entre una y otra, llevadas a una vista transversal de la estructura, perpendicular a la línea de tierra. Esto le permite al usuario dimensionar el tamaño de las estructuras en relación a su comparación, así como también conocer dónde van ubicados los cuerpos según el tipo de tipología.

El Cementerio General posee una gran diversidad en estructuras y formas de sus sepulturas, pero no todas son diferenciables fácilmente, por lo que se selecciono las que generan mayor contraste para no confundir a las personas, dando la posibilidad de marcar “otra” en el caso que corresponda.

Su tratamiento gráfico se basa en el alto contraste y se le da una textura de concreto para darle mayor intensidad como pieza gráfica.

La información sobre tipologías arquitectónicas fue sacada del documentos “Expedientes...” De Tomás Domínguez y de la observación de campo que se realizó.

SÍMBOLOS DEL CEMENTERIO

Son símbolos que se repiten con leves diferencias a través de todo el cementerio, la mayoría son relativos a la temática funeraria, aunque algunos se utilizan para indicar características sobre la persona que allí está enterrada, por ejemplo, los símbolos militares o los símbolos masones.

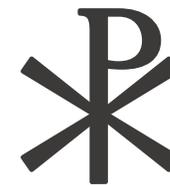
Los que se muestran aquí fueron escogidos

por resultar ser de los más repetitivos en la observación de campo, pero la cantidad puede aumentar, ya que la plataforma, en un escenario ideal, debería permitir la integración de nuevos elementos.

Se hizo un tratamiento lo más puro posible según la complejidad del símbolo, intentando reducir los elementos que lo componen hasta el límite, pero el trato es diferente en cada caso según el elemento que forman y lo desconocido que resultan ser para las personas.

Al igual que los iconos de las tipologías arquitectónicas son en alto contraste, en color gris, con una textura de concreto.

Las fuentes van desde libros a publicaciones en internet, cada explicación va acompañada de su fuente específica.





ÍCONOS DEL SITIO WEB

Se utiliza una variación en los símbolos “+” que aparecen en los botones de agregar y en el de ubicación, alargando el trazo vertical para transformarlo en una cruz. Si bien es un símbolo relativo a la religión católica, en el cementerio es un elemento que se repite hasta el cansancio, en sepulturas de esta religión, en otras que por arquitectura predeterminadamente son así (zonas populares) incluso en aquellas de las que no se saben mayores detalles (patio 29) por lo que en este contexto sale de lo estrictamente religioso y se convierte en una seña que indica que bajo ella hay alguien enterrado, la que es tan repetitiva en este lugar que es utilizada como ícono.

El tratamiento de los íconos es bastante simple, y además del mencionado anteriormente corresponden a los íconos que un sitio web debe tener. Utilizan trazos un poco redondeados y

armónicos, que ayudan a suavizar la imagen del sitio y a hacer más agradable la temática de la muerte.

ciprecia Red de actividades culturales por el Cementerio General de Santiago

Regístrate | Entra

Que la muerte no se confunda con silencio
Busca una sepultura o aprende una nueva, nómada y revisa la historia

Plaza la Paz

"Tumba de las más de 200 víctimas del terremoto de la época de la Empresa de Jirón ocurrido el 8 de diciembre de 1863. Considerada una de las pocas sobrevivientes de la época, da paso a lo que hoy conocemos como Campo de Bomberos de Santiago"

Buscar sepultura, personaje, etc.

¿Qué es Ciprecia? Participa Contactanos

Colaboraciones destacadas

¿Qué significan?

Mejores colaboradores





D. Juan Enrique Rosales
D. María del Rosario Larrain





















































Ciprecia 2012
 Proyecto de Red de la Red de Datos Geográficos - Universidad de Chile
 Desarrollado por: Daniela Riquelme
 Diseñadora Gráfica: Daniela Riquelme
 Estudiante de Fotografía: Daniela Riquelme

5.4.8.6 MAQUETAS

5.4.8.6.1 INDEX

Página de inicio

Fotografía para index:
Colaboración de Daniela Riquelme
Diseñadora Gráfica
y estudiante de fotografía



5.4.8.6.2 PÁGINAS INTERIORES

Resultados de búsqueda

Agregar una nueva sepultura

Nombre de la sepultura
Se le mostrará también a sus seguidores

¿Cómo se ve? 

Personaje destacado

¿Hay algún personaje destacado aquí?

¿Qué rol que tuvo en vida?

¿Por qué es importante?
¿Pueden darme información adicional, como un foto o su biografía?

Biografía por José Enrique Rosales en Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Jos%C3%A9_Enrique_Rosales

Arquitectura funeraria

Identifican la forma del sepulcro



¿Alguno de estos símbolos está en esta sepultura?



¿Pueden darnos información sobre su arquitectura?

Es un movimiento de vanguardia que se compuso de tres partes: uso libre de todos los estilos, un grado de libertad en las decoraciones y uso pleno de arte plástico, que en este caso correspondió a la geometría aplicada que dio origen al movimiento, el "Cuarto de Rosales".

Realizado por su hijo, Francisco Carlos Rosales de la Cruz, el hijo de una familia formada que primero perteneció en la época al sector como una instancia importante de carácter o se simbolizó por su nombre de su vida y la muerte.

Ubicación



Aceptar los términos y condiciones de uso

Ficha de la sepultura

¿Qué representan?



Crismón

El Crismón o Labera es el monograma de Cristo, formada por las letras X (H) y P (Iris), las dos primeras del nombre "Cristo" en griego. Fue adoptado por el emperador romano Constantino, sobre el año 330 cuando se estableció la libertad de culto para los cristianos.

Por Cristo literalmente significa "la paz de Cristo", y se utiliza para identificar religiosamente a los muertos, tal como también para denotar la paz y la protección de Cristo en la vida eterna.

Fuente: <http://www.cemeteriosdevalencia.com.ar/cartografos.htm>



Clepsidra

La clepsidra o reloj de agua (usualmente en forma de reloj de arena), representa el flujo del tiempo.

Al llevar agua simboliza el tiempo que pasa, "el tiempo que vuela" o simplemente, que la vida que se ha ido, y nos recuerda a los mortales la efímera de la existencia y el tiempo limitado que tenemos.

Fuente: <http://www.cemeteriosdevalencia.com.ar/cartografos.htm>



Hojas de roble

Es un motivo frecuente en los túmulos de militares, significa poder, autoridad y victoria.

El roble simboliza fuerza, gloria y permanencia, que perdura más allá de la muerte, además que su fruto, la bellota, simboliza la promesa de madurez y fuerza.

Fuente: *Beau Jefferis, et y Williams, P. 2008. Signos y símbolos, guía ilustrada de su origen y significado.* Barcelona, España. Pearson educación. 232 p.



Uróboros

El uróboros es una serpiente que se muerde la cola, formando un círculo.

Como tal, simboliza la continuidad y la eternidad, y nos recuerda la constante sucesión de la vida y la muerte como un ciclo eterno.

Fuente: *Beau Jefferis, et y Williams, P. 2008. Signos y símbolos, guía ilustrada de su origen y significado.* Barcelona, España. Pearson educación. 232 p.

Mejores colaboradores

- Alta Reyes
- Alta Reyes
- Alta Reyes
- Alta Reyes

Cíprecia en Twitter

- Alta Reyes
- Alta Reyes
- Alta Reyes
- Alta Reyes

Sigueteas

Símbolos funerarios

Ver más

Tipologías arquitectónicas



Losa (1821- 1840)

Este tipo de losa se caracteriza por ser un elemento en el Cementerio Central y se refiere al pavimento de la Iglesia Católica, en el Páramo de Guadalupe.

La tipología es sencilla, y se refiere al tipo de losa que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de losa que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de losa que se utiliza en el cementerio central.

En este tipo de losa se refiere al tipo de losa que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de losa que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de losa que se utiliza en el cementerio central.

Referencia: Fondo Arquitectónico, 2011. Arquitectura y Urbanismo. (Fondo Arquitectónico) Bogotá, Colombia.



Monumento de mármol (1840- 1850)

Al contrario de lo que se piensa, este tipo de monumento no es un elemento de gran tamaño, sino que se refiere a un tipo de monumento que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de monumento que se utiliza en el cementerio central.

La tipología arquitectónica de este tipo de monumento se refiere al tipo de monumento que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de monumento que se utiliza en el cementerio central.

Referencia: Fondo Arquitectónico, 2011. Arquitectura y Urbanismo. (Fondo Arquitectónico) Bogotá, Colombia.



Hipogeo (1860- 1880)

Este tipo de hipogeo se refiere al tipo de hipogeo que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de hipogeo que se utiliza en el cementerio central.

Este tipo de hipogeo se refiere al tipo de hipogeo que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de hipogeo que se utiliza en el cementerio central.

Referencia: Fondo Arquitectónico, 2011. Arquitectura y Urbanismo. (Fondo Arquitectónico) Bogotá, Colombia.



Mausoleo

Los mausoleos se refieren a un tipo de mausoleo que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de mausoleo que se utiliza en el cementerio central.

Este tipo de mausoleo se refiere al tipo de mausoleo que se utiliza en el cementerio central, y se refiere al tipo de mausoleo que se utiliza en el cementerio central.

Referencia: Fondo Arquitectónico, 2011. Arquitectura y Urbanismo. (Fondo Arquitectónico) Bogotá, Colombia.

Mejores colaboradores

- Carlos Jarama
- Carlos Jarama
- Carlos Jarama
- Carlos Jarama

Ciprecia en Twitter

- Carlos Jarama
- Carlos Jarama
- Carlos Jarama
- Carlos Jarama

Seguir

Tipologías arquitectónicas

5.5 SOBRE LA PROGRAMACIÓN

El sitio web será desarrollado para ser aplicando como diseño web adaptativo, sobre los lenguajes CSS y HTML compatibles con la mayor cantidad de dispositivos de conexión a internet.

El gestor de contenido escogido fue Wordpress, porque es una excelente herramienta que facilita y disminuye el trabajo de programación, además de que cuenta con todas las funcionalidades que este proyecto necesita, siendo además gratuito.

Como las funcionalidades son repetitivas a otros miles de sitios web, con diferencias en el contexto y la narrativa de uso, se compró una plantilla que despliega la mayoría de las funcionalidades que fueron necesarias, en especial las relativas a una red social ¿Para que inventar la rueda?

En base a eso el tiempo de programación disminuye, y el trabajo se simplifica.

Programar este proyecto desde cero podría costar millones de pesos y años de desarrollo, pero la gracia de la web y su código abierto es esa, que se pueden tomar elementos ya desarrollados y moldearlos a los requerimientos particulares, y así pensar cosas que de verdad pueden suceder.

Es importante mencionar que entre la etapa de maquetación y desarrollo se pueden generar pequeñas diferencias en el diseño, que corresponden a detalles imprevistos que se definen al visualizar el sitio programado. Eso es parte de los resultados esperados.

5.6 DIFUSIÓN

Si bien este proyecto contempla sólo la creación del sitio web como plataforma, es menester también dar los lineamientos de su estrategia de difusión, por el conocimiento que a estas alturas se tiene del medio y por la temática: internet.

La estrategia se basa en la comunicación de la herramienta y la información que se puede encontrar a aquí, además de señalar la gran ventaja: Está disponible en el cementerio, así como también invitar a las personas a colaborar.

En base a esto, la difusión se estructura en base a tres ejes:

- Difusión en el cementerio
- Difusión en sitios web y programas de interés
- Difusión en redes sociales

5.6.1 DIFUSIÓN EN EL CEMENTERIO: ENZO MORALES Y NECRÓPOLIS

En una de las partes iniciales de esta memoria se planteaba la gran pregunta: ¿Cómo hacer que las personas sepan que esta información existe? Pensando en que las personas se enteraran en el Cementerio mismo del sitio al cual podían acceder. Si bien para mí las puertas para intervenir el lugar en un plazo real se encontraban cerradas, siempre existe la posibilidad de crear alianzas, aquí es cuando aparece Enzo Morales.

Enzo Morales es un estudiante de diseño de la Universidad Católica de Chile, que al igual que yo siente un cariño particular por este lugar y decidió hacer su proyecto de título acerca de él, y que coincidente y sorprendentemente, es complementario a Ciprecia y se llama Necrópolis.

Necrópolis en sus palabras “es un sistema de información que funciona en base a placas en terreno”, lo que quiere decir, que son placas que se aplican en las sepulturas que, por medio de unos códigos te redirigen a un sitio web donde encuentras mayor información, es similar al funcionamiento de los códigos QR y soluciona de forma fácil el problema de informar en terreno a los usuarios acerca de la información.

¿Por qué él propone intervenir el lugar, aún sabiendo las trabas burocráticas, la cantidad de permisos y demáses, y este proyecto no?

Simple, él tiene una red de contactos que le permite hablar con soltura del tema y acceder a mejores instancias de negociación. Las redes son todo.

Por lo cual hemos decidido asociarnos, integrar los proyectos y postular este año a un Fondart,

en base a lo cuál se decide no viralizar este proyecto para mantenerlo como inédito hasta esa fecha, ya que puede ser perjudicial para la postulación posterior, sin embargo se dejará declarada, de igual forma, las siguientes formas de difusión.

5.6.2 DIFUSIÓN EN SITIOS WEB Y PROGRAMAS DE INTERÉS

Esto se basa en lograr encantar a los líderes de opinión respecto al tema y personas influyentes en el área para que recomienden la plataforma y hablen sobre el proyecto.

Se les pedirá tres tipos de colaboraciones dependiendo de la voluntad que manifiesten:

NIVEL 1- Recomendación en redes sociales en base a información previamente entregada

NIVEL 2- Recomendación en redes sociales en base a su experiencia con la plataforma

NIVEL 3- Aparición o mención en los programas en los que participan

Las áreas temáticas en las cuales buscaremos

líderes son:

- Arquitectura y patrimonio
- Tecnología y tendencias
- Turismo y recreación

Líderes de opinión acordes al proyecto:

- Federico Sánchez: Arquitecto, conductor del programa CityTour de Canal 13 cable, que aborda la temática de la arquitectura en la ciudad, además de su programa “Pensar es gratis” de radio Horizonte
- Macarena Sarmiento: Periodista de TVN, destacada comentarista de tecnología y tendencias

Ejemplos de los medios a los que se va a recurrir:

- Plataforma Urbana: Sitio Web dedicado a difundir temas de ciudad, ellos han realizado varios reportajes acerca del cementerio y se interesan desde antes en él.
- Radio Horizonte: Sus programas en general acogen este tipo de temáticas y las promocionan. La plataforma trata de la muerte, pero en un estilo mucho más cercano y recreativo, lo que le permite este tipo de flexibilidades comunicacionales.
- TVN y su programa Chile Conectado: Espacio que muestra el patrimonio cultural del país y las iniciativas que surgen entorno a él.

5.6.3 DIFUSIÓN Y ORGANIZACIÓN EN REDES SOCIALES

El objetivo de la difusión en redes sociales es la viralización de los contenidos, así como también, invitar a los usuarios a visitar la plataforma. Se espera tener cuentas en las principales redes sociales, en las que se puede compartir el material del sitio, estas son: Facebook, Twitter, Google +, Pinterest.

Además se ocuparan las redes sociales para difundir iniciativas, informar sobre novedades (actualizaciones, cambios) y generar lazos con la ciudadanía.

Parte VI. Gestión

INFORMACIÓN LEGAL

DERECHOS DE AUTOR

El proyecto busca difundir información sobre el cementerio pero reconociendo que el material es subido por otros aunque el punto de reunión de contenido y al cual se hará referencia sea www.ciprecia.cl, no se intenta tomar posesión del material, pero en caso de ser compartido es necesario que sea bajo el nombre “ciprecia”, ya que es el lugar de origen y por fortalecimiento de la marca.

En esta línea se utilizara una la licencia Atribución- NoComercial 3.0 Unported de Creative Commons para establecer los parámetros de difusión y uso del contenido.

Atribución-NoComercial 3.0 Unported *quiere decir* que:

Las personas son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra, así como también, hacer obras derivadas,

bajo las siguientes condiciones:

ATRIBUCIÓN: Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o licenciante (pero de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra)

NO COMERCIAL: No puede utilizar está obra para fines comerciales

Entendiendo que:

RENUNCIA: Alguna de estas condiciones puede no aplicarse si se obtiene el permiso del titular (en este caso el usuario que ha subido el material y la administración de www.ciprecia.cl) de los derechos de autor.

DOMINIO PÚBLICO: Cuando la obra o alguno de sus elementos se halle en el dominio público

según la ley vigente aplicable, está situación no quedará afectada por la licencia.⁵⁷

57. CREATIVE COMMONS [en línea]. <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/deed.es>> [Consulta: 27 diciembre 2012]

TÉRMINOS DE USO

Las condiciones de uso del sitio web Ciprecia son:

- Las personas que suben información acerca de una de las sepulturas, de aquí en adelante, “generadores de contenido”, pueden entregar su material y exponerlo en Ciprecia, previa revisión por parte del equipo administrador, quién sólo puede editar el material en la medida de corregir ortografía y redacción en los casos que considere pertinente. Después de publicado, otros usuarios pueden efectuar correcciones al material si así lo consideran necesario, manifestando su intención por medio de los comentarios en la ficha de la sepultura en cuestión, o con un mail al equipo administrador que declare los cambios que se buscan, con la justificación y evidencia correspondiente. Este proceso debe ser informado al colaborador inicial.

- Ciprecia se reserva el derecho de filtrar o eliminar cualquier contenido que considere ofensivo, o fuera de lugar, respecto a la temática original del sitio. Así mismo, se prohíbe cualquier contenido que transgreda la legislación penal vigente. Los generadores de contenido que incurran en dichas actividades pueden ser bloqueados en el sitio web por decisión del equipo administrador, y su contenido presentado como evidencia a los órganos del Poder Judicial que así lo requieran.

- Los usuarios generadores de contenidos no pueden incluir auspicios o avisajes dentro de las fotografías o en el contenido de las fichas de las sepulturas, además del espacio destinado a mostrar al autor del contenido, ya que atentan contra el reconocimiento de la marca “Ciprecia”.

Estos términos de uso estarán disponibles en el sitio web para conocimiento de todos los usuarios y en el formulario de ingreso de un nuevo sepulcro.

PRESUPUESTO

Ciprecia es un proyecto colaborativo en todo ámbito, incluido el trabajo para su puesta en marcha y otro tipo de donaciones que le dieron carácter, como el uso tipográfico y la ayuda fotográfica.

Al revés de otro tipo de proyectos que nacen de un apoyo colaborativo previamente existente, Ciprecia a falta de recursos monetarios disponibles se desarrolló sobre la base de que la motivación de ayudar al Cementerio General de Santiago atraería a las personas correctas para darle forma a medida que fuesen necesarias, es decir, a base de buena voluntad y generosidad, una hipótesis bastante arriesgada, ya que se basaba mayoritariamente en la red de contactos que la autora pudiera generar en el tiempo necesario, ya que en el momento cero de este proyecto no conocía a ninguna de las personas que colaboraron, y en la capacidad de motivación y convencimiento que tuviera sobre ellas. Por eso la creación del discurso

sobre la necesidad de ayudar y la forma en como se expresó (Definiciones de proyecto) es algo que se probó una y otra vez en terreno, con la necesidad real de buscar cooperación y pensando que existe sólo una oportunidad para convencer.

Afortunadamente la gran hipótesis que permite mostrar este proyecto resultó cierta, ya que mucha gente con sólo contarles de la iniciativa donaban su tiempo y sus conocimientos, además de muchas veces, su trabajo, sólo se tuvieron que costear gastos menores (hosting, dominio, plantilla de Wordpress, gastos varios de administración, etc.) y por falta de tiempo del colaborador en la fecha estimada de entrega, la programación, aunque de todas formas se obtuvo una rebaja importante por la temática del sitio. Aún así se estimó un presupuesto de lo que hubiera costado, en realidad, su puesta en marcha.

Gastos Profesionales	Horas de trabajo	Precio por hora	Total
Planificación y organización	90	5500	495000
Investigación y planificación de diseño	300	8000	2400000
Diseño de imagen corporativa	80	6000	480000
Diseño y producción	240	6000	1440000
Fotografía	8	4000	32000
Programación de tipo Front-end	50	4500	225000
Programación de tipo Backend	100	5500	550000
Edición de contenidos	40	4000	160000
Marketing y Promoción	90	5500	495000
Comunity Manager	130	3500	455000
Subtotal			6732000

Gastos administrativos	Tiempo	Monto	tc	Total
Hosting	1	27500		27500
Dominio.cl	1	9950		9950
Plantilla de Wordpress Serpent	1	47	472,96	22.229
Gastos varios administrativos		40000		40000
Inscripción de marca	1	290.000		290.000
Subtotal				389.679

TOTAL 7.121.679

Costo de remuneraciones según mercado obtenida desde Chiletrabajos.cl en la sección de “Sueldos promedio” (<http://www.chiletrabajos.cl/myjobs/sueldos.php>)

Costos administrativos, dados para la implementación sitio web

- Gastos administrativos comprende reuniones, envío de documentación, gastos en transporte y comunicaciones (Internet, teléfono, movilización)

- El hosting y el dominio están en su valor total, aunque duran por un año, debido a que es la compra mínima al iniciar actividades

- Registro de marca más logo en ChileMarcas.com (<http://chilemarcas.com/>)

FINANCIAMIENTO

Se espera postular al Fondart a fines del presente año, en colaboración con el proyecto Necrópolis de Enzo Morales.

El área a la que se postulará está dentro de las áreas regionales de financiamiento, en la línea de conservación y difusión del patrimonio cultural tangible, en la modalidad de Patrimonio Protegido por La Ley de Monumentos Nacionales, ya que el cementerio cuenta con el reconocimiento como Monumento Histórico.

El monto máximo de financiamiento es de \$10.000.000, por lo cual, en caso de que corresponda, se buscarán otras fuentes de cofinanciamiento y donaciones.

Parte VII. Conclusiones

La primera gran conclusión del proyecto es: Sí, se puede.

Una meta que se veía tan lejana en un principio, fue posible, se puede crear una plataforma que en sus múltiples aristas ayude a la difusión del patrimonio cultural del Cementerio General de Santiago, siendo capaz de manejar sus grandes cantidades de información y generando la capacidad de obtener información en el lugar mismo. Sí, es posible y aquí está.

Sin embargo, muchas cosas tuvieron que ocurrir para que esto sucediera, a nivel de gestión, a nivel de desarrollo de capacidades y adquisición de nuevos conocimientos. En dos años, que fue lo que en realidad tomó llegar a esta solución, y a estas instancias, tuve que aprender e investigar cantidades enormes de información, similares a las que tuve que asimilar en los 4 años anteriores de universidad y esta vez,

de forma autodidacta, además de recorrer y generar los contactos con muchas personas que me ayudaron a entender mundos tan opuestos como lo son: las plataformas digitales y el patrimonio cultural, para poder integrarlos. Años de investigación de los que mostré sólo una parte coherente en esta memoria, pero que me dejan muy feliz.

Tratar con temáticas culturales, en especial las patrimoniales, es tedioso y es un área que debe ser mirada a largo plazo, a todo nivel, desde lo complejo de entender la problemática desde un punto de vista comunicacional, el tiempo de investigación y la burocracia que probablemente hará dudar a las personas que aborden estas áreas desviándolas hacia los dos caminos más frecuentes: Seguir creando objetos de diseño para la elite, o generar proyectos que no podrían jamás llevarse a cabo, ambos esperanzas falsas para el patrimonio, ya

que, quieránlo o no, el patrimonio y la cultura solo vive, cuando vive en las personas.

Gastar esfuerzos en intentar ayudar a conservar el patrimonio, es tener una mirada amplia acerca de lo que la sociedad necesita, ya que el patrimonio, en cualquiera de sus manifestaciones, nos ayuda a recordar quiénes somos, a mantener una identidad respecto a la abrumante globalidad y lo más importante, nos ayuda a entender que si bien somos distintos, todos tenemos espacio en el mundo, es educación y tolerancia, ambos valores tan olvidados en la actualidad.

Es bueno recordar que internet y las plataformas tecnológicas son sólo un medio, un soporte que se acomoda a la sociedad y que hace más evidentes cosas que ya existen. Son sólo herramientas, y esa es la gracia de la usabilidad, el diseño emocional y el diseño

centrado en el usuario: Nos recuerda que diseñamos para personas que sienten, respiran y viven, que cuando visitan una web o utilizan una aplicación no están enfocadas en revisar todas sus nuevas funcionalidades, sino que llegan aquí buscando información sobre algo, y que la plataforma es sólo una herramienta que coopera en un fin último que sólo el usuario conoce y que por los pocos instantes de uso, debería hacerle sentir bien.

El concepto de “One Web” es un tema que debería ser mayormente tratado en el ámbito del diseño web y de interfaces, ya que es la iniciativa que busca unificar parámetros y dejar de concentrarnos en tecnicismos al tratar con estos soportes, para así dedicar más tiempo a la intención que hay detrás y cómo se aborda. Es la parte amable de la globalización, esa que se esfuerza por igualar las oportunidades, y que cree profundamente que la web y el acceso

a la información debe ser igual para todos, independiente de los recursos que se inviertan en hardware, demostrando así su respeto por las diferencias y la voluntad de incluir antes de excluir.

Por último, manifestar mi creencia firme acerca de que el diseño puede ayudar a generar cambios, a través de esa visión soñadora que es capaz de vislumbrar nuevos horizontes y por esa inquietud innata que lo mantiene siempre en movimiento. Y mi sueño, que nuestra creatividad coopere para crear un mundo mejor, más tolerante, más inclusivo y al servicio de las personas.

¡Diseñadores, atrévanse!

Parte VIII. Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

CORNEJO, Gonzalo. 2006. Cementerio General: guía histórica y patrimonial. Santiago de Chile. Municipalidad de Recoleta.

DOMINGUEZ, Tomás. 2009. Expediente técnico para solicitar la declaratoria de monumento nacional del Cementerio General de Santiago. Santiago de Chile. Fondart.

LEÓN, Marco Antonio. 1997. Sepultura sagrada, tumba profana: los espacios de la muerte en Santiago de Chile, 1883-1932. [en línea] Santiago. DIBAM. <http://www.memoriachilena.cl/temas/documento_detalle.asp?id=MC0027428> [Consulta: 12 agosto 2010]

MEMORIAS DEL ADMINISTRADOR del Cementerio Jeneral y, reglamentos anexos correspondiente a 1892. 1893. [en línea]. Santiago de Chile: Impr. Nacional. Biblioteca Nacional. <http://www.memoriachilena.cl/temas/documento_detalle.asp?id=MC0027429> [Consulta: 22 agosto 2010]

NORMAN, Donald. 2005. El Diseño Emocional. 2ª Edición. Barcelona, España. Paidós.

WEB LIBROS

AZKARATE, A., RUIZ DE AEL, M. y SANTANA, A. 2003. [en línea]. <<http://www.ehu.es/arqueologiadelarquitectura/documentos/1118164264Patrimonio.pdf>> [Consulta: 21 abril 2010]

LEYES

CHILE. Ministerio de Educación, Consejo de Monumentos Nacionales, 2006. Ley 17.288 de Monumentos Nacionales y normas relacionadas, 14 de junio del 2005. 107p.

ARTÍCULOS

COSTA, Joan. 2009. Naming, crear marcas verbales. [en línea]. <http://www.joancosta.com/naming_marcas_vervales.htm> [Consulta: 10 junio 2010]

CABEZAS, Seba. 2011. WTF: En Chile hay más usuarios de Facebook que de Internet [en línea] <http://www.fayerwayer.com/2011/12/wtf-en-chile-hay-mas-usuarios-de-facebook-que-de-internet/> [consulta: noviembre 2011]

ENTEL SUMMIT. 2012. Cofundador de Apple: Fácilmente podría vivir en Chile por su tecnología. [en línea] <<http://www.cooperativa.cl/noticias/tecnologia/industria/informatica/cofundador-de-apple-facilmente-podria-vivir-en-chile-por-su-tecnologia/2012-07-05/115849.html>> [Consulta: 5 julio 2012]

EVERIS. 2011. Chile continuará liderando el ISI regional el 2011 [en línea]. Santiago, Chile. <<http://www.everis.com/chile/es-CL/sala-de-prensa/noticias/Paginas/chile-lider-isiregional.aspx>> [consulta: 9 abril 2011]

JUNOY, Josep M. 2007. Principios básicos de la interacción de Alistair Sutcliffe. [en línea]. <http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=636> [Consulta: 18 octubre 2012]

MENDOZA, Iván. 2009. [en línea]. <<http://webdebolsillo.com/desarrollo-web/estandares/one-web/>> [Consulta: 2 noviembre 2012]

PÍCCOLI, Nicolás. 2008. We Media Buenos Aires – Día 1 (Cobertura en vivo). [en línea]. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cD_cJrsHOCYJ:sicrono.com/internet/we-media-dia-1-cobertura-en-vivo/+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=cl> [Consulta: 11 diciembre 2011]

SÁNCHEZ, Jordi. 2011. En busca del Diseño Centrado en el Usuario (DCU): definiciones, técnicas y una propuesta. 5 de Septiembre, 2011. [en línea] <<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/dcu.htm>> [Consulta: 27 noviembre 2011]

VÍLCHEZ R., Carlos y NAKAMURA S., Diana. 2008. Usabilidad de un sistema de recuperación de información a texto completo: el caso del portal Cybertesis Perú. [en línea] ACIMED vol.17, nº 3 ciudad de La Habana mar. <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352008000300003> [Consulta: 27 julio 2011]

REVISTAS WEB

CAÑADA, J y van HOUT, Marco. 2005. Donald Norman y el diseño emocional. Visual nº 113. [en línea]. <<http://www.revistas culturales.com/articulos/65/visual/317/1/donald-norman-y-el-diseno-emocional.html>> [Consulta: 2 diciembre 2011]

ECHÁNIZ, J.I. y VAQUERO, F. [en línea]. Mini manual del activista cultural. En: IV CONGRESO CATOLICOS y vida pública. España. Fundación Universitaria San Pablo – CEU. <[http://www.arbil.org/\(83\)manu.htm](http://www.arbil.org/(83)manu.htm)> [Consulta: 6 septiembre 2012]

MADRAGÓN, Salvador y VERGARA, Margarita. 2008. [en línea] Ingeniería Kaisei. Revista FAZ (2):46-59. <http://www.revistafaz.org/articulos_2/Faz_creacion_emociones_significados_experiencias.pdf> [Consulta: 7 diciembre 2012]

PERIÓDICO ELECTRÓNICO

LA TERCERA. 2012. Falabella Móvil sella acuerdo con Entel para utilizar su infraestructura de redes. [en línea]. La Tercera en Internet. 8 de noviembre, 2012. <<http://www.latercera.com/noticia/negocios/2012/11/655-492281-9-falabella-movil-sella-acuerdo-con-entel-para-utilizar-su-infraestructura-de.shtml>> [consulta: 17 noviembre 2012]

RODRÍGUEZ, Francisco. 2011. Uno de cada cinco usuarios de smartphone en Chile tienen entre 15 y 24 años. [en línea] La Tercera en Internet. 10 de junio, 2011. <<http://diario.latercera.com/2011/06/10/01/contenido/tendencias/16-72153-9-uno-de-cada-cinco-usuarios-de-smartphone-en-chile-tienen-entre-15-y-24-anos.shtml>> [consulta: 4 agosto 2011]

LEAL, Christian. 2012. Chile tiene 4.8 millones de usuarios en Twitter: es el 7º país más “entusiasta” de la red social. [en línea] Bio Bio Chile. 1 de febrero, 2012.<<http://www.biobiochile.cl/2012/02/01/chile-esta-en-el-7-lugar-de-los-paises-con-mas-usuarios-fanaticos-de-twitter-en-el-mundo.shtml>>[consulta: 15 de marzo 2012]

SITIO WEB

CEMENTERIO GENERAL [en línea] <<http://www.cementeriogeneral.cl/>> [Consulta: 29 abril 2010]

[CENTRO de información de las Naciones Uni-](#)

das. 2002 [en línea] <<http://www.cinu.org.mx/eventos/cultura2002/importa.htm>> [Consulta: mayo 2010]

CREATIVE COMMONS [en línea]. <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/deed.es>> [Consulta: 27 diciembre 2012]

DOMÍNGUEZ, Tomás, [en línea] <<http://www.laciudaddelosmuertos.org/>> [Consulta: 20 mayo 2010]

MIRA TÚ– CEMENTERIO GENERAL [en **línea**] <<http://www.youtube.com/playlist?list=PLA2455212038B76F5>> [Consulta: marzo 2011]

MUSEO DE ARTE VIRTUAL. [en línea] <<http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>> [Consulta: marzo 2010]



REGISTRO DE MARCAS y patentes soluciones internet para emprendedores, microempresas y Pyme. 2010. [en línea]. <http://www.chilemarcas.com/registro_de_marcas.html> [Consulta: 3 enero 2013]

SUBTEL. 2011. [en línea] <http://www.subtel.gob.cl/prontus_subtel/site/artic/20070212/pags/20070212182348.html#T1> [Consulta: marzo 2012]

UADIGITAL. [en línea] <<http://uadigital.uanl.mx/conferencista/darcy-vergara/>> [Consulta: 17 marzo 2012]

USANDO.INFO. 2010. Garrett: un diagrama que cumple 10 años. [en línea]. <<http://usando.info/blog/2010/04/garrett-un-diagrama-que-cumple-10-anos.html>> [Consulta: 9 junio 2012]

WIKIPEDIA. 2012. Diseño web adaptativo. [en línea] <http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_web_adaptativo> [consulta: 25 octubre 2012]

WIKIPEDIA. Wikipedia. [en línea]. <<http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>> [Consulta: 1 octubre 2011]



Parte IX. Anexos

EVALUACIÓN DE ZONAS PATRIMONIALES

A continuación se muestra el resumen correspondiente a la evaluación de zonas patrimoniales.

Se evaluaron cinco zonas potenciales para llevar a cabo el proyecto, en las cuales se aplicaron cinco criterios fundamentales para la decisión final. Cada criterio funciona en base a cinco preguntas en las cuáles si la respuesta es positiva se le asigna 1 punto, y si la respuesta es negativa 0 puntos.

IMPORTANCIA ARQUITECTÓNICA

1- ¿Esta zona posee edificaciones de importancia arquitectónica?

2- ¿Toma en cuenta el urbanismo, creando zonas de arquitectura armónica?

3- ¿Las edificaciones están mayoritariamente bien mantenidas en lo referido a estructura y estética?

4- ¿Esta zona posee edificaciones o zonas que estén reconocidas por el Consejo de Monumentos?

5- ¿Se observa un reflejo multicultural en las edificaciones, tomando en cuenta, estrato social de origen, estilo arquitectónico o algún otro?

IMPORTANCIA HISTÓRICA

1- ¿El barrio o zona contiene en sí edificaciones con más de 150 años?

2- ¿Habitaron en esta zona personajes importantes para la historia de nuestro país?

3- ¿Ocurrieron hechos importantes en alguna de sus dependencias?

4- ¿Esta reconocida su importancia histórica por algún organismo público o la ciudadanía?

5- ¿Alguna de las edificaciones o zonas contiene un museo representativo o exposición permanente que avale su carácter de histórico?

POTENCIAL DE INTERACCIÓN DEL USUARIO CON EL LUGAR

1- ¿El usuario puede mirar u observar el lugar desde el exterior?

2- ¿El usuario puede visitar y recorrer el lugar?

3- ¿El usuario puede tocar el interior o el exterior del lugar o alguna de sus partes?

4- ¿Este lugar tiene algún olor o sonido en particular?

5- ¿Este lugar posee una atmósfera particular?

ACCESOS

- 1- ¿El usuario puede llegar en Metro hasta el lugar?
- 2- ¿El usuario puede llegar en transporte público hasta el lugar?
- 3- ¿Existen en el lugar o zona lugares de descanso e instalaciones sanitarias?
- 4- ¿El usuario puede recorrer de forma gratuita?
- 5- ¿Existen redes inalámbricas disponibles en el área o facilidad para la conexión 3G (el adobe interfiere con las señales inalámbricas)?

SEGURIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA

Según las visitas realizadas a los distintos

lugares usted diría que su sensación de seguridad es:

- 1- Nula, al tomar fotografías o evidenciar cualquier estado de relajación sentía que podía ser víctima de un robo, incluso me sentí amenazado (a).
- 2- Poca, no pude entregarme a la visita, porque sentía que debía preocuparme por mis cosas a cada instante.
- 3- Media, me parece que es seguro, pero trataría de no mostrar mis objetos de mayor valor (cámaras fotográficas, smartphones, tablets) para evitar inconvenientes.
- 4- Seguro, puedo desenvolverme sin problemas, aunque sea un espacio exterior.
- 5- Muy seguro, no necesito preocuparme por nada.

A continuación los resultados.



Lugar	Descripción geográfica	Importancia arquitectónica	Importancia histórica	Potencial de interacción del usuario con el lugar	Accesibilidad	Seguridad para el desarrollo de la experiencia	TOTAL
Casco histórico de Santiago	Área triangular que nace en la Plaza Baquedano, y se extiende entre la avenida Libertador Bernardo O'Higgins, el río Mapocho y el Parque Forestal por el norte y la autopista Central por el poniente.	5	5	3	5	1	19
Barrio Yungay	Empieza donde termina el anterior. Está delimitado por las calles Manuel Rodríguez por el oriente y Matucana por el Poniente al norte por Balmaceda y a Sur por la Alameda.	3	3	2	4	1	13
Barrio Lastarria	Es una parte del Casco Histórico de Santiago que bordea el cerro Santa Lucía por el poniente hasta el Parque Forestal (sin integrarlo) desde ahí hasta la Plaza Baquedano y cerrando el triángulo, por el sur, la Alameda.	3	3	2	5	3	16
Sitios patrimoniales de Providencia	Algunos de los sitios patrimoniales: - Casa de Pablo Neruda "La Chascona" - Iglesia de Nuestra Señora de la Divina Providencia - Parque de las esculturas - Mural de Pedro Lira - Casa Lehuende / Casa Roja - Parroquia de los Ángeles Custodios	2	2	2	4	3	13
Cementerio General de Santiago	Esta ubicado en la comuna de Recoleta, al final de la Avenida La Paz. Es parte de un barrio dedicado a la salud y la muerte.	4	4	5	5	4	22



ENTREVISTAS EN EL CEMENTERIO

En el Cementerio se realizaron entrevistas al azar, entre empleados y usuarios que visitaban el lugar.

Las entrevistas a los empleados fueron hechas entre marzo y octubre del año 2011, además de una realizada en mayo del 2012, se contaron 8 empleados en terreno (no administrativos).

Las preguntas son en un tono de conversación, ya que está prohibido dar demasiada información sobre el Cementerio, preocupación ligada a las polémicas descritas anteriormente, o porque no siempre se ven, diseminados en un espacio tan amplio.

De la información recibida, extraído algunas observaciones previas:

- No todos tienen conocimientos reales sobre el lugar en el que trabajan, pero sí conocen

los mitos y leyendas del lugar. Son capaces de retener los datos de orden “más popular”, por dos razones, “la gente pregunta harto”, así como también, es información más atractiva.

Las personas que llevan más años respetan y conocen bien su lugar de trabajo y lo sienten parte de sus vidas, incluso añoran épocas mejores en el que las personas respetaban más el camposanto.

Las personas que resguardan la entrada a este lugar prohíben estrictamente el uso de cámaras fotográficas, ya que en algún momento las fotografías que se obtenían iban a parar a especie de catálogos que propiciaban el robo, de alguna forma el retrato se convierte en amenaza.

La entrevista-conversación era guiada por estas interrogantes:
(Saludo)

- ¿Puede usted darme mayor información acerca de este lugar? (Referido en primera instancia al Cementerio General, y después al patio en el cual nos encontrábamos, el cual variaba según el área a cuidar del trabajador)

- Según lo que usted ve ¿Qué tipo de personas visitan el Cementerio?

- Si las personas le preguntan, ¿Cómo da las instrucciones para que las personas encuentren la sepultura que buscan?

A su vez entreviste a 5 usuarios en el Cementerio y en conversaciones a casi todas las personas que conozco, las preguntas eran:

1. ¿Con qué fin vienes al Cementerio General?
2. ¿Es tu primera visita?



3. ¿Conoces la importancia del Cementerio General, sabes que puedes encontrar aquí?

4. ¿Encontraste el lugar que venías a buscar?

5. ¿Te gustaría tener mayor información acerca de lo que ves?

6. ¿Qué ocupas para guiarte?

Resumen de las respuestas:

1. Si la persona era mayor de 45 años, por lo general iban a visitar a un familiar. Su comportamiento era directo, iban, hacían su cometido y después abandonaban el lugar. En el caso de los más jóvenes (bajo 30) su interés era por el paseo, por conocer el Cementerio, y los menores de 20, por lo general era para hacer uso del Cementerio como parque o dar rienda a la curiosidad más interesada en lo sobrenatural.

2. En el caso de la visita familiar eso era un lugar que visitaban por lo menos una vez al año. En el caso de los jóvenes (20 y 30, no vi casi ningún niño nunca) era la primera o segunda vez que visitaban el lugar.

3. En el caso utilitario del Cementerio, las personas si sabían la importancia de que un familiar estuviese enterrado ahí, incluso habían muestras de orgullo por ello. Los menores de 30 conocían la importancia a grandes rasgos, podían incluso identificar algunos lugares importantes, pero no conocimientos más profundos, y los más jóvenes conocían más los mitos que la información real.

4. La mayoría si (en el caso de los que visitan familiares casi siempre, exceptuando los que venían por primera vez), pero con dificultades, sin embargo habían algunos que no lograban encontrar las tumbas (incluida yo).

5. Aquí las personas, familiares o visitantes, siempre asentían, incluso los que menos interés educativo mostraban (menores de 20). Pedían mayor información para guiarse, para entender los mausoleos que más resaltaban, incluso aceptarían mayor información porque el lugar les parece muy interesante, pero información precisa expuesta de forma atractiva.

6. Algunos (los que venían a visitar una tumba en particular) habían pedido instrucciones a otros (familiares, amigos, boca a boca), algunos conocían el sistema de búsqueda que existe en la entrada por Avenida La Paz, ninguno había ocupado el instructivo que se puede descargar en el sitio web y la mayoría solo caminaba, esperando encontrar alguna instrucción en el lugar que les ayudara.

EL CEMENTERIO Y SUS VISITANTES

Fue realizada una entrevista a 14 usuarios entre los 18 y los 50 años, para conocer sus percepciones acerca del Cementerio General.

Se buscaba conocer la visión de las personas acerca del cementerio, si lo habían visitado o no, si estaban dispuestas a recibir mayor información, y en ese caso, acerca de qué temáticas, y en qué extensión y profundidad. El único requisito previo es que hubieran visitado el lugar por lo menos una vez.

Preguntas de la entrevista:
(Saludo)

- ¿Qué piensas acerca del Cementerio General de Santiago?
- Cuando lo visitaste, ¿Qué te llamó más la atención?
- ¿Te gustaría recibir mayor información acerca de él?
- ... Y si es así, ¿Podrías ordenar los siguientes

temas en el orden que más te guste? Sientete libre de eliminar alguno si lo deseas, las categorías son:

- Información relativa a la persona que ahí está enterrada
- Información acerca de los símbolos que hay en el cementerio
- Información arquitectónica (arquitectura funeraria)
- ¿Cuánta información estarías dispuesto a recibir?
- ¿Estarías dispuesto a colaborar en un proyecto colaborativo para subir a internet información de las sepulturas del cementerio?

Resultados

- Cuando no asocian algún evento emocional de peso al lugar (como la muerte trágica de un familiar) lo consideran un lugar *agradable* y les resulta *interesante*, es un lugar que despierta la curiosidad de forma innata. La asocian a

otro tipo de paseos culturales en grandes áreas, como visitar la Quinta Normal.

- Los símbolos y las estatuas (en especial las de ángeles) llevan la delantera al momento de despertar la curiosidad de las personas, a nivel cementerio, pero cuando están al frente de una tumba lo que más le llama la atención es si hay alguien "famoso".

- A la gran mayoría les resulta atractiva la idea de tener acceso a mayor información, pero de forma FÁCIL, y en cantidades PEQUEÑAS. La idea es no ahogar la curiosidad de las personas. Uso mayúsculas por sus caras al hablar al respecto.

- Los tópicos que más les interesan al respecto, es sobre las personas que están ahí enterradas, los símbolos que ven y los elementos repetitivos del entorno, así como también, información



acerca de la arquitectura, en ese orden. Les interesa la información de tipo popular, más que la de tipo académica (como lo aprendido en el Tour Nocturno).

- Una gran mayoría estaría dispuesto a colaborar con información si supieran como hacerlo, ya que dicen no tener mayor idea respecto al lugar o a la historia. Les parece entretenido.

- Existe también, gente dispuesta a colaborar en acciones paralelas, siempre y cuando sigan la línea de entregar información, pero de forma amena y tranquila.



