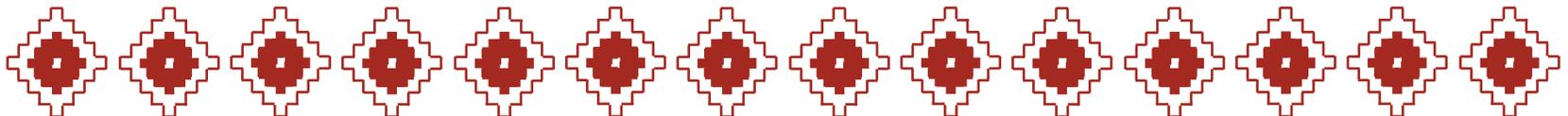


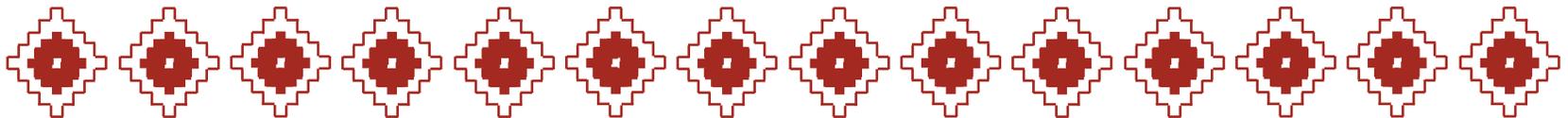
Instalación contemporánea de carácter
simbólico, como medio de presentación y
difusión de la Cosmovisión Mapuche



UNIVERSIDAD DE VALPARAISO

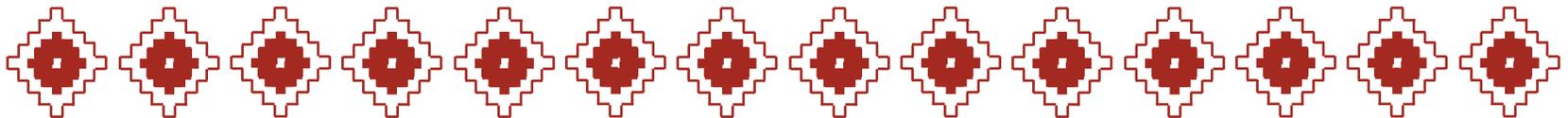
FACULTAD DE ARQUITECTURA
ESCUELA DE DISEÑO

SEPTIEMBRE DE 2014



Agradecimientos

Gracias a mi familia y abuelo por el aguante y respaldo emocional, han sido, son y serán fundamentales para mí; gracias a mis amigas Diseñadoras por tantos momentos de conversación, risas, traspasos, entre infinitas cosas inolvidables, son inmensas personas; a mis compañeros de título, por aquellas clases de discusión, críticas y aportes, fue un grupo realmente increíble, a mi amigo y socio, con quien nos apoyamos y trabajamos juntos durante este proceso; y sin duda agradecida de mis profesores guías, que hicieron de cada clase un progreso y una instancia de gratas conversaciones de las cuales aprendí mucho. Todos aportaron en que disfrutara este proceso.



ÍNDICE

- Introducción.....	7
- Contextualización y planteamiento de la oportunidad.....	8
.Ámbito.....	9
.Contexto.....	10
.Oportunidad.....	11
- Justificación de la oportunidad.....	12
- Metodología.....	16

- Motivación personal.....	18
----------------------------	----

CAPÍTULO I : ANTECEDENTES 20

1.1.-Conceptos Generales.....	20
1.1.1.- Identidad País.....	20
1.1.2.- Identidad Étnica: Pueblos Originarios.....	23
1.1.3. Cultura Mapuche.....	26

1.2.- Cosmovisión Mapuche.....	29
1.2.1.- Definición	29
1.2.2.- Concepción Vertical del Cosmos.....	30
1.2.3.- Concepción Horizontal del Cosmos.....	32
1.2.4.- Concepción Colorista del Cosmos.....	34
1.2.5.- Cosmovisión representada en objetos.....	37

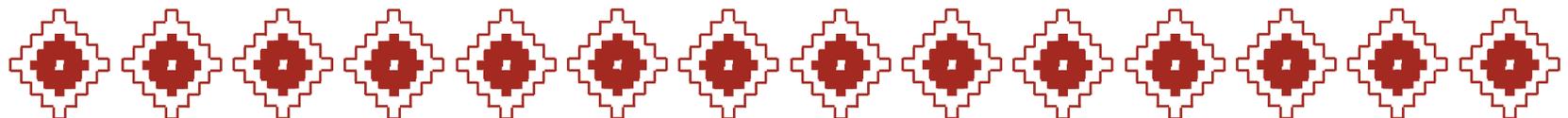
1.3.- Conceptos claves.....	41
-----------------------------	----

CAPÍTULO II : INVESTIGACIÓN 38

2.1.- Estado del Arte.....	43
2.2.- Clasificación del turista.....	46
2.3.- Tipología de Espacios Públicos.....	48

CAPÍTULO III : PROYECTO 50

3.1.- Descripción del Proyecto.....	51
3.1.1.-Objetivos.....	53
3.1.2.- Propuesta Conceptual.....	54
3.1.3.- Génesis formal.....	55
3.2.- Descripción Experiencia.....	61



3.3.- Producto.....62
3.3.1.- Planimetría.....65

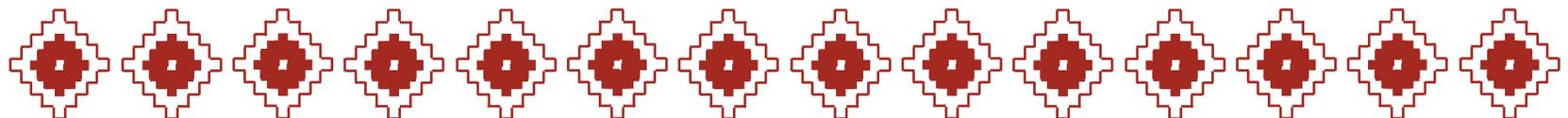
CAPÍTULO IV :
SISTEMA DE PRODUCTOS (IMDI).....72

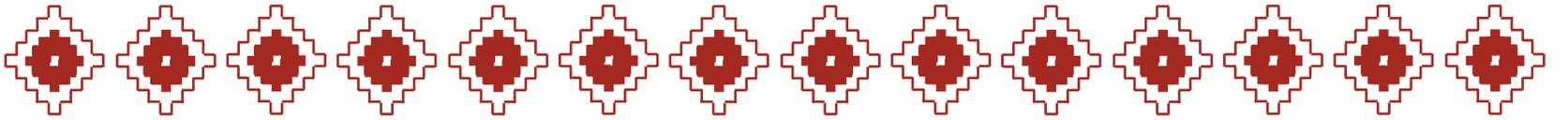
4.1.- Escenario de Consumo.....74
4.1.1.-Usuario.....75
4.1.2.-Cliente.....76
4.1.3.-Actores Involucrados.....76

4.2.-Escenario de Comunicación.....78
4.2.1.-Marca.....79
4.2.2.-Conecta.....81
4.2.3.-Publicidad.....82
4.2.4.-Soportes Gráficos.....83

4.3.- Escenario Material.....86
4.4.- Escenario de Transformación.....87

Costos.....88
Bibliografía.....89





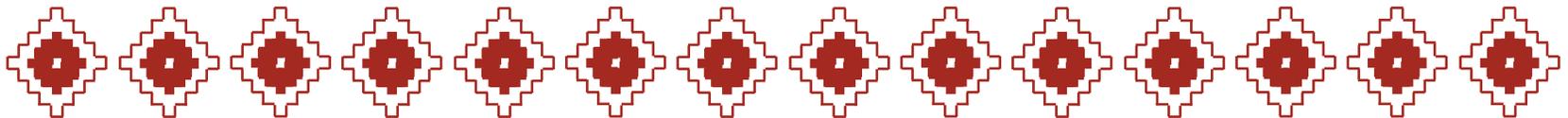
Introducción

La cultura como un sistema de valores, creencias y actitudes compartidas, son variables que dan forma e influyen en la percepción y el comportamiento dentro de determinados grupos sociales, de manera personal y colectiva, conservando memorias que dan sentido a la identidad.

Chile posee un nutrido capital cultural étnico, conformado por una amplia diversidad de pueblos originarios, de los cuales se pueden desprender una riqueza de importante valor histórico, social y cultural.

La Identidad de raíz étnica permite un auto-reconocimiento, que se refleja en la visión y construcción de cada individuo, en mayor o menor grado.

Este proyecto busca entregar conocimiento acerca de la Cosmovisión Mapuche, a partir de un producto, que despierte la contemplación en un encuentro espontáneo.



Contextualización y planteamiento de la oportunidad

En este proyecto identidad se refiere a un conjunto de experiencias de la memoria colectiva, que a pesar de ser endógenas son capaces de proyectarse dentro de un país., complementado con según la RAE a, un “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”.

En Chile es difícil definir una identidad, un sello propio como único, que abarque y que caracterice al país de norte a sur, en gran parte se debe a su geografía alargada, que genera distancias, su diversidad de naturaleza y diversidad de personas: inmigrantes y pueblos originarios que entregan carácter a cada sector que habitan, como por ejemplo, Mapuches, Aymaras, RapaNui, entre otros.

En Chile según censo 2002 4,6% de la población declaró pertenecer a alguna etnia, disminuyendo el porcentaje entregado por el censo del

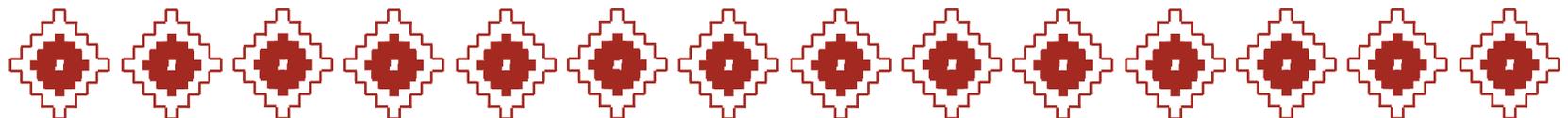
año 1997, lo que no deja de ser preocupante, significa que la población indígena disminuye y que hay q rescatar y aprovechar los que ellas conocen, entienden y creen, logrando ser un punto de interés para el diseño nacional.

Diversidad cultural étnica posee una relación respetuosa con sus territorios, la naturaleza y sus seres vivos. El desarrollo desde la cultura y la identidad, respetando la tradición y la espiritualidad con visión de futuro, se caracteriza por construir y asegurar derechos colectivos, autogobierno y gobernanza de tierras, territorios y recursos ancestrales.

El capital humano, intelectual y de creencias de los pueblos indígenas permiten proponer la cultura como recurso de creación e innovación relacionada a la identidad país, imprescindible, e inagotables, como garantía de algo propio del país.

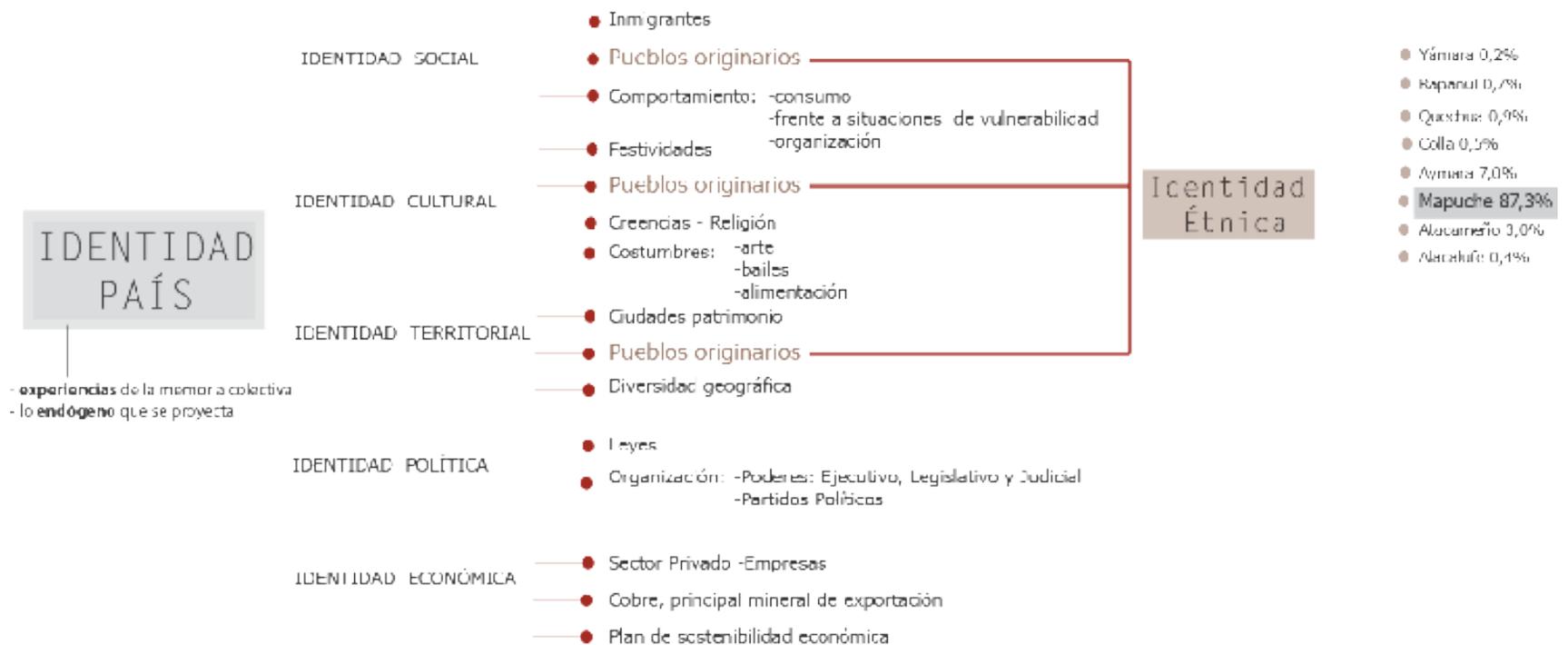
Los proyectos se concretan en tres etapas fundamentales, las cuales

permiten jerarquizar y ordenar desde lo más general : ámbito - contexto - oportunidad

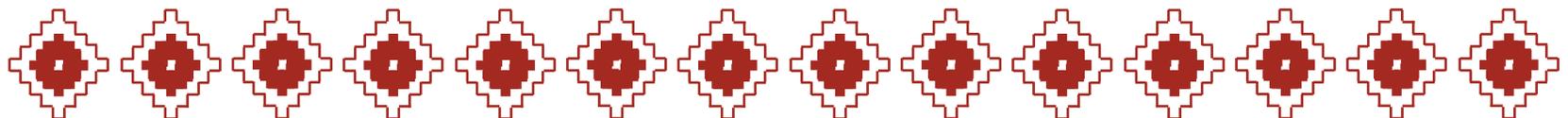


Ámbito

Identidad País, claro es que cada país posee características que lo hacen único, a pesar de que Chile no tenga una característica general, se indaga en que lo potencien.



Mapa Indentidad País, fuente: elaboración propia

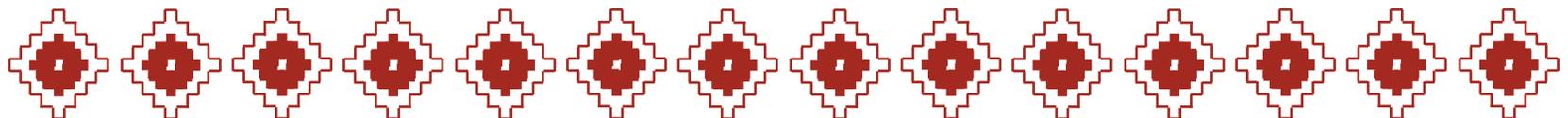
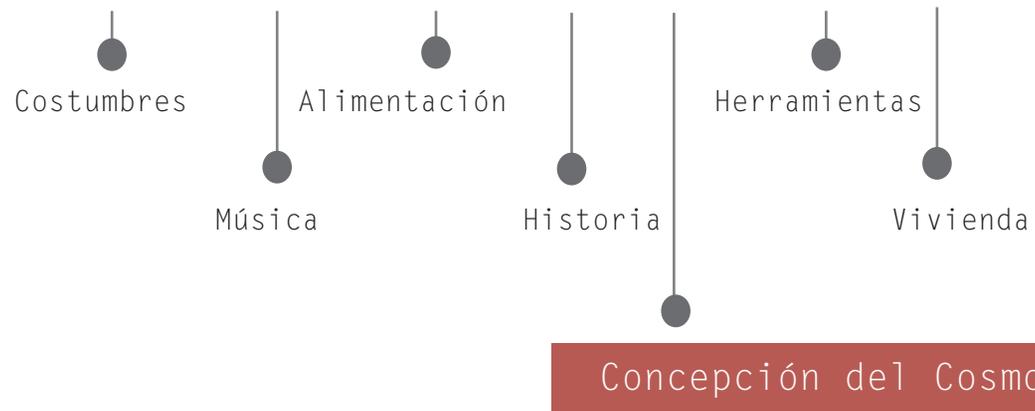


Contexto

Del ámbito llegamos al contexto como una derivación de variables que permiten especificar, obteniendo conceptos concluyentes, como Identidad étnica y dentro de ésta la cultura Mapuche, por ser la mayor porcentaje de habitantes dentro del país.

COSMOVISIÓN MAPUCHE

Conjunto de variables significativas entorno a sus creencias.
Orden del cosmos, su forma de ver, percibir y vivir la vida.



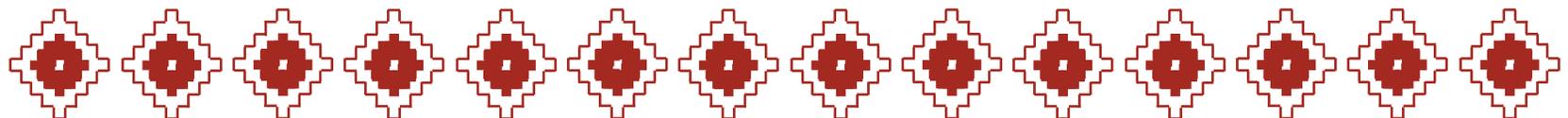
Oportunidad



-Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020:

Promoción de la identidad nacional, tanto a nivel país como internacional.

-La Cosmovisión Mapuche como potencial elemento de identidad étnica.

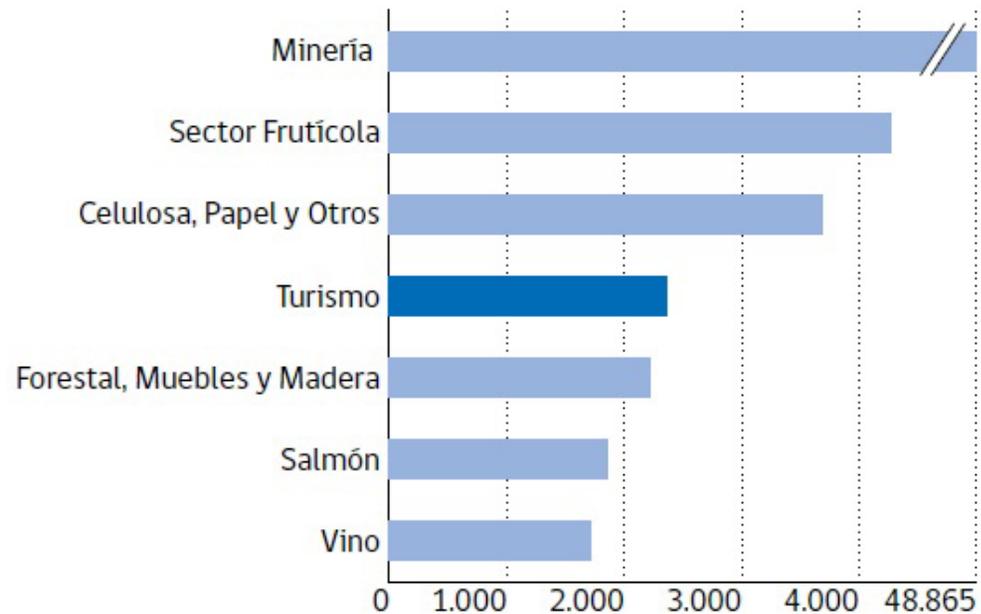


Justificación de la oportunidad

Estrategia Nacional de Turismo 2012 - 2020

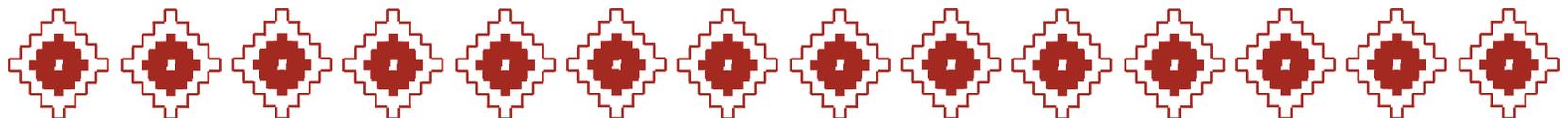
Chile aporta un 0,3% de los ingresos a nivel internacional de turismo, alcanzando el 4º lugar en el sector exportador de Chile (cuadro 1) y representa el 5% de sus ingresos (equivalentes a 2.357 millones de dólares sólo por concepto del turismo receptivo).

Exportaciones de bienes y servicios (USD MM)



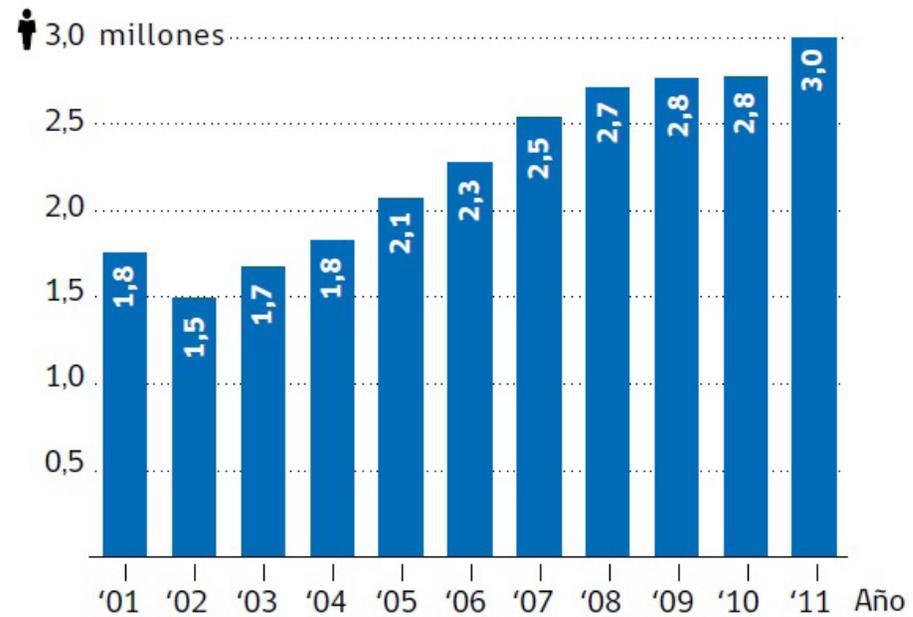
Fuente: World Tourism Organization (UNWTO), Abril 2011

Gráfico de exportación y servicios, fuente: Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020



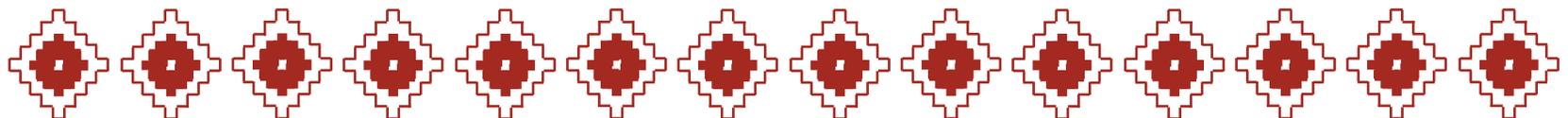
Durante el año 2011, llegaron más de 3 millones de turistas internacionales a Chile, demostrando el crecimiento de la industria del turismo (cuadro 2). Según las estadísticas presentadas en el documento de la Estrategia Nacional de turismo, del total de los visitantes, un 39% ingresaron por vía aérea, un 55% por vía terrestre y un 6% por vía marítima.

Evolución de la llegada de turistas al país



Fuente: World Tourism Organization (UNWTO), Abril 2011

Gráfico de evolución, fuente: Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020



Marco de acción

Según la visión de la Estrategia Nacional de Turismo 2012 - 2020, su plan de trabajo es:

Promoción:

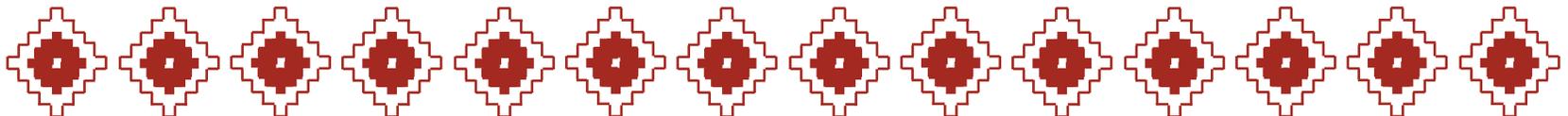
El marco de acción de promoción en cuanto a marketing es fundamental en la industria del turismo tanto a nivel nacional como internacional, ya que determinará la llegada de turistas y la prolongación de su estadía en los diferentes puntos de atracción y su interés por la cultura.

VIVE LA EXPERIENCIA CHILE

- 1.- Posicionamiento de la marca Chile basado en experiencias.
- 2.- Profundización del marketing a cliente final en mercados prioritarios.
- 3.- Cobertura hacia mercados no tradicionales con potencial.
- 4.- Posicionamiento de nuevos destinos y productos.

- 5.- Posicionamiento de Chile como destino para eventos y turismo de negocios.
- 6.- Posicionamiento de Chile entre sus habitantes.
- 7.- Coordinación de la promoción en el exterior.
- 8.- Aumentar cobertura y profundidad de la promoción internacional.
- 9.- Información turística de calidad y valor agregado.
- 10.- Infraestructura para la entrega de información y material de apoyo.
- 11.- Estrategia digital para potenciar la promoción de Chile y su oferta turística.

Otros punto del plan de gobierno, destacado de La Estrategia Nacional de Turismo 2010-2011, y extraído como respaldo a este proyecto, se encuentra aquel que hablan de productos de experiencia fundamentales para el turismo y su incremento.



- Desarrollar nuevos polos de atracciones turísticas basados en el potencial para desarrollar **formas más específicas y sofisticadas** de turismo, como lo son las experiencias derivadas del turismo de cultura y patrimonial (el cual incluye el **etno-turismo**), del turismo basado en la naturaleza, deportes y aventura, bienestar y relax, vida urbana, así como el gastronómico con énfasis en vino, comida regional y nacional.

Productos motivadores, más que destinos



estos motivadores son los que inciden en la toma de decisiones de los turistas

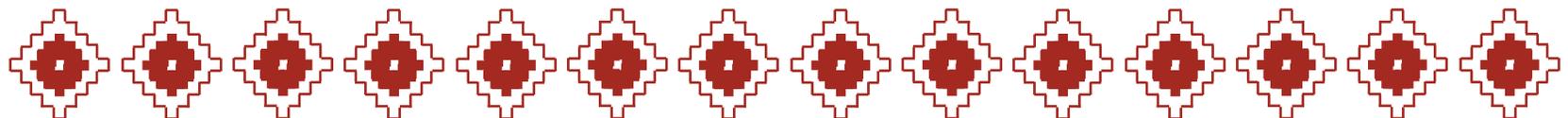
En cuanto a la Promoción de Identidad y cultura, esta la integración de las comunidades, buscando posicionarse a nivel nacional pero por sobre todo a nivel internacional como un país rico en identidad y tradición.

Según la estrategia Nacional de Turismo, Las empresas vinculadas con las empresas del turismo deben crear y promover productos que rescaten los elementos culturales propios de cada comunidad, pero siempre respetando la autenticidad de las manifestaciones culturales.

Dentro del marco de acción hay programas del Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes (CNCA), instituciones que velan por el cuidado, promoción y valoración de la identidad y cultura nacional, principalmente FUNDACIÓN IMÁGEN DE CHILE y CONADI: Corporación Nacional de desarrollo Indígena, sin dejar fuera instituciones como SERNATUR: Servicio Nacional de Turismo, FEDETUR: Federación de empresas de turismo de Chile.

Rol Diseñador:

El Diseñador en este proyecto cumple el roll como GESTOR Y COMUNICADOR a través de los objetos, siendo capaz de vincular historia, identidad, tendencia, tecnología y experiencia en un producto de carácter contemporáneo.



Metodología

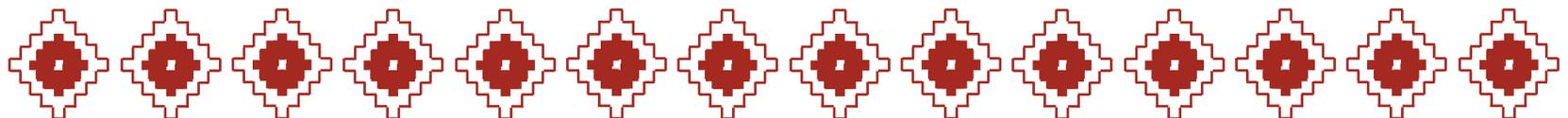
La metodología de trabajo, fundamentalmente se rige por la recopilación bibliográfica.

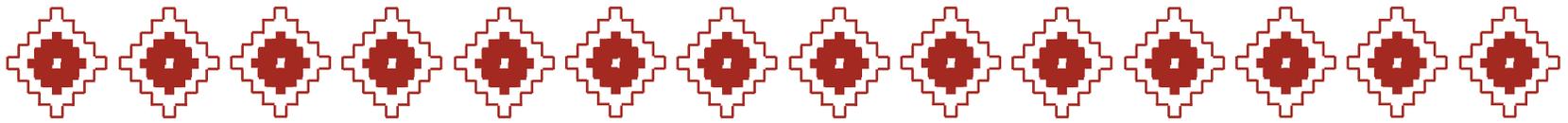
Se establecen variables descriptivas para el desarrollo conceptual y formal.

El proyecto se centra en- torno al producto y su comunicación.

Cuadro de variables descriptivas

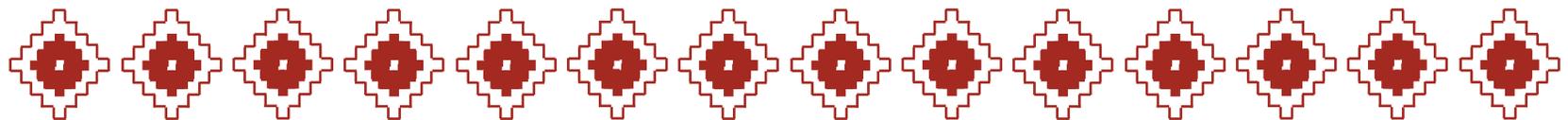
Étnia	Cosmovisión	Lugar de Ritual (Colores-formas)	Objetos involucrados (Colores-formas)	registro visual	CONCEPTOS



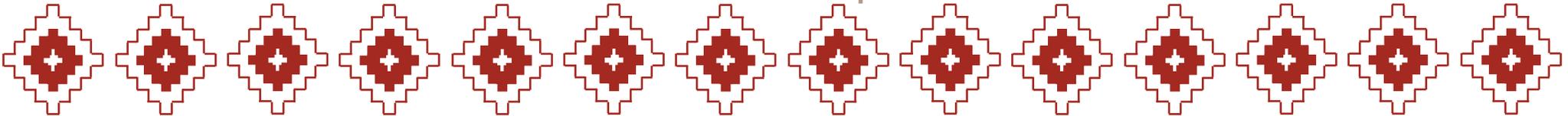


Motivación personal

Últimamente en busca de mi visión de diseño, me he enfocado en la interacción producto- usuario, lo cual me parece infinitamente interesante como este producto es capaz de comunicar, de generar un vínculo con el usuario, cargados de simbolismo, exclusividad y calidad. Refiriéndome a interacción no solo al contacto evidente con algún objeto, si no a lo que estos son capaces de transmitir, como emisores, recepcionado de tal manera en el usuario, que la contemplación sea una instancia de permanencia y admiración.



CAPÍTULO I :
ANTECEDENTES



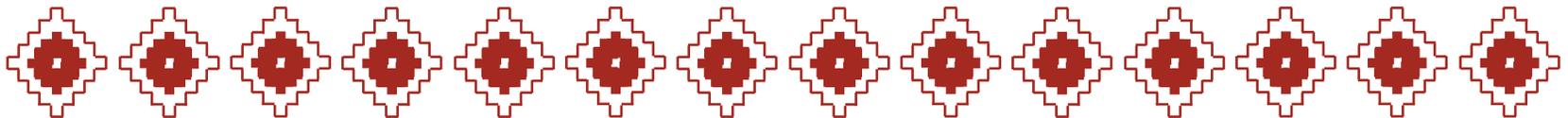
1.1- Conceptos Generales

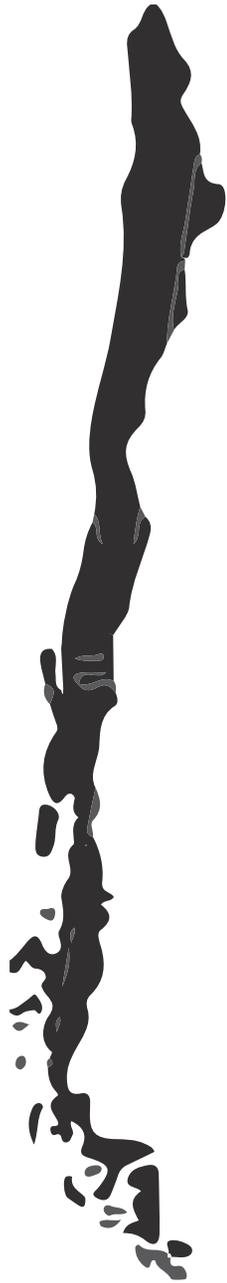
1.1.1.- Identidad País

Según la Real Lengua Española:

Identidad, es un “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”.

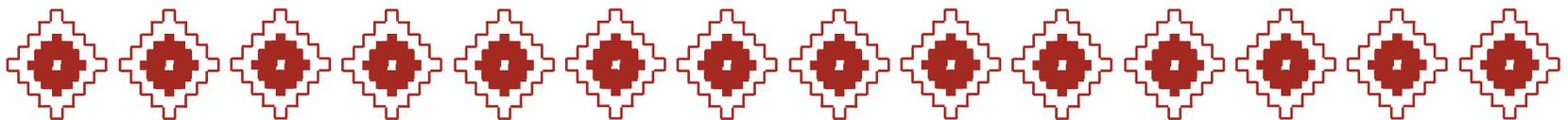
Definiéndose también en este proyecto, como un conjunto de **experiencias de la memoria colectiva, que a pesar de ser endógenas son capaces de proyectarse.**





En Chile es difícil definir una identidad, un sello propio como único, que abarque y que caracterice al país de norte a sur, en gran parte se debe a su geografía alargada, que genera distancias, y su diversidad de naturaleza: glaciares, cordillera, mar, lagos, el desierto más árido del mundo, volcanes, entre otros. Incorporando a eso está la diversidad de personas: inmigrantes y pueblos originarios que entregan carácter a cada sector que habitan, como por ejemplo, Mapuches, Aymaras, RapaNui, Españoles, Alemanes, Chinos y Peruanos. Este conjunto de rasgos hace que nuestra identidad sea cosmopolita, abarca diferentes costumbres y espacios, que a fin de cuentas hace que tanto, norte, centro y sur, sean diferentes en un mismo territorio.

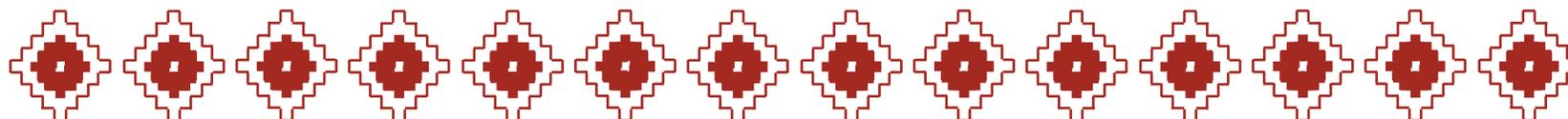
La Identidad País se divide en: Identidad Social, Identidad Económica, Identidad Política, Identidad Cultural e Identidad Territorial, de las cuales se desprenden conceptos que permiten encontrar la raíz de un sello propio, no como representativo fidedigno, pero sí como parte de un sello país, donde la diversidad da valor.





Mapa Indentidad País, fuente: elaboración propia

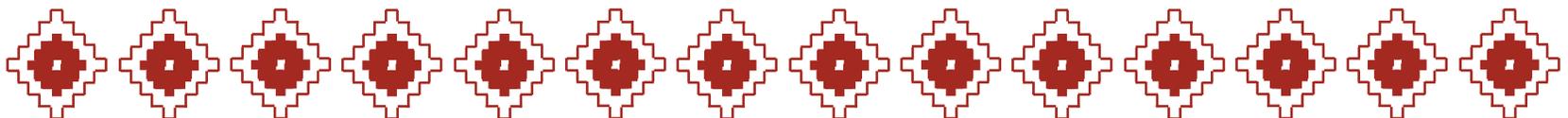
Como muestra el Mapa de Identidad, se infiere una Identidad Étnica, basada en los pueblos originarios, los cuales involucran cultura, territorio y son parte de la sociedad.



1.1.2.- Identidad Étnica: Pueblos Originarios

“Ética descolonizada, identidades y patrimonio cultural. Las culturas indígenas son sistemas éticos, con su propio código moral de justicia basado en las costumbres y tradiciones en el que las creencias, valores y visiones del mundo son honradas, sagradas y consideradas fundamentales por estar basadas en formas únicas de ser y vivir respetando los equilibrios de la naturaleza. Las relaciones con la naturaleza, el entorno, la Madre Tierra le imprimen su carácter único y diverso a las culturas indígenas y proporcionan la fuerza material, social y espiritual a los pueblos indígenas para ejercer su libre-determinación”.

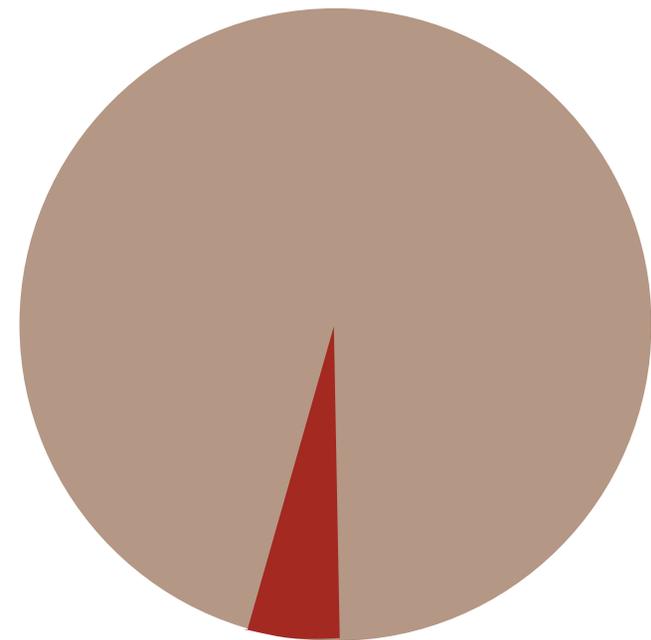
(Cultura: pilar del desarrollo para el buen vivir | Cultura & Desarrollo, UNESCO)



Podemos llamar **identidad étnica** cuando un pueblo se reconoce a sí mismo y es adscrito por los que no pertenecen.

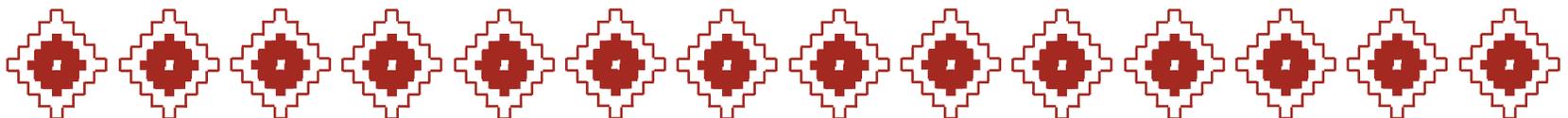
Los pueblos originarios son parte de nuestra historia como país, culturas ricas en costumbres, en visiones y formas de vivir.

Población Total país según adscripción étnica
Censo 2002



Población que declaró pertenecer a alguna etnia.

4,6%



En Chile la composición étnica de la población indígena se divide en ocho pueblos originarios que mantienen legado hasta la actualidad.

Los composición étnica según el censo 2002 es:

Yámana 0,2% - Rapanui 0,7% - Quechua 0,9% - Mapuche 87,3% - Colla 0,5% - Aymara 7,0% - Atacameño 3,0% y Alacalufe 0,4%.

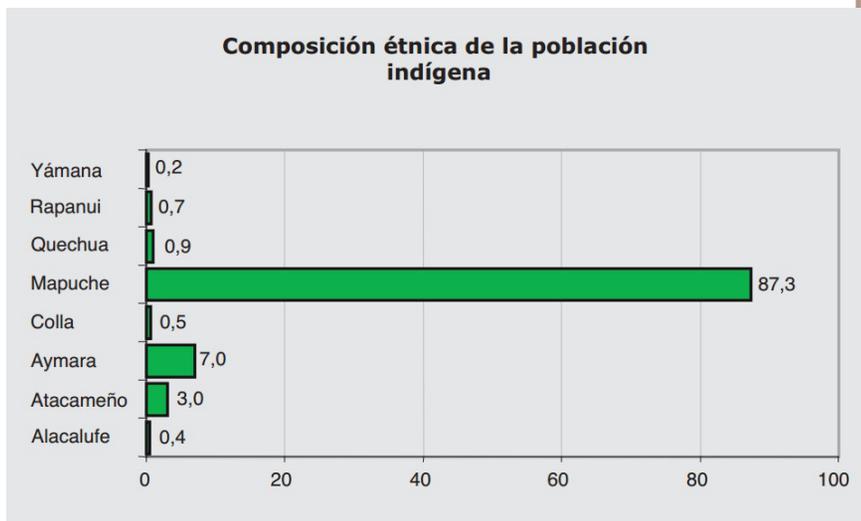


Gráfico Censo 2002, fuente: Documento Censo 2002

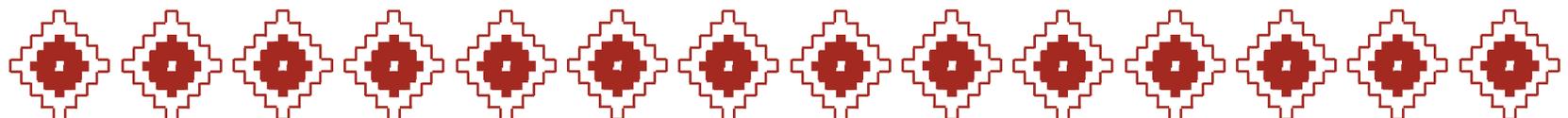
Censo 2002 :

83,7%

entre las comunidades indígenas

Estadísticas sociales de los pueblos indígenas en Chile

604.349 personas Mapuches



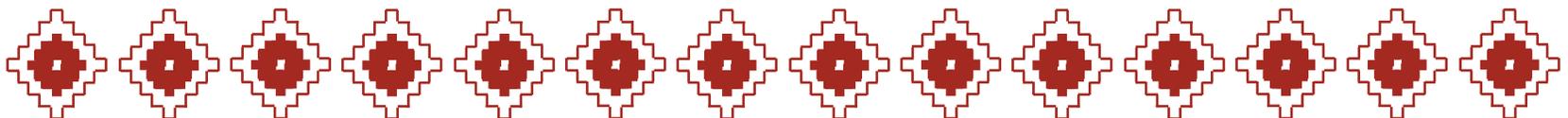
1.1.3.- Cultura Mapuche

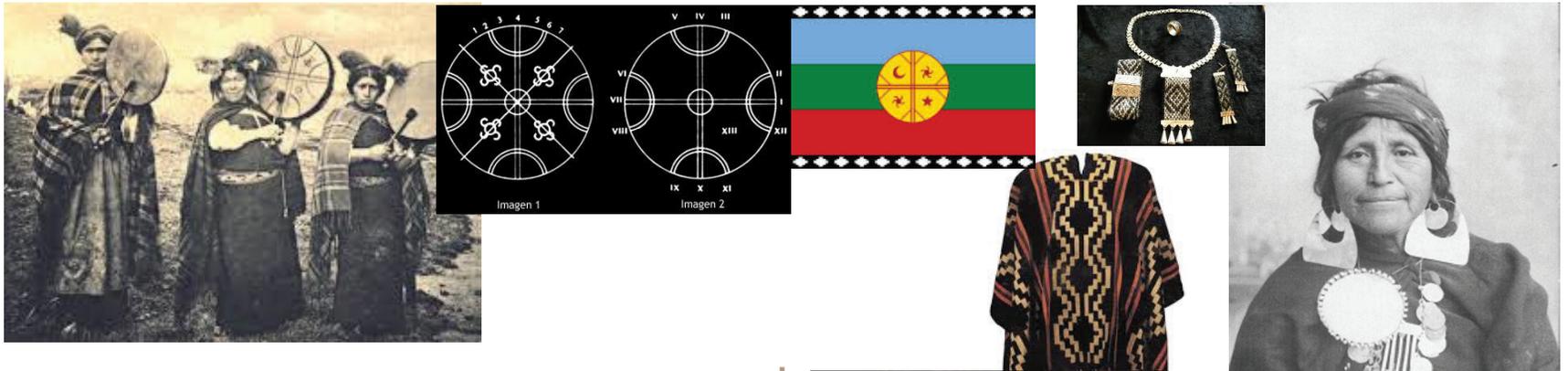
YÑEY NO RUME KIMLAY CHEU AMUTUAL KIMNOLU CHEU ÑI KUPALME.
Nadie puede saber dónde ir, si no sabe de dónde viene

Mapuche: hombre de la tierra, en Mapudungun (lengua originaria)

Según Estadísticas Sociales de los pueblos indígenas en Chile realizadas en 1991 y 2002, dan a conocer que son el pueblo originario con mayor porcentaje de personas que dicen pertenecer a éste, censo de 1991 : 928.060 personas Mapuches, mientras que en el censo 2002: 604.349.

Correspondiendo al 4% de la población total del país, 87,3% en relación a la población indígena, distribuidos de la siguiente manera: 33,6 región de la Araucanía, 30,3% región Metropolitana, 8,8% región del Biobío, 16,7% entre la región de los Lagos y Los Ríos. Esto da cuenta de los procesos de migración y urbanismo, que han experimentado.

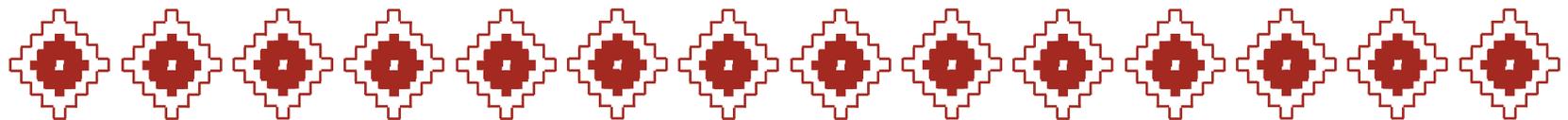




Se dividen en cuatro familias regionales, los Pehuenches o gente del este, los Huilliches o gente del sur, los Lafkenches o gente del mar, ubicados al oeste y por último los Pikunches o gente del norte.

“Nadie puede saber dónde ir, si no sabe de dónde viene”, esta frase se rescata por su importancia en la forma de pensar de la cultura Mapuche y por su relevancia en el tema a tratar en este proyecto, donde se busca aproximar a quienes no pertenecen a este pueblo. Tienen una visión particular tanto de su entorno, como de sí mismos, con una fuerte raigambre en sus ancestros y con el territorio que llaman hogar.

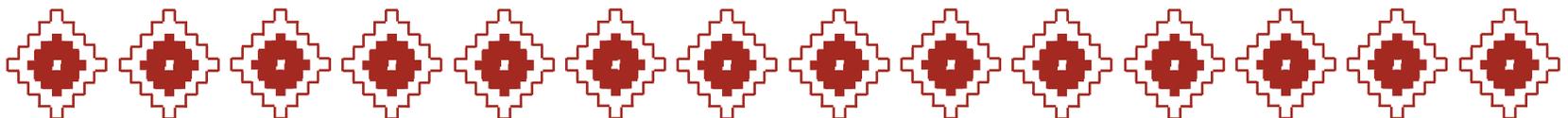
Como cada pueblo presentan variables de diferenciación, creencias, alimentos, historia, música, entre otros, los que permiten el poder rescatar elementos característicos, representantes de lo que son y fueron.



Cultura Mapuche



Este proyecto se centra en la cosmovisión y los rituales que este incluye, fundamentada en la frase " YÑEY NO RUME KIMLAY CHEU AMUTUAL KIMNOLU CHEU ÑI KUPALME: Nadie puede saber dónde ir, si no sabe de dónde viene", sumado a un interés personal por crear productos simbólicos, que entreguen información de manera figurativa a un usuario determinado.



1.2.- Cosmovisión Mapuche

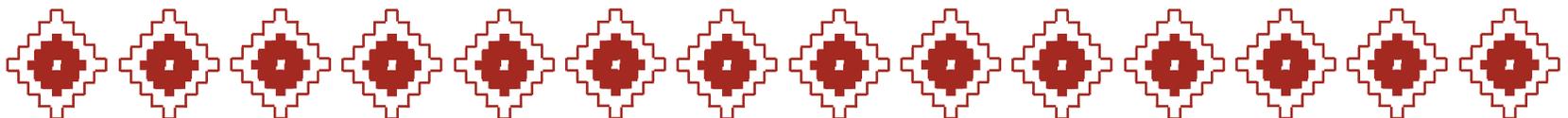
1.2.1.- Definición



Conjunto de variables significativas entorno a sus creencias. Concepto holístico que abarca desde el orden del cosmos, hasta su forma de ver, percibir y vivir la vida.

Tradición antigua, que involucra principios que son transversales en la noción del cosmos para el pueblo Mapuche. El primero es que lo sagrado es sinónimo de poder y lo profano de carencia. Para lograr un acercamiento a lo divino y sagrado, se cultiva la espiritualidad por medio de prácticas colectivas o la realización de rituales individuales. Otro componente de su concepción de realidad, es que en ella conviven el mundo natural y el sobrenatural, porque en la visión cósmica del mapuche se asume que este último es tan real y tangible como el natural. Debe existir tanto el mal como el bien, para lograr un equilibrio.

En torno a la cosmovisión se realizan rituales que se desarrollan generalmente en un bosque, en un espacio rodeado de árboles, el cual es purificado con bailes, convirtiéndose en su templo. En dicho espacio solo se permite la construcción de Rewe, tótem de una figura humana tallada en un tronco de árbol.



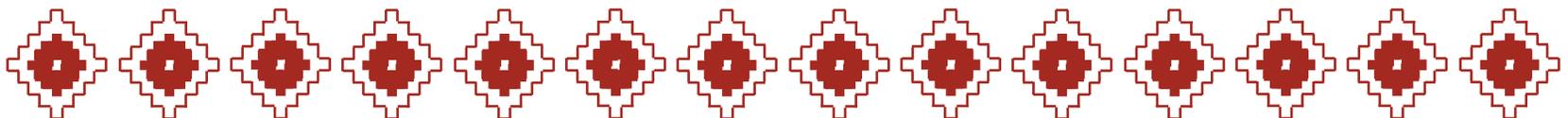
1.2.2.- Concepción Vertical del Cosmos

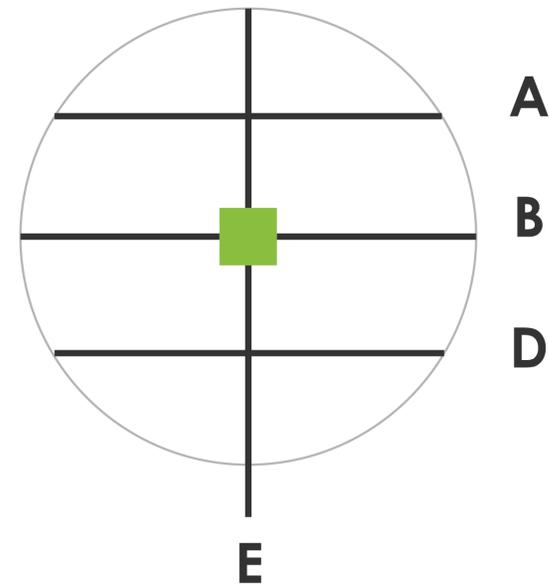
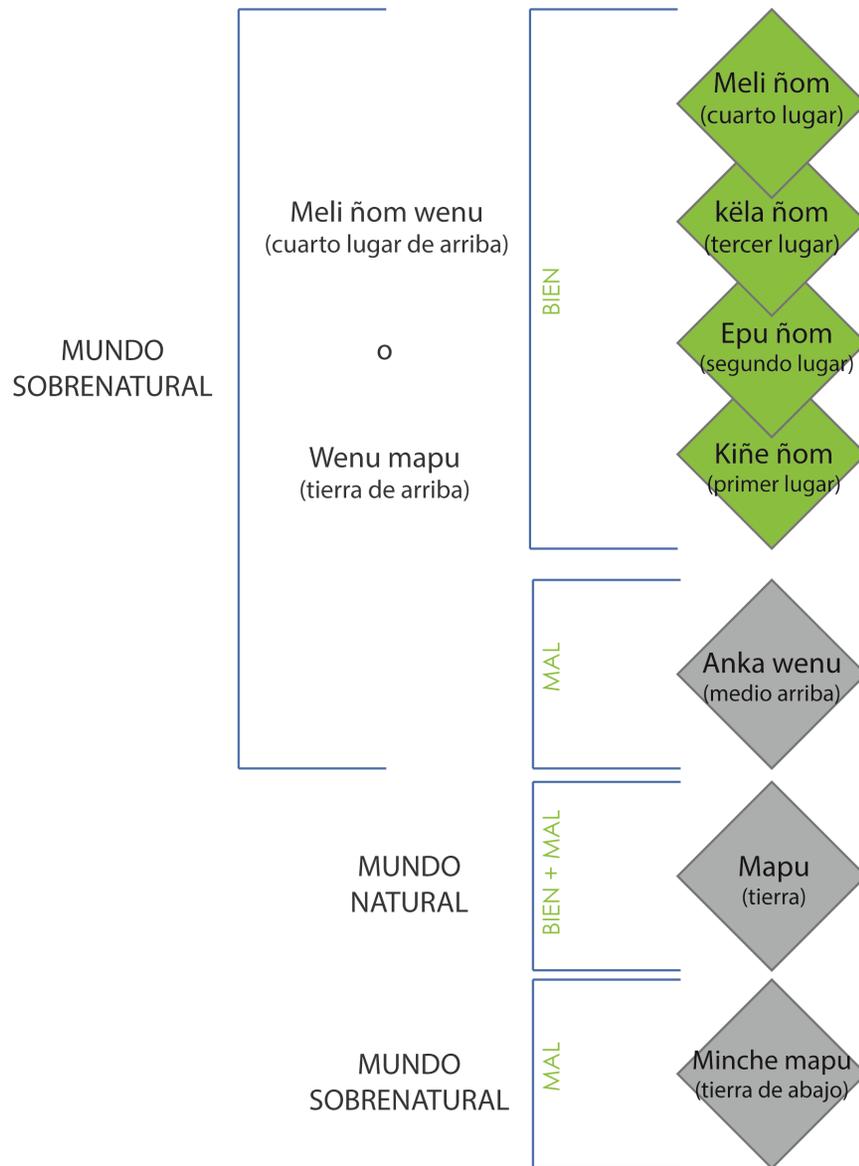
Los mapuches conciben el cosmos como una serie de plataformas que aparecen superpuestas en el espacio.

Dichas plataformas son:

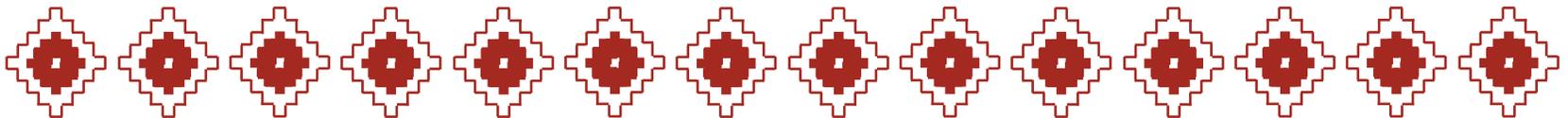
-Todas de forma cuadrada y de igual tamaño.

-Fueron creadas en orden descendente en el tiempo de los orígenes, partiendo desde la capa donde se encuentran los Dioses (cielo): 4 plataformas del bien, mundo sobre natural, pasando por la tierra: mundo natural, donde convive o se yuxtapone el bien y el mal; bajando al mundo sobre natural (infierno), donde habitan los seres negativos.



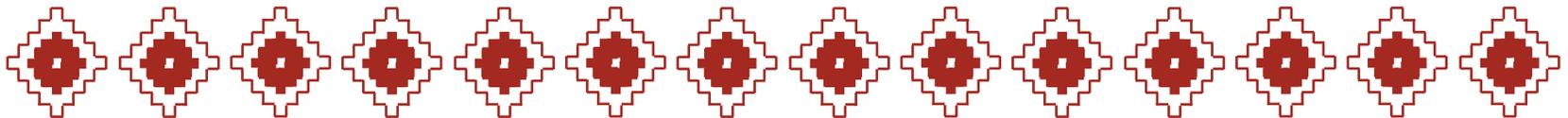


Concepción Vertical del Cosmos



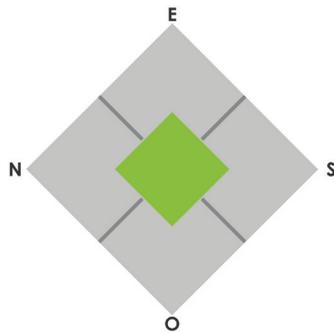
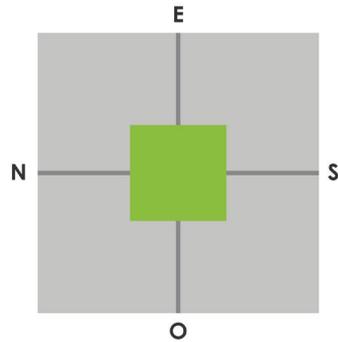
1.2.3.- Concepción Horizontal del Cosmos

El universo mapuche está orientado según los cuatro puntos cardinales, reconociéndose, organizadas a partir del Este, lugar de la Cordillera de los Andes, punto de bien. La plataforma cuadrada terrestre constituye la “tierra de las cuatro esquinas” (meli esquina mapu), también llamada “tierra de los cuatro lugares” (meli witrán mapu) o “tierra de las cuatro ramas” (meli chankiñ mapu).



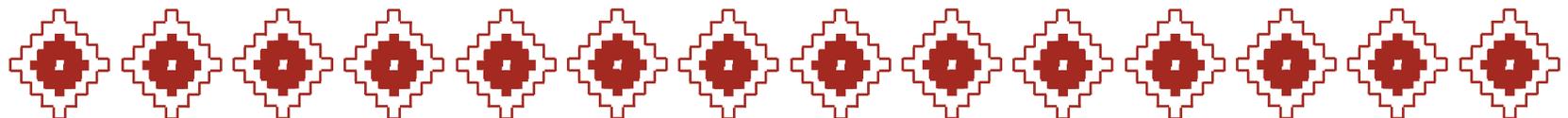
Concepción Horizontal del Cosmos

Puntos cardinales y simbología



<i>Puntos cardinales</i>	<i>Elementos empírico-racionales</i>	<i>Elementos mágico-religiosos</i>
ESTE (<i>puel mapu</i>)	Buen viento, buen aire o brisa, buen tiempo, buen día, buen trabajo, buena cosecha, abundancia, salud	Dioses, espíritus benéficos, antepasados, rogativa a los dioses, ayuda divina, buena suerte
SUR (<i>willi mapu</i>)	Bonanza: sol, buen viento, buen aire o brisa, buen día, buen trabajo, buena cosecha, salud	Buena suerte
NORTE (<i>piku mapu</i>)	Viento norte, mal tiempo, lluvia, agua, trueno, temporal, heladas, rocío, enfermedad, muerte	Mala suerte
OESTE (<i>lafkén o nau mapu</i>)	Oscuridad, viento malo, temporal, maremoto, lluvia mala, nieve, heladas, ruina del cultivo, enfermedad grave, muerte	<i>Wekufe</i> (espíritu del mal), mala suerte, mal.

Cuadro 1, Fuente: Cosmovisión Mapuche, autor: María Ester Grebe, Sergio Pacheco y José Segura.

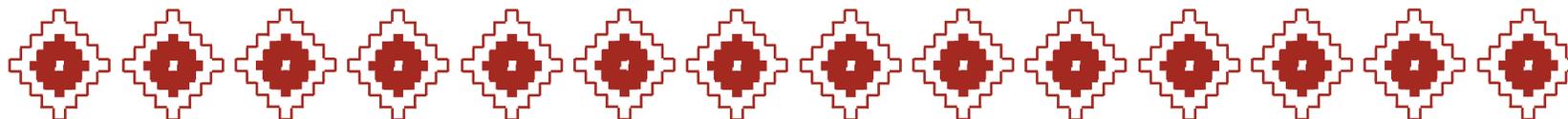


1.2.4.- Concepción colorista del cosmos

La comunidad mapuche tiene una fuerte percepción del color de la naturaleza terrestre y su visión del cielo, presentan una coherente simbología de color asociadas a sus observaciones empíricas. Por tanto, el color está íntimamente asociado a la visión del cosmos y sus respectivas plataformas.

<i>Colores</i>	<i>Regiones cósmicas</i>
Blanco Azul (violeta, azul fuerte, celeste)	<i>Meli ñom wenu o wenu mapu</i>
Negro y rojo	<i>Anka wenu y Minche mapu</i>
Blanco - azul y negro	<i>Mapu (Meli esquina mapu): 4 puntos cardinales; visión sobrenatural de la tierra</i>
Verde	<i>Mapu (Anen mapu): Centro de la tierra; visión natural de la tierra</i>

Cuadro 2, Fuente: Cosmovisión Mapuche, autor: María Ester Grebe, Sergio Pacheco y José Segura.



Concepción colorista del cosmos

Blanco y azul son los colores rituales por excelencia, presentes en los principales emblemas de la machi y del nillatún.

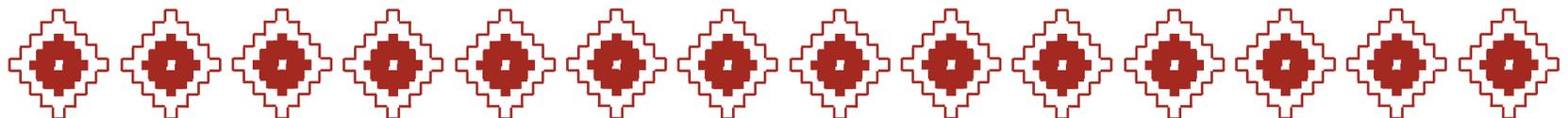
El color negro (kurü) simboliza a la noche (pun), la oscuridad y las tinieblas; a la brujería, los espíritus del mal y la muerte.

El rojo (kelü) se asocia comúnmente a la lucha o pelea (kewal), al belicismo o guerra (aukán) y a la sangre (mollfüñ).

El verde (karü) simboliza a la naturaleza en todo su esplendor y exuberancia.

<i>Colores</i>	<i>Plataformas del Meli Ñom Wenu</i>
Celeste (<i>lifkán</i>)	Primer lugar (<i>kiñe ñom</i>)
Azul fuerte (<i>azul</i>)	Segundo lugar (<i>epu ñom</i>)
Violeta (<i>kallfu</i>)	Tercer lugar (<i>kela ñom</i>)
Blanco transparente (<i>ayon</i>)	Cuarto lugar (<i>meli ñom</i>)

Cuadro 3, Fuente: Cosmovisión Mapuche, autor: María Ester Grebe, Sergio Pacheco y José Segura.

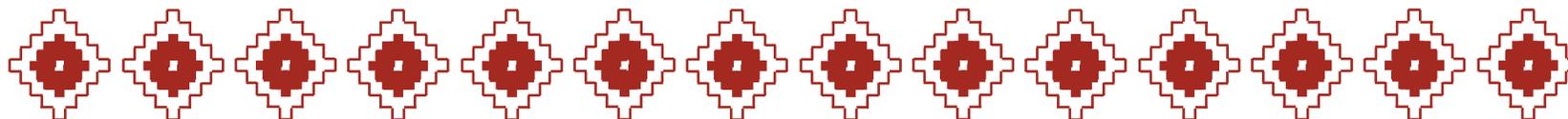


Correlaciones simbólicas del color

<i>Colores</i>	<i>Regiones cósmicas</i>	<i>Puntos cardinales</i>	<i>Astros y regiones terrestres</i>	<i>Bien/Mal</i>
Blanco Azul (violeta, azul fuerte, celeste)	<i>Meli Ñom Wenu</i> o <i>Wenu Mapu</i>	Este/Sur	Luna Estrellas Cordillera	Bien
Negro y rojo	<i>Anka Wenu y</i> <i>Minche Mapu</i>	Oeste/Norte M	ar Sol <i>Cherrufe</i> Volcán Llaima	Mal
Blanco/azul y negro	<i>Mapu</i> (tierra) (nivel mágico religioso o sobrenatural)	Este/sur Oeste/norte	Volcán Villarrica (verde/violeta)	Bien/Mal
Verde	<i>Mapu</i> (tierra) (nivel empírico racional o natural)	Centro		

En conclusión la cosmovisión y su orden del cosmos conlleva un la **interacción de variables que se relacionan de manera simbólica a través del color y su vínculo con el bien y el mal**. Dichas variables son: las regiones cósmicas, puntos cardinales, astros y regiones terrestres.

Cuadro 4, Fuente: Cosmovisión Mapuche, autor: María Ester Grebe, Sergio Pacheco y José Segura.



1.2.5.- Cosmovisión representada en objetos

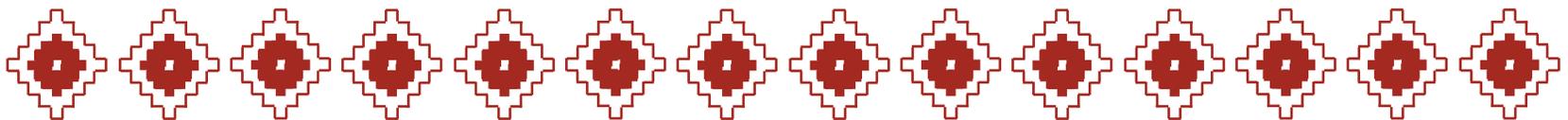
Cosmovisión Mapuche en los objetos

Joyería

Protección para la mujer

Textil

Símbolos



Cosmovisión representada en objetos



Imagen 1

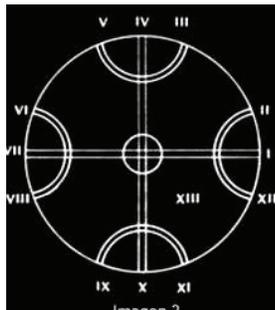
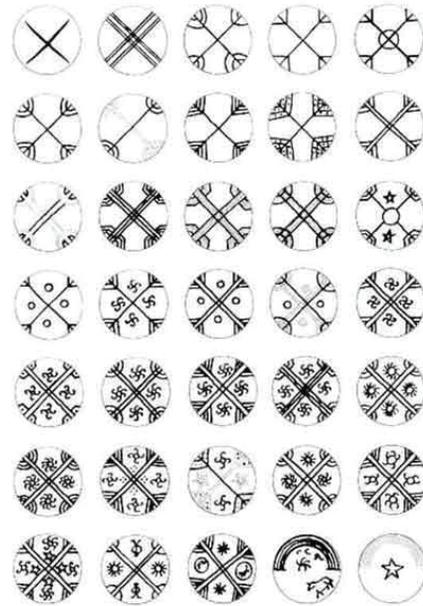
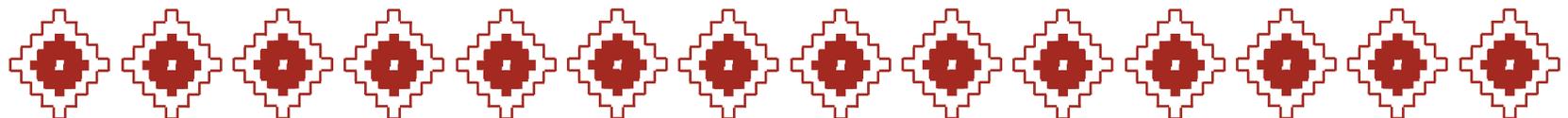


Imagen 2



La cosmovisión es representada en diferentes objetos, siendo el más representativo el kultrún, instrumento ritual más importante del pueblo mapuche; en su interior se deposita tierra, hierbas y piedras escogidas por la machi. Este objeto es manejado por la machi o el miembro más sabio de la comunidad. Tiene un fuerte poder simbólico para la comunidad mapuche, ya que representa el cosmos, muestra el cielo donde habitan los dioses (antepasados), la tierra y el submundo (seres negativos).

El kultrún también se usa como calendario lunar y es la representación de las estaciones del año, los 4 puntos cardinales y espirituales, que se usan para ordenar todo tipo de cosas. La entrada de las rucas y el acceso a los nguillatún (acto de rogativa) debe apuntar hacia el este, de donde sale el sol. El norte y el oeste son los puntos negativos.



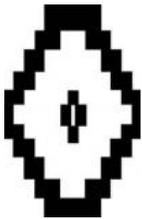
Símbolos



Diseño de innovación
 Diseño muy popular en tejedoras de la zona costera de la Región de la Araucanía. Es un diseño geométrico de líneas puras creado a partir de la imaginación de una mujer, aparece en forma reiterada en los textiles Mapuche.



Wangülen
 Versión del diseño tradicional de una estrella que muestra las seis puntas mínimas. Esta versión añade, además, dos puntas entre las coordenadas principales.



Cruz simétrica
 La cruz con brazos iguales es un símbolo complejo; representa el cielo, la lluvia y la vida. También es un símbolo cosmológico o una representación del mundo.



Nge-Nge
 Esta imagen es otra versión de la anterior y representa un par de ojos, el medio para mostrar el alma

Cosmovisión representada en objetos



Anümka
 Diseño que representa una planta usada con fines médicos y decorativos.



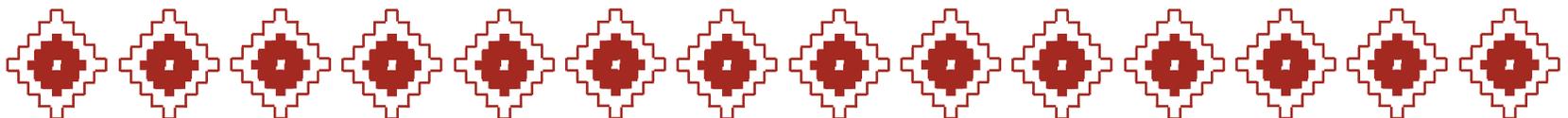
Símbolo con figura humana, generalmente relacionado al ámbito religioso y representante de un poder espiritual. Así, según la posición de los brazos, podemos decir: Brazos hacia arriba es el símbolo del Pillan (espíritu bueno) y símbolo de rogativa; Brazos hacia abajo es el símbolo del Anchirallen (espíritu maligno)



Nge-Nge
 Esta imagen representa un par de ojos, que son el medio para mostrar el alma.



Pichikemenküe con Külpuwe Ñimin
 Pichikemenküe significa tinaja o jarrón de greda en la cultura Mapuche. Las tinajas están representadas por los diamantes más pequeños. Los diseños fuera de los diamantes son külpe ñimin, que representan garfios.





Lukutuwe
Es el lugar donde la persona se arrodilla. Este diseño tiene un significado que remite a la esfera de lo religioso y también al primer ser humano de acuerdo con las creencias de la comunidad mapuche.



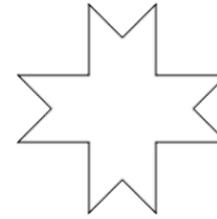
Wenumapu
Símbolo del cosmos y el cielo. También representa aspectos de la vida no terrena.



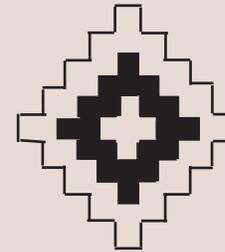
Wangülen
Diseño muy simple de una estrella con sólo los seis puntos principales.



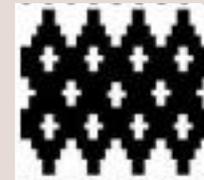
Wangülen
Diseño de estrella con las seis puntas principales, pero con un poco más de detalle, y más correspondencia con la cosmovisión Mapuche.



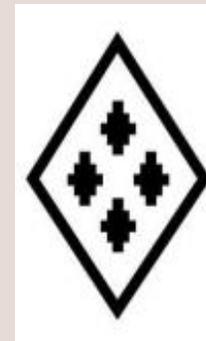
Para los mapuches Venus era y es Guñelve, la blanca estrella solitaria de ocho puntas, y en algunos kultrún aparece dibujada en lados opuestos, para explicar su presencia tanto como “estrella de la mañana” y como “estrella de la tarde”.
Símbolo de la antigua bandera Mapuche.



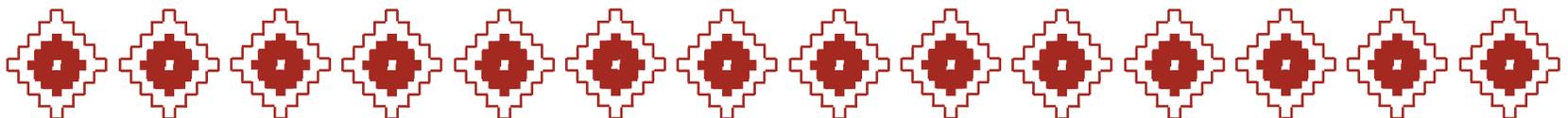
Cruz
Símbolo llamado Cruz Andina que en las culturas andinas es el más común y que significa la eternidad de dichas culturas. Generalmente, es un símbolo usado por el “lonko” o jefe de una comunidad indígena.



Mauñimin
Figura de cadenilla que simboliza la unidad de las comunidades Mapuche.



Mauñimin
Diseño de cadenilla que representa la unión de todas las comunidades Mapuche.



1.3.- Conceptos claves

1.3.1.- **Instalación Contemporánea**

Objetos actuales, capaces de involucrar tendencia, historia, experiencia, identidad y tecnología.

1.3.2.- **Simbolismo**

Sistema de símbolos, basados en un contexto y tema específico, el cual conlleva un fuerte valor emocional, afectivo y moral; creencias, historia, experiencias.

Lo simbólico involucra realidad e imaginario.

1.3.3.- **Dramatización del contenido**

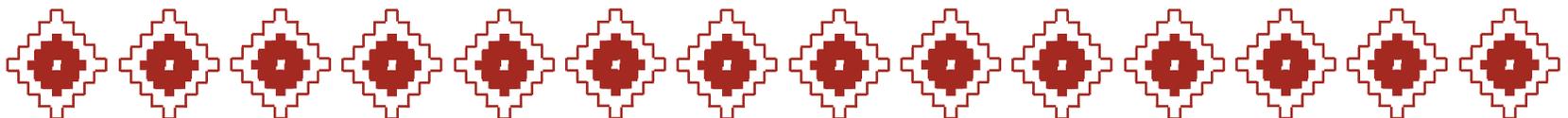
El proyecto es un obra de teatro, con escenario, actores, espectadores y contenido. Se refiere a dramatización al hecho de presentar y exagerar características del contenido.

1.3.4.- **Pueblos Originarios**

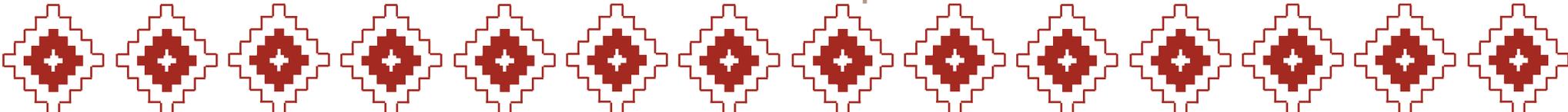
Culturas que forman parte de la identidad país, cargadas de simbolismo.

1.3.5.- **Cosmovisión**

Concepto potencial dentro de cada cultura, determina sus creencias, comportamiento y estructura de vida.



CAPÍTULO II:
INVESTIGACIÓN



2.1.-Estado del Arte

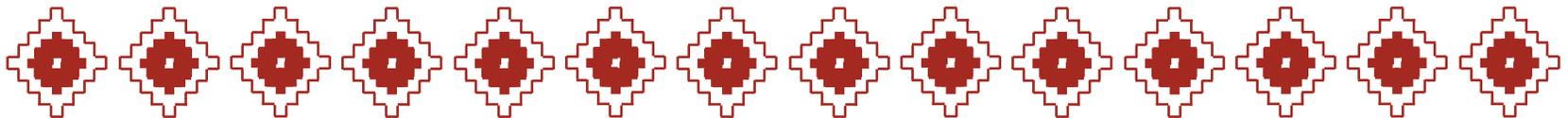
Estado del Arte Objetos, intervenciones y servicios que se han inspirado y desarrollado en base a las culturas indígenas en Chile.

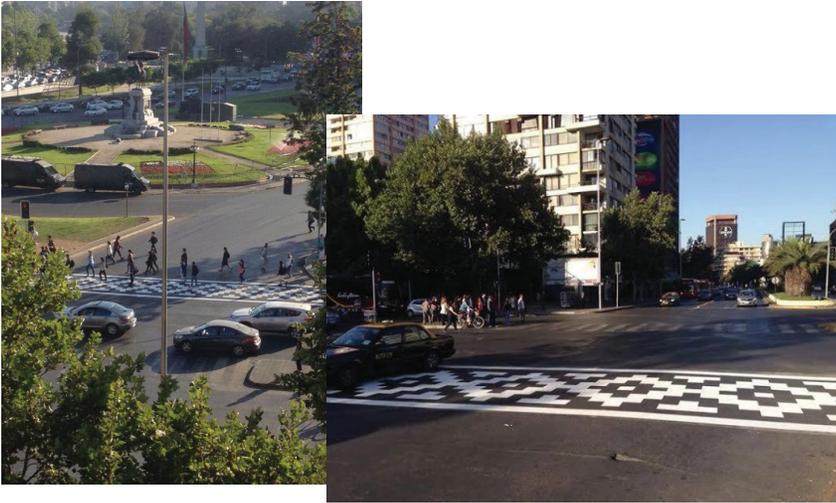


AYMARA, de Luxia - Ruka 2013
Madera de Cactus, proveniente del Desierto del Norte Grande de Chile. Material recolectado y trabajado por artesanos Aymara y Atacameños.
Identidad Local

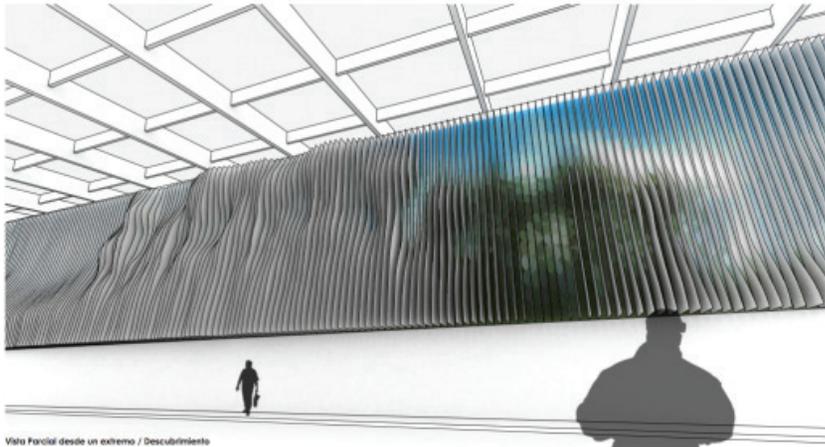


Colección Royal Mahuida (que significa "Bosque Nativo" en lengua mapuche) es un tributo al Imperio Inca, devastada por los conquistadores españoles. Incas, de acuerdo a las historias tradicionales de la zona.





FESTIVAL HECHO EN CASA, Plaza Italia 2013

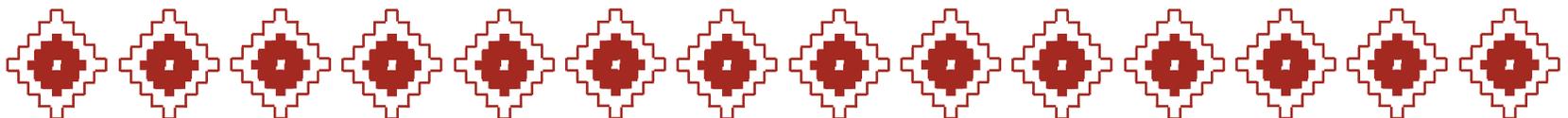


Vista Parcial desde un extremo / Descubrimiento

Paso Fronterizo Pino Hachado,
"Retorno de Arauco", Gt2p.



Ubicación: Centro Quelén, en el Lago Lanalhue, VIII Región, Chile
Arquitectos: José Miguel Heras & Susana Andrea Herrera con
Factoría Ltda.





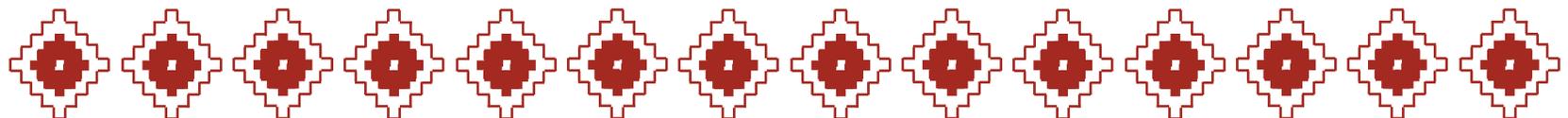
Son 150 obras desde el siglo III a.C. hasta principios del siglo XX que develan el universo religioso y espiritual de India. Una muestra que reúne pinturas y esculturas, que representan a todo el panteón indio: diversas divinidades, semidioses, seres sobrenaturales, animales, demonios, ninfas, entre otros espíritus protectores que muestran la vasta y profunda cosmovisión de India, dando cuenta de sus tres religiones principales: hinduismo, budismo y jainismo.



Exposición, La Antigua China y el ejército de Terracota
Centro Cultural Palacio la Moneda



Exposición sobre los habitantes originarios de Chile.
Centro Cultural Palacio la Moneda



2.2.-Clasificación del turista

Usuario --- turistas y/o residentes nacionales e internacionales, bagaje cultural.
Sin rango etario.

El turismo comprende todas aquellas actividades que se relacionan con conocer, disfrutar y experimentar en sitios diferentes al lugar de residencia.
Las motivaciones de viaje están relacionadas con los diferentes tipos de turismo que ofrece un destino turístico.

Cada año más de 3,6 millones de extranjeros visitan Chile. Santiago, Valparaíso, San Pedro de Atacama, y los paisajes de la Patagonia son los destinos más visitados.

Es inherente en el turista buscar nuevas experiencias.

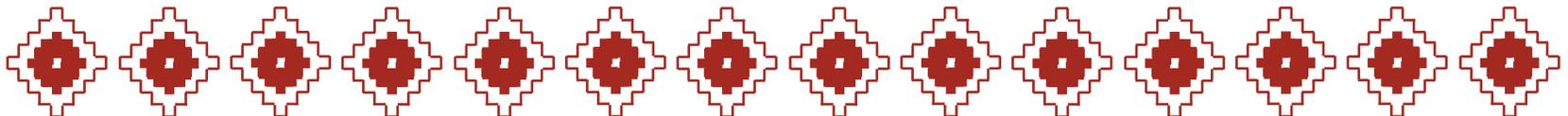
Según el estudio denominado "Tipificación de la demanda turística potencial de Chile", elaborado por Sernatur, permitió establecer, que el turista extranjero tiene en promedio 50 años, posee un alto poder adquisitivo y nivel educacional. Viajan en parejas o en pequeños grupos. Se trata de viajeros experimentados que han recorrido diversos países y tienen en común su admiración por la naturaleza y los paisajes.

Respecto al turista nacional que asiste a centros culturales, por lo general son estudiantes Universitarios, familias o parejas.

En el siguiente cuadro se enlistan tipos de turismo:

Tipos de Turismo	Motivaciones de viaje	Actividades
Turismo Especializado	Aventura, interés científico	Investigaciones científicas, exploración de zonas arqueológicas y acuáticas
Turismo de Afinidad	Profesional, filosófica, religiosa	Rutas Culturales-religiosas, investigaciones sobre determinado tema.
Turismo Cultural	Se enfoca en culturales de un pueblo o destino turístico.	Recorridos culturales, fotografía, festivales culturales
Turismo de Recreación	Descanso, placer	Actividades al aire libre, playas, ecoturismo
Turismo de Congreso y Convenciones	Negocios, acuerdos comerciales	Ferias, festivales, eventos
Turismo Sociocultural	Educación y desarrollo cultural de los sectores menos favorecidos	Tours por vestigios de culturas antiguas, ciudades y pueblos coloniales, interés por las costumbres de los pueblos indígenas.

Cuadro Tipología de turistas, Elaboración propia, basado en cuadro realizado por SECTUR (2012), México. 46



En el estudio denominado “Tipificación de la demanda turística potencial de Chile”, elaborado por Sernatur, se destacan algunos puntos relacionados directamente con el proyecto.

Entrevistas realizadas en su mayoría, Agentes de Viajes y Tour Operadores que se definieron como los “encargados del destino Latinoamérica”.

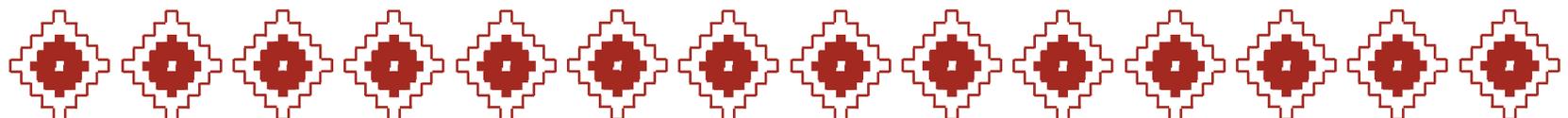
1º ¿Qué motiva a los turistas de su país a realizar viajes al extranjero?

La principal motivación percibida es, “conocer culturas diferentes”: conectarse con lo autóctono de cada lugar que visitan.

2º ¿Qué es para los turistas de su país un destino de “atractivo turístico”?

Se percibe que se constituye en un destino atractivo, aquel país con Identidad, que lo defina y diferencie.
Identidad en términos de cultura, historia, habitantes, íconos representativos, artesanía y gastronomía.

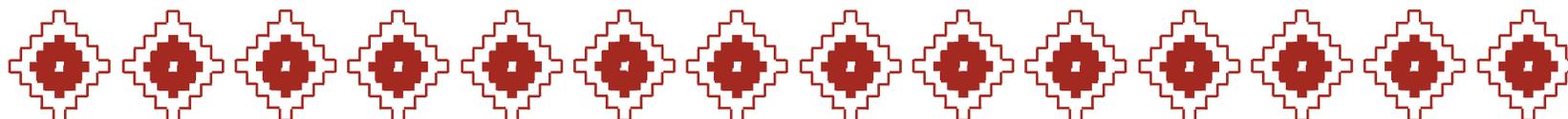
Siendo Perú el destino mas mencionado, destino con diferentes símbolos que lo identifican. Ha potenciado turísticamente su cultura, se destaca el contacto directo con los pueblos originarios.



2.3.-Tipología de Espacios Públicos

Tipología de Espacios Públicos de Convergencia turística, asociados al contexto del proyecto.		
Espacios	Descripción	
Centros culturales	Espacios destinados a promover la culturas entre los habitantes y/o turistas, con exposiciones artísticas nacionales e internacional. Generalmente sus exposiciones son itinerantes, permanecen por un tiempo determinado. Son de fácil acceso.	-GAM, Santiago, RM. -Centro Cultural Palacio la Moneda, Santiago, RM.
Museos	Promueven la cultura e historia, en su mayoría tienen una temática específica. Exposiciones permanentes, a excepciones de algunas intervenciones transitorias.	Museo de Arte Precolombino (relación directa con tema de proyecto, se fundamenta en las culturas originarias), Santiago, RM. Museo de Bellas Artes, Santiago, RM.
Aeropuerto	Paso obligado, llegada y salida masiva de turistas nacionales e internacionales, tiempos de espera.	Aeropuerto Internacional Comodoro Arturo Merino Benítez, Santiago, RM.
Hoteles	Recepciones de hoteles, reciben diariamente a turistas.	(por definir)

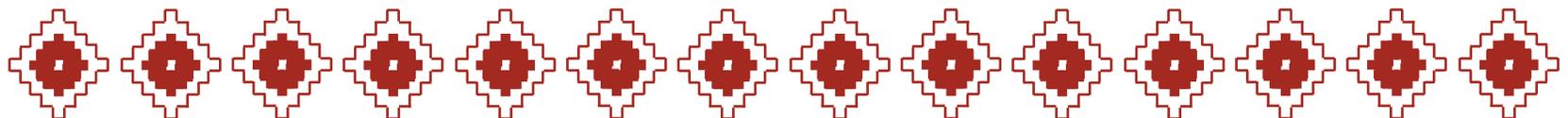
Cuadro Tipología de Espacios, fuente: elaboración propia.



En centros culturales:
Primera etapa: Santiago de Chile (RM).
Por ser la capital del país y la ciudad con convocatoria turística.

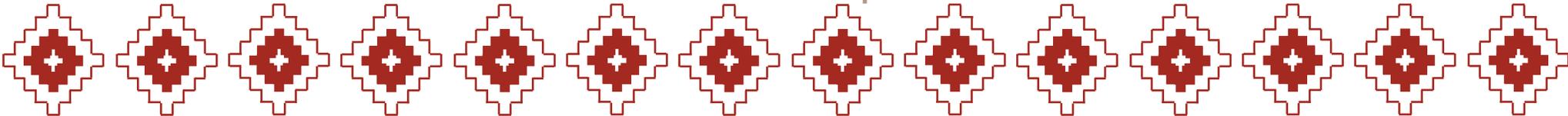
Según el sitio web "enviaje.cl", los tres museos más interesantes de Santiago, son Centro Cultural Palacio la Moneda, Casa Museo la Chascona y Museo de Arte Precolombino.

Proyección:
Segunda etapa, en centros culturales a lo largo del país e internacional.
Cada espacio debe contar con las condiciones que requiere la instalación, como son dimensión y estructura.
A de mas de estar ubicados en ciudades relacionadas directamente con el turismo.

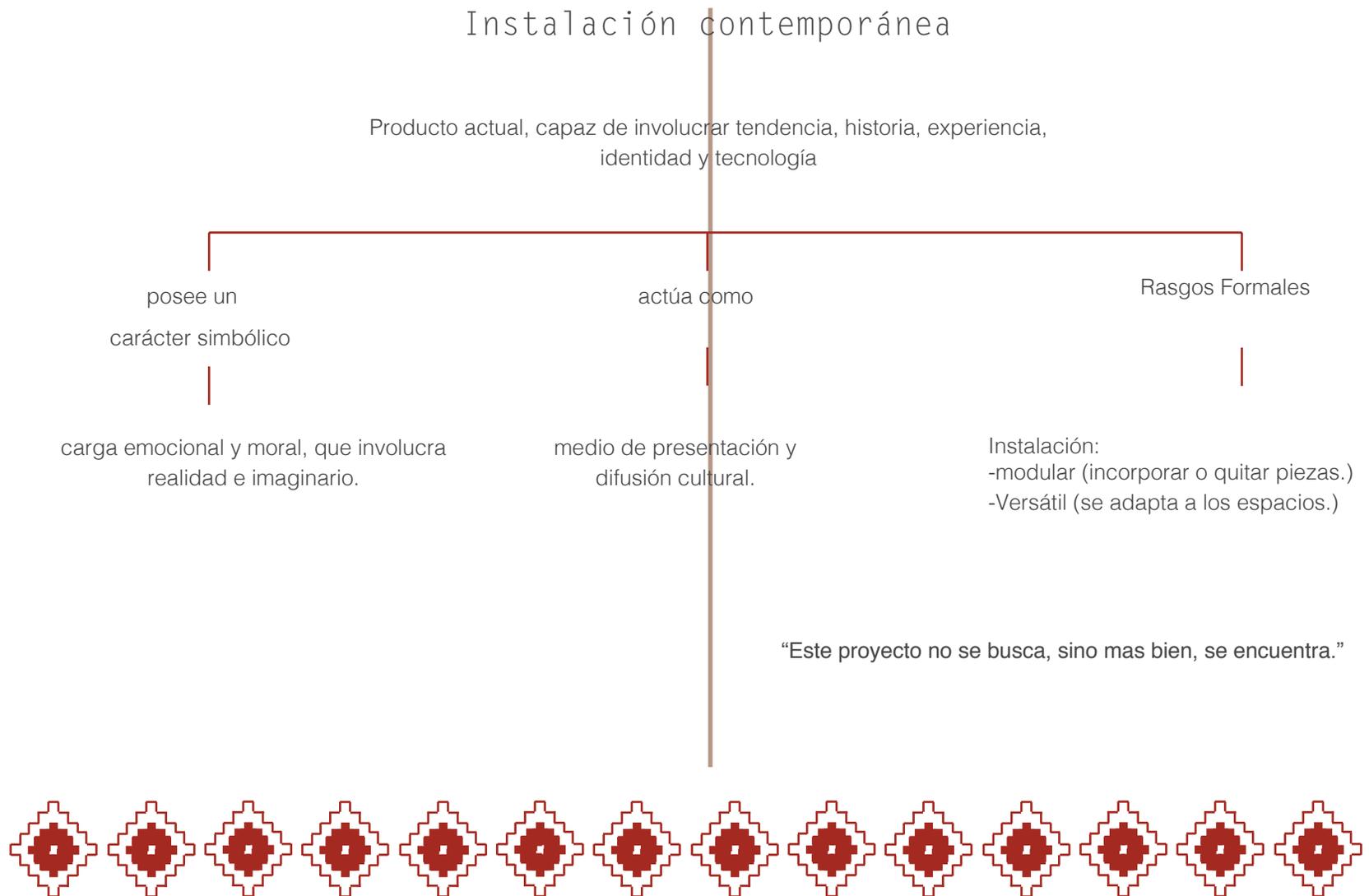


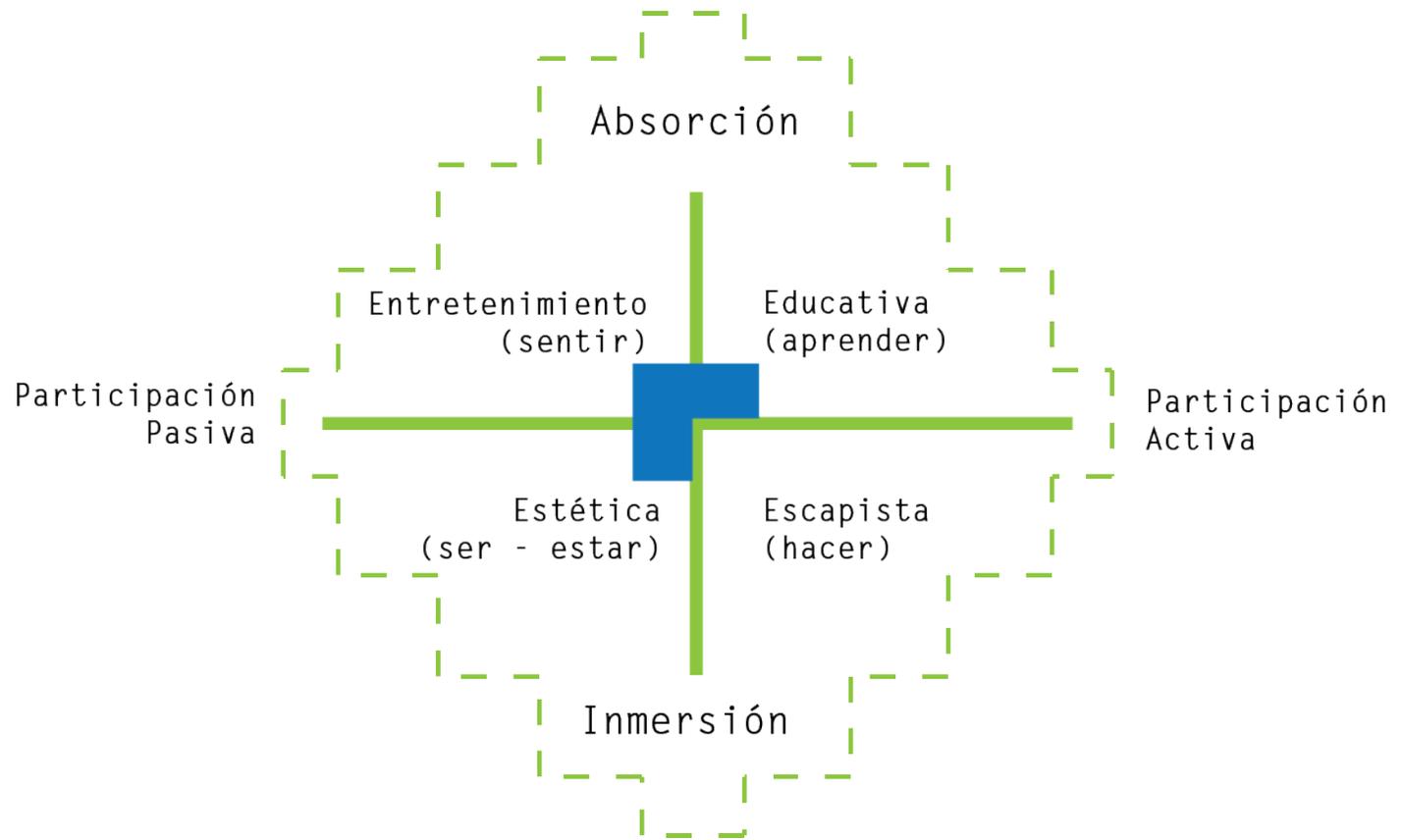
CAPÍTULO
PROYECTO

III:



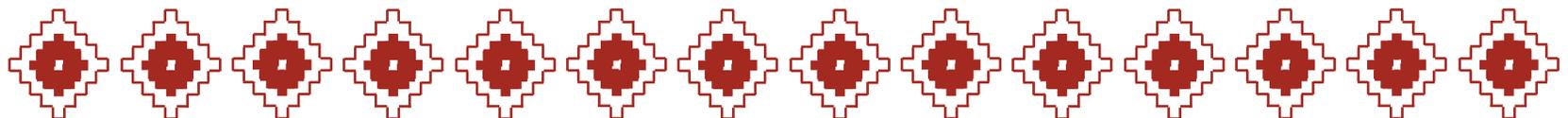
3.1.- Descripción del Proyecto





Mapa de Posicionamiento del Producto y su experiencia

Elaboración propia, basado en Mapa de Posicionamiento, "Economía de la Experiencia"



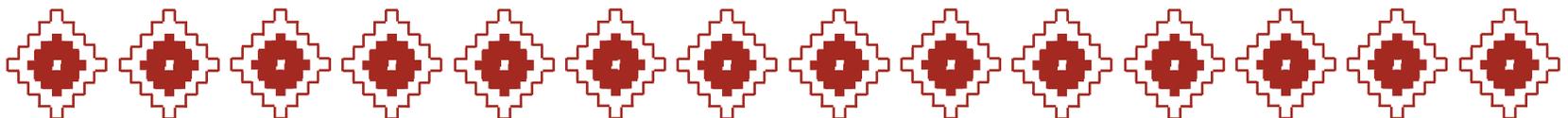


3.1.1.-Objetivo:

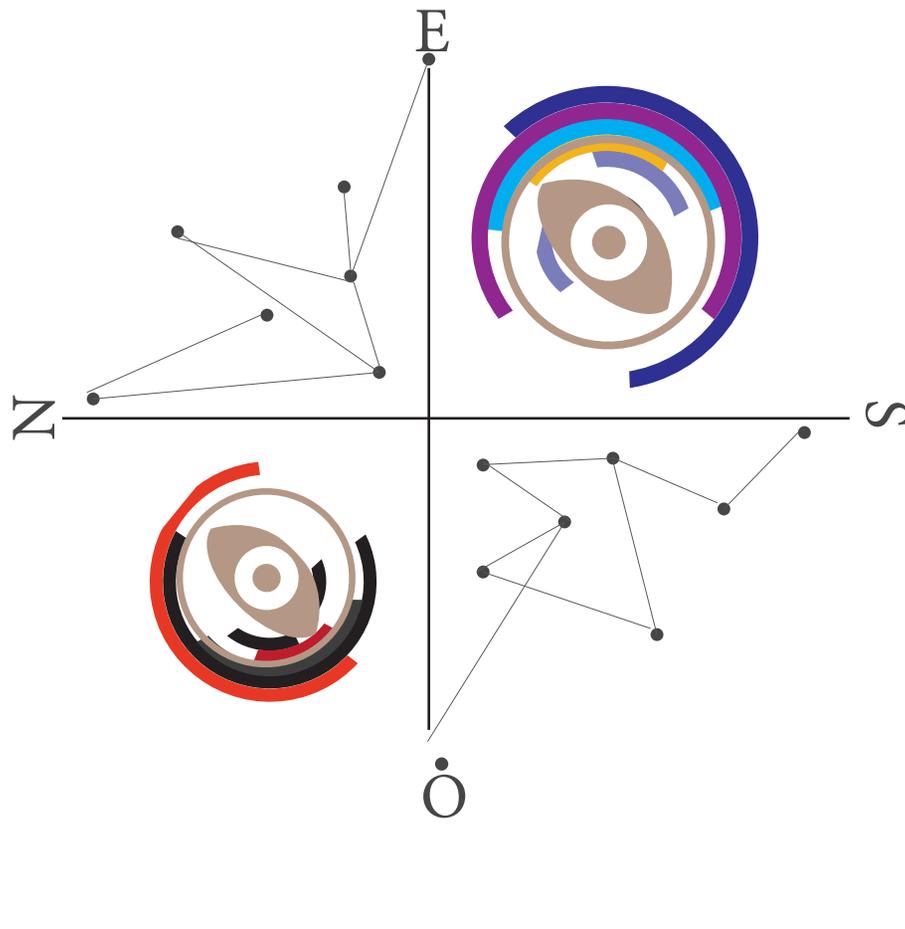
Promocionar la identidad étnica de Chile, tanto a nivel nacional como internacional, en torno a la Cosmovisión Mapuche.

Objetivos Específicos:

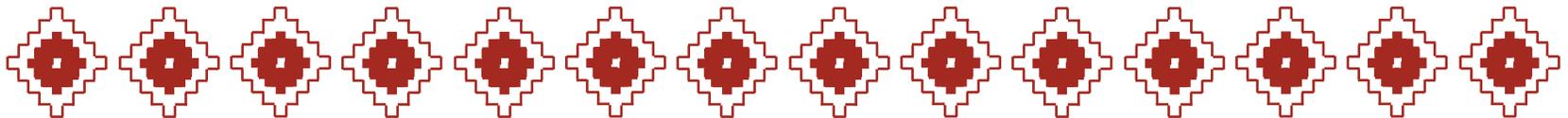
- Generar conocimiento sobre la Concepción Mapuche del Cosmos en espacios de convergencia turística.
- Generar una experiencia significativa para los usuarios, a través de la dramatización del contenido.
- Aproximar al usuario a la Concepción Mapuche del Cosmos a través de una experiencia luminica.



3.1.2.- PROPUESTA CONCEPTUAL



experiencia visual para el conocimiento étnico,
dado por la geometrización - abstracción del contenido
simbólico.



3.1.3.-GÉNESIS FORMAL

Cosmovisión Mapuche en los objetos

Símbolos

Textil

Joyería

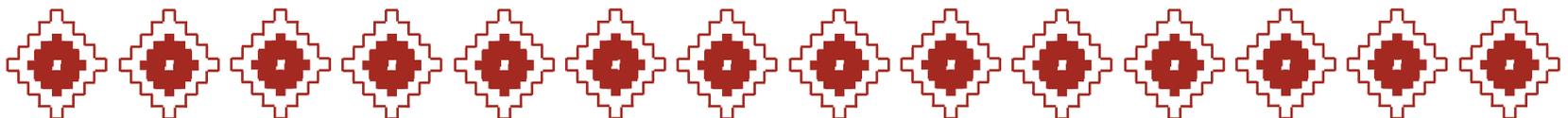
Protección para la mujer



Observación:

La abstracción es un proceso fundamental al momento de plasmar en sus elementos, lo que los rodea y en lo que creen.

Uno de los símbolos que más se repite entre sus joyas y textiles, es el de la Chacana y Mauñimin, que destacan la unión y la eternidad de la comunidad.

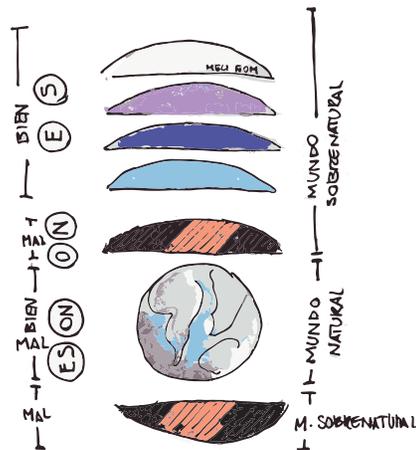


En primera instancia se selecciona, un símbolo de significado y forma simple, de fácil reconocimiento y con carga identitaria, para respaldar la forma del producto.

Rescatar un símbolo plano para luego volumetrizarlo, proceso llamado en este proyecto como proceso de geometrización, en el cual se establece una relación entre forma y espacio.

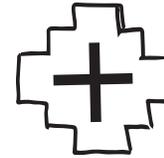
Posteriormente se seleccionan tres aspectos de la Concepción del Cosmos:

- Concepción Horizontal del Cosmos, del cual se recatan la ubicación de los puntos cardinales (diferente a la referencia universal), como punto relevante de destacar.
- Concepción Vertical del Cosmos, del cual se rescatan los planos que la conforman.
- Concepción Colorista del Cosmos, el bien y el mal y su orientación cardinal conllevan colores determinados.



Concepción Vertical (planos) + Colorista (colores) del Cosmos.

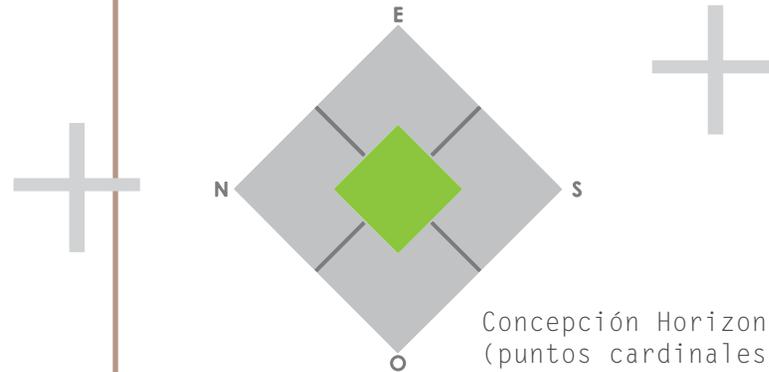
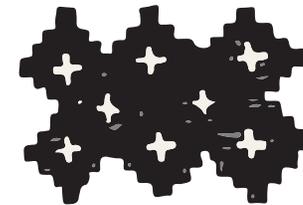
SÍMBOLOS



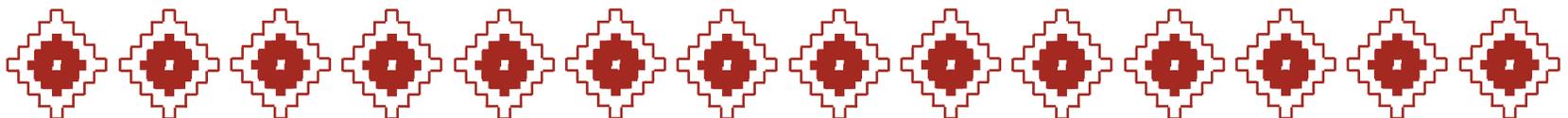
CHACANA: cruz del sur
Eternidad de las comunidades indígenas.



MAUÑIMIN:
Unión de las comunidades Mapuches.

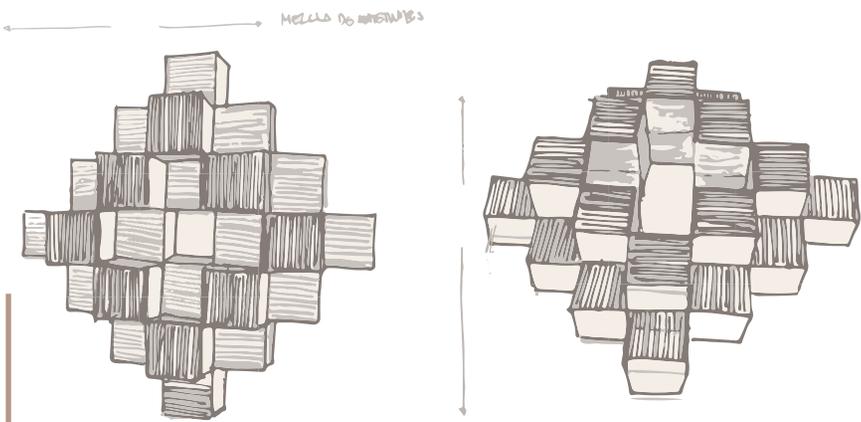


Concepción Horizontal (puntos cardinales) del Cosmos.





Contemporizar:
lo plano, en VOLÚMEN



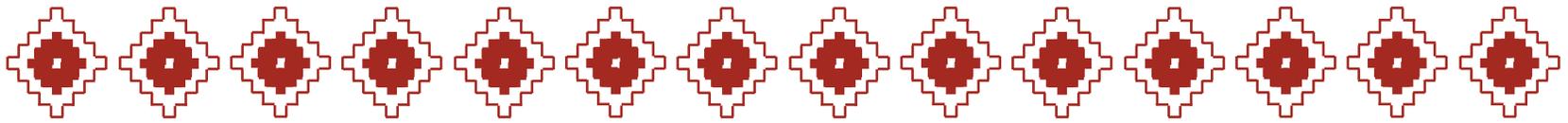
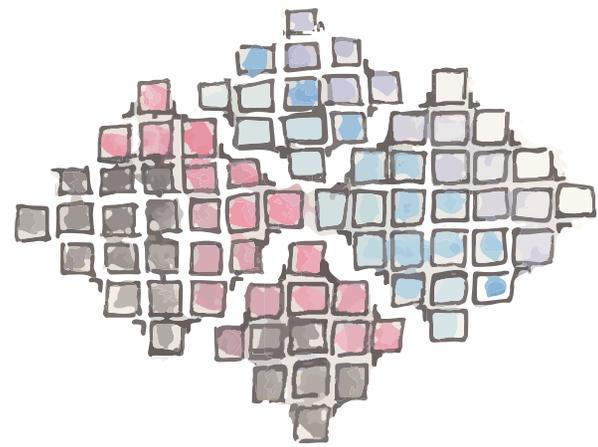
GEOMETRIZACIÓN



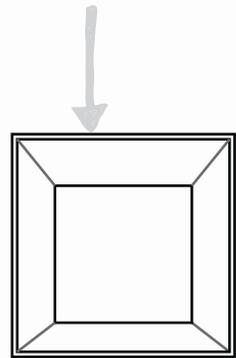
Lo abstracto en LUZ
(tecnología)



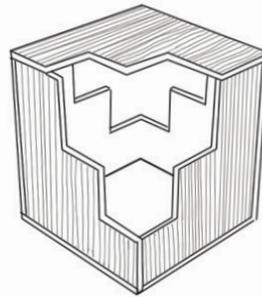
Colores establecidos en la concepción
colorista.



Descomposición del cubo

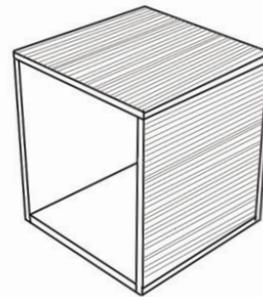


4 caras, Cobre

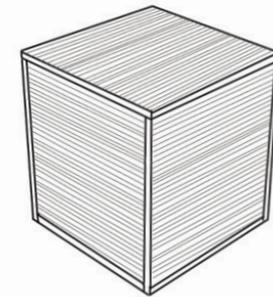


Cortes aluden a Chacana + luz, exterior: Madera interior: Cobre

cada pieza mide 0,50 x 0,50 x 0,50 m



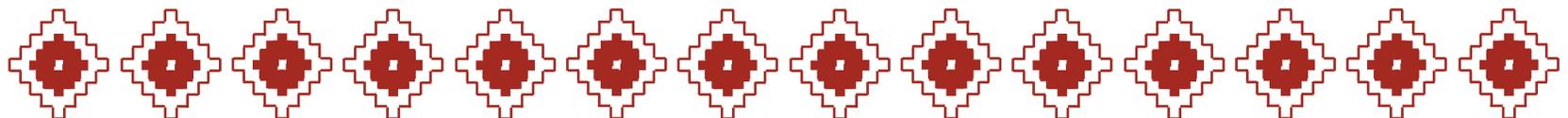
5 caras + luz, Madera

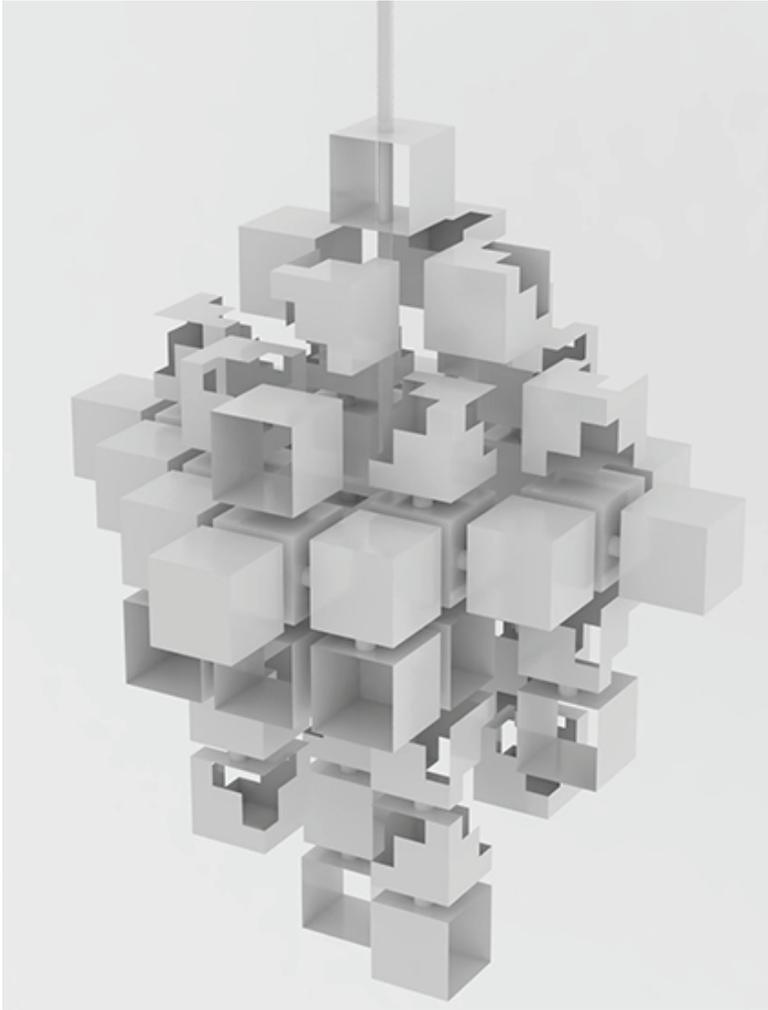


Cubo cerrado, estructura base de Chacana, Madera

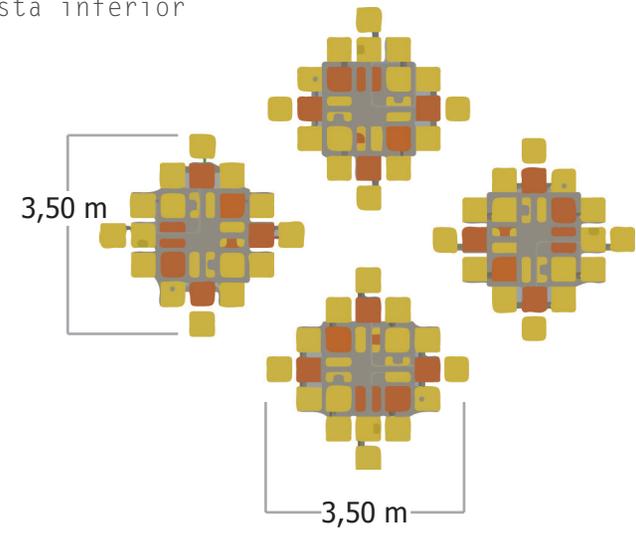
Reflejo de la luz en el material.

Luz y sombra

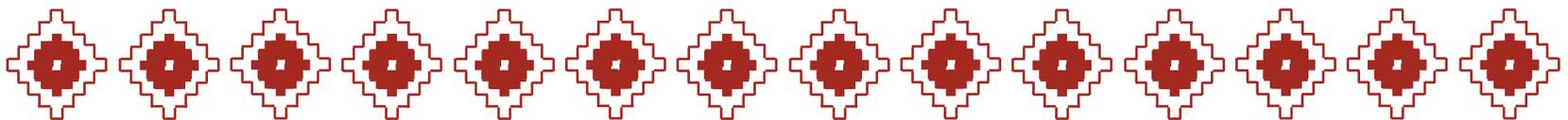
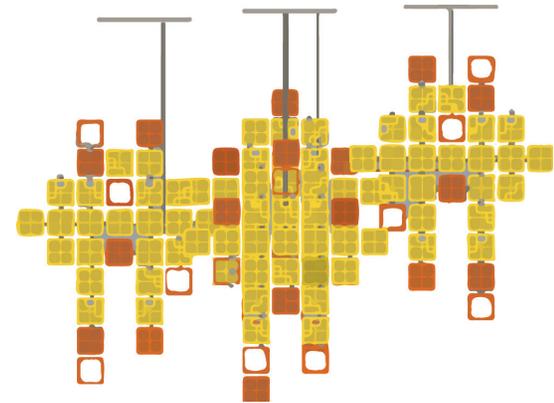


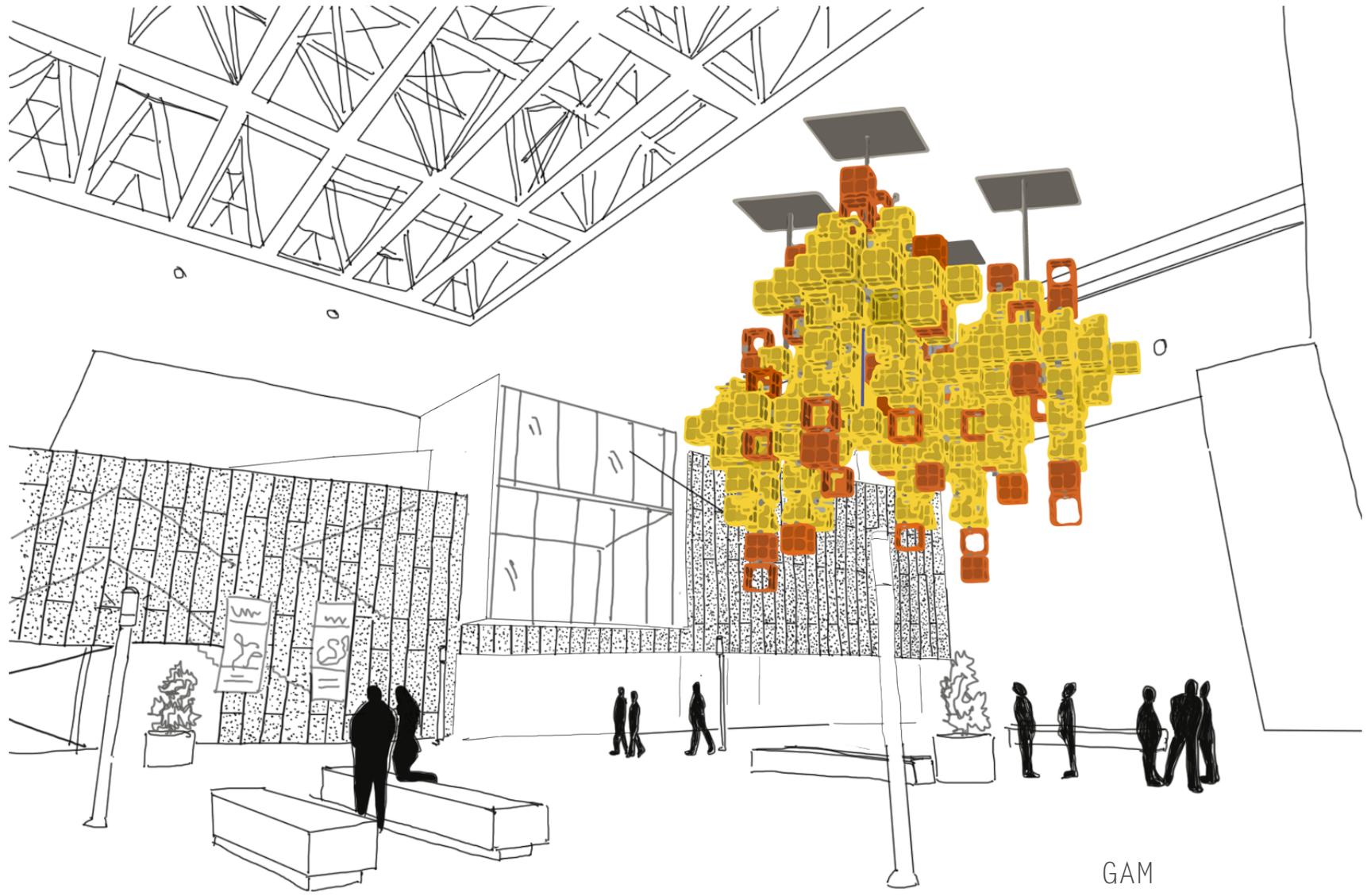


Vista inferior

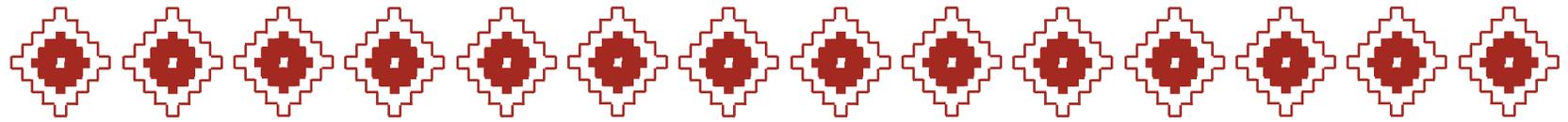


Vista frontal





GAM



“Instalación modular
experiencial, para la
contemplación.”



Experiencia
Encuentro espontáneo



Proyección de LUZ
artificial



sensores de movimiento
encienden luces de colores, según
la concepción colorista.



Punto de visibilidad de Chacana, que
forman MAUÑIMIN

3.2- Descripción Experiencia

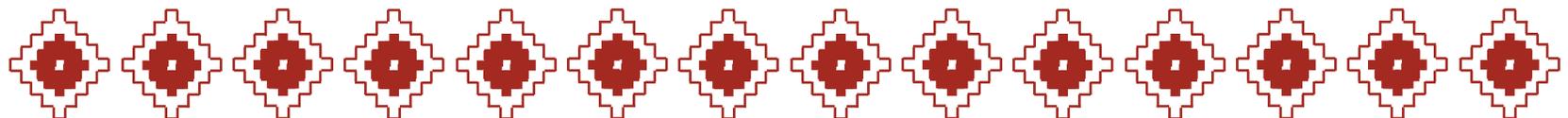
Experiencia de encuentro espontáneo, dada por luz, movimiento, posición en el espacio y simbolismo, donde el usuario debe relacionar las variables que se presentan, para comprender el significado de la instalación.

El recorrido está dado por puntos determinados en el diseño de suelo, dichos puntos son la ubicación exacta donde debe estar la persona para activar el sensor de movimiento, encendiendo una luz de color, según la concepción colorista, correspondiente al punto cardinal donde esté. Iluminando al usuario con proyección directa por 10 segundos, propiciando una instancia de contemplación.

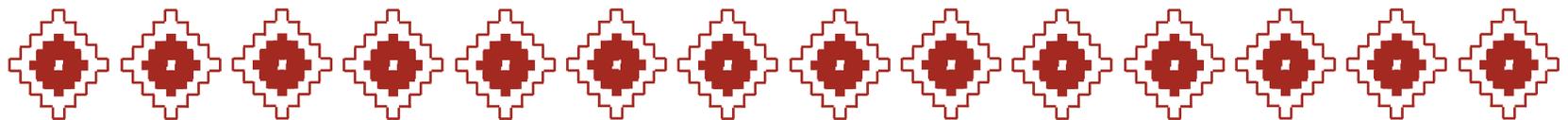
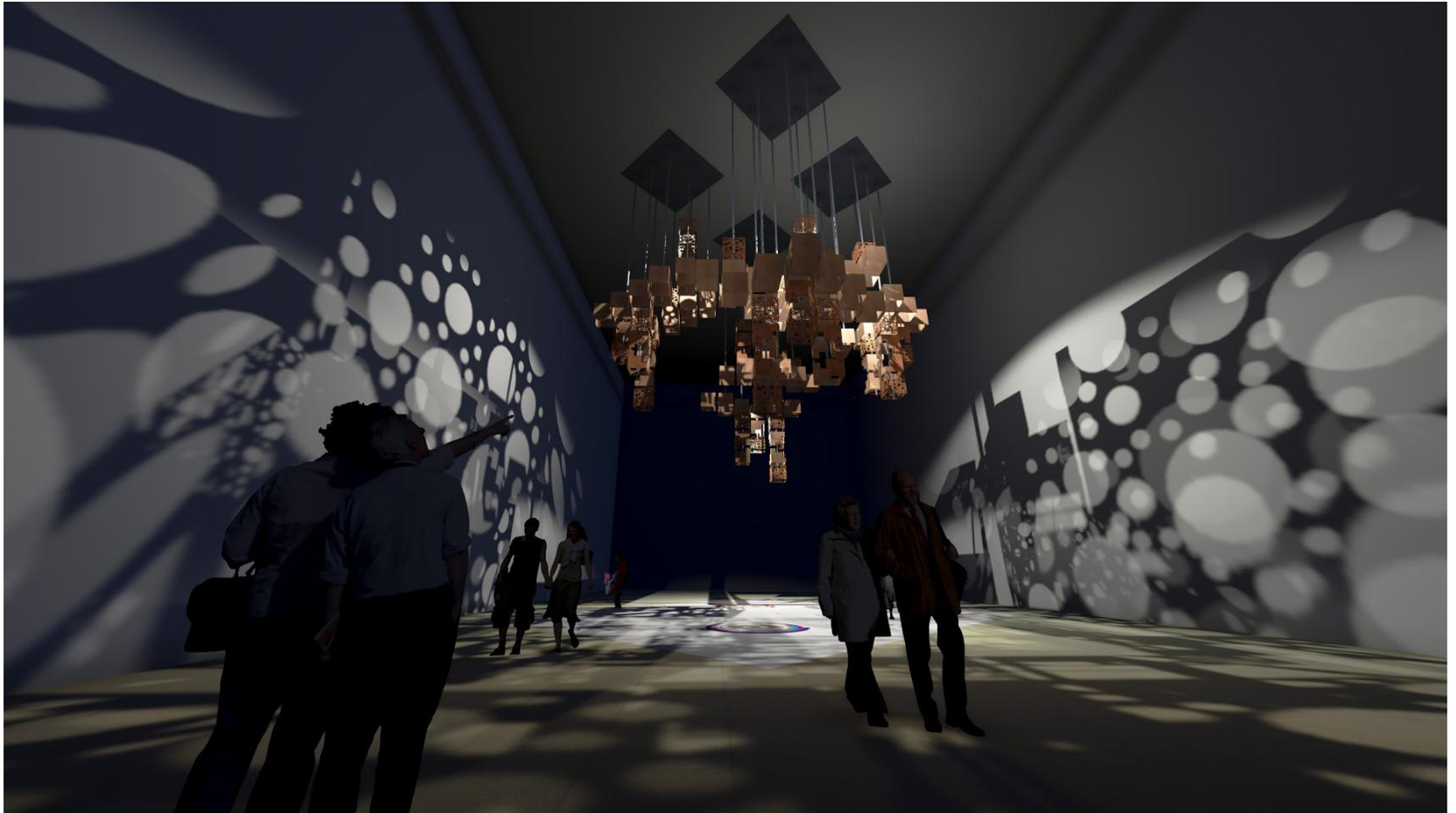
Las luces se encienden simultáneamente, según los puntos activados.

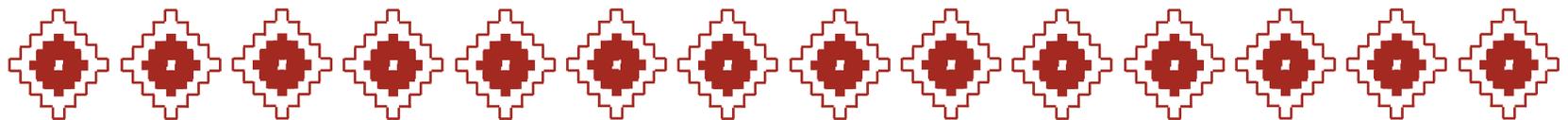


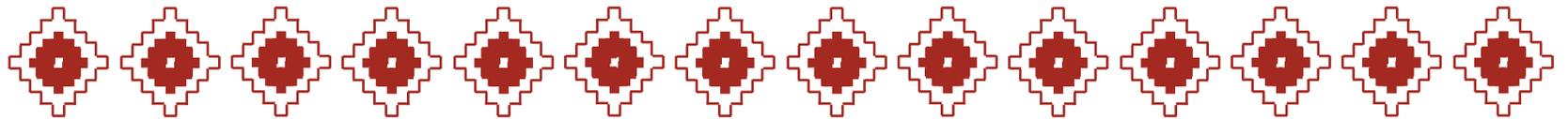
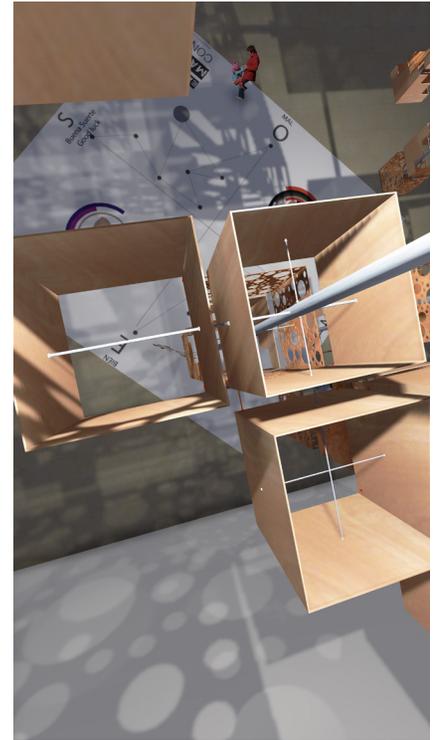
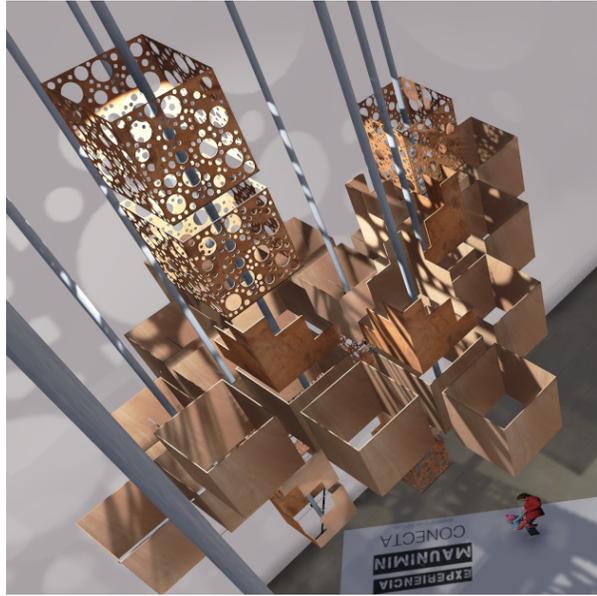
Imágenes de referencia de la proyección de la luz que debe tener el proyecto, alta intensidad considerando la distancia.



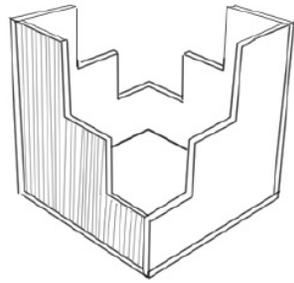
3.3. - PRODUCTO



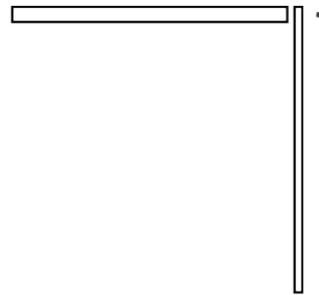




Descomposición del cubo



Vínculo materiales

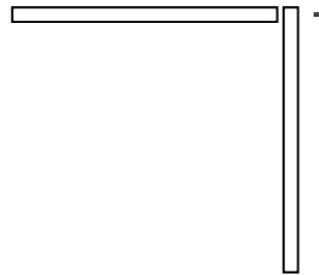
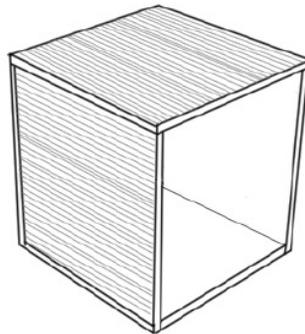


Materialidad

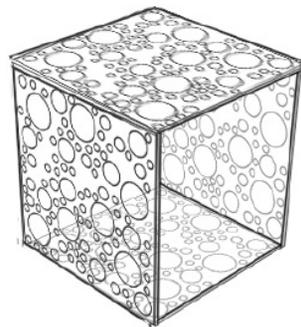


Cobre

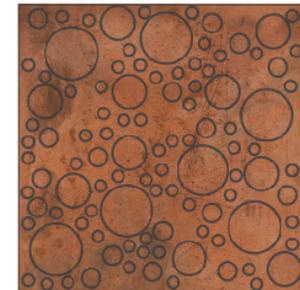
Lenga



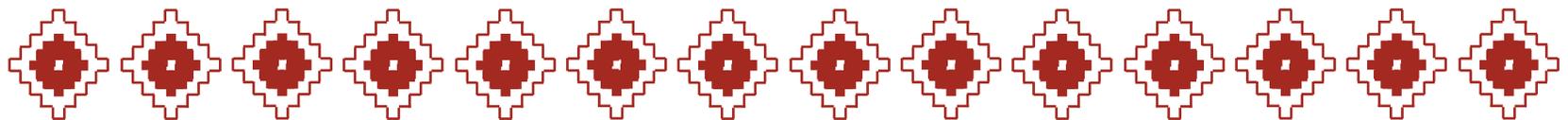
Lenga



Pliegue



Cobre



1.- Soporte principal: Sistema de despliegue tubular redondo, articulador de soportes para cubos, permite adaptar la instalación en diferentes espacios.

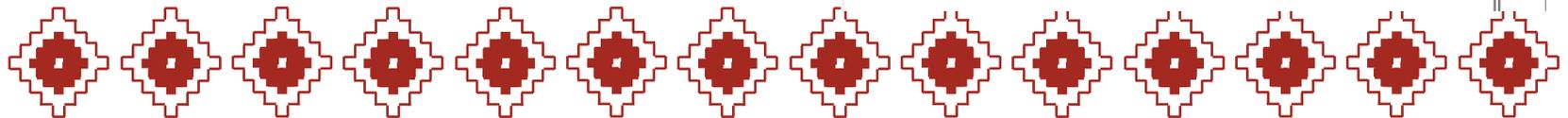
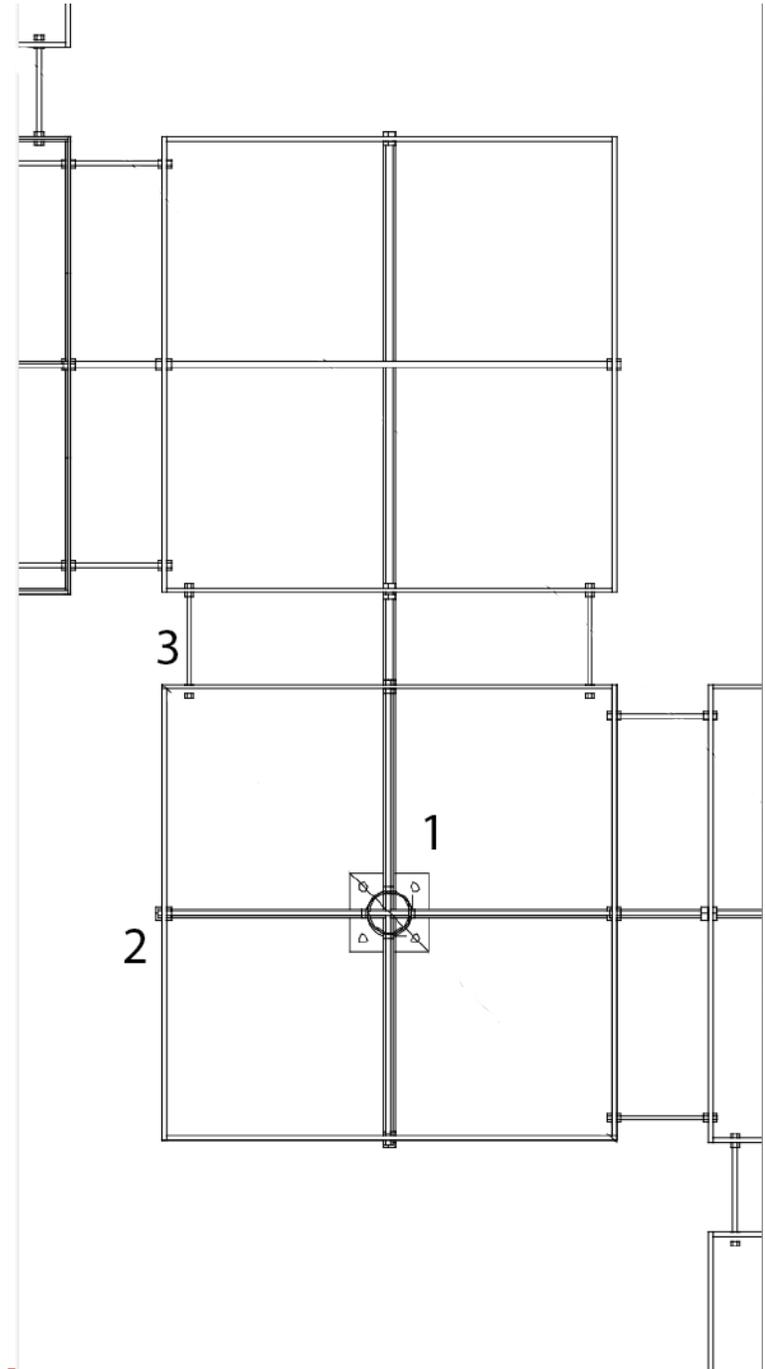
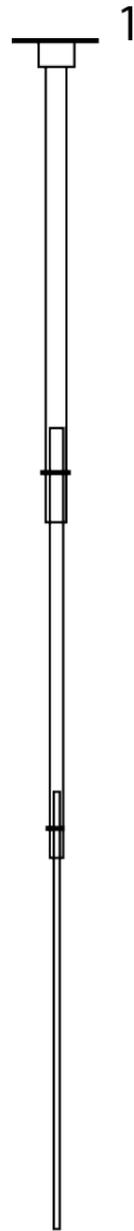
Contiene sistema eléctrico.

Materialidad: Acero

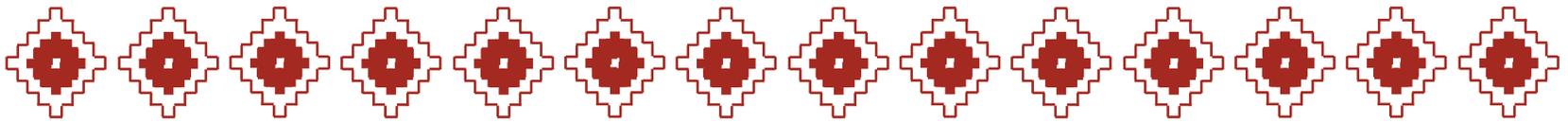
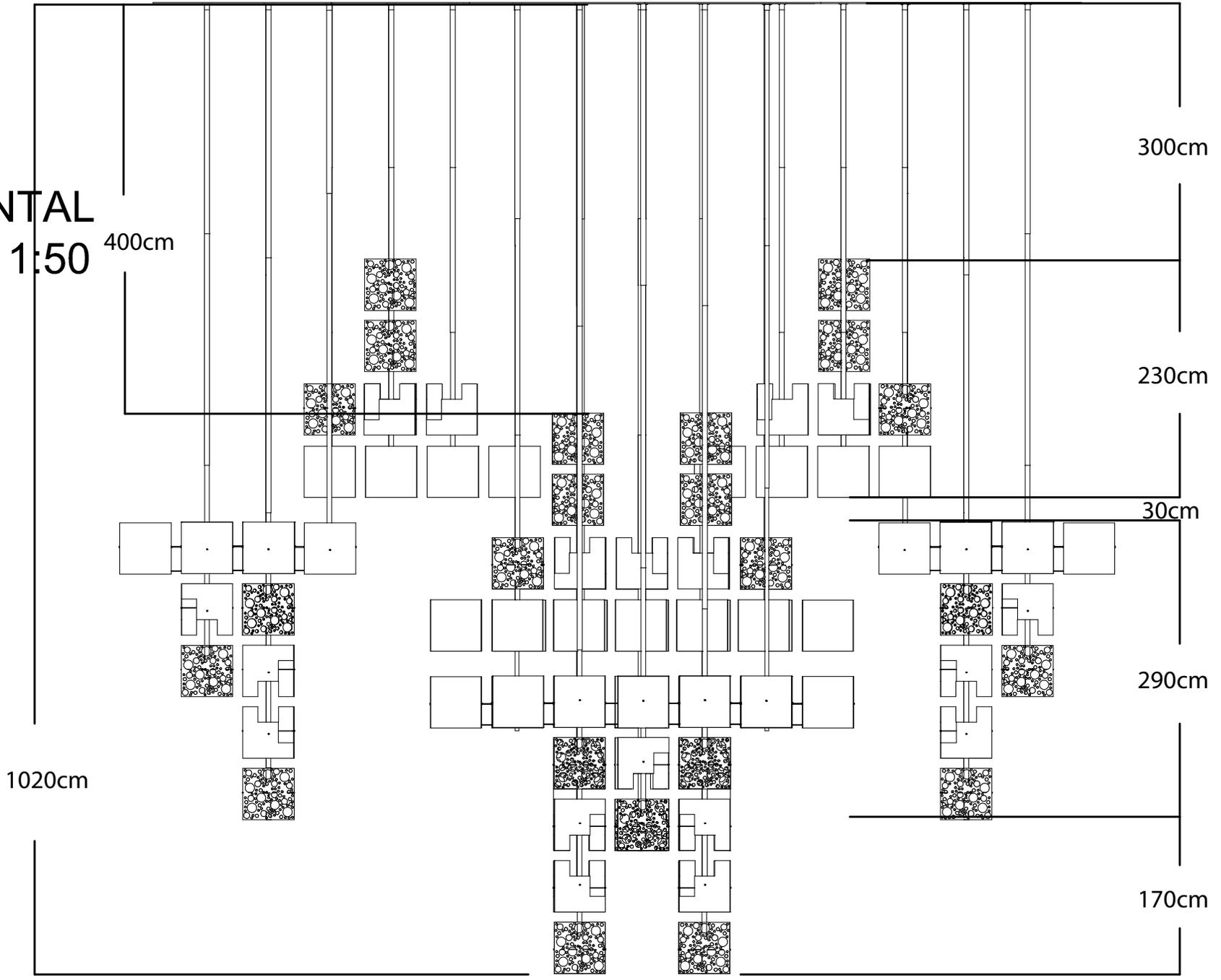
2.- Perfiles tubulares redondos impiden movimiento de cubos, fundamento estructural. En cada extremo tienen hilo.

Materialidad: Acero

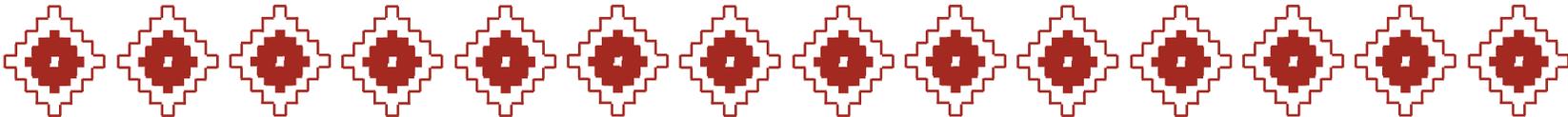
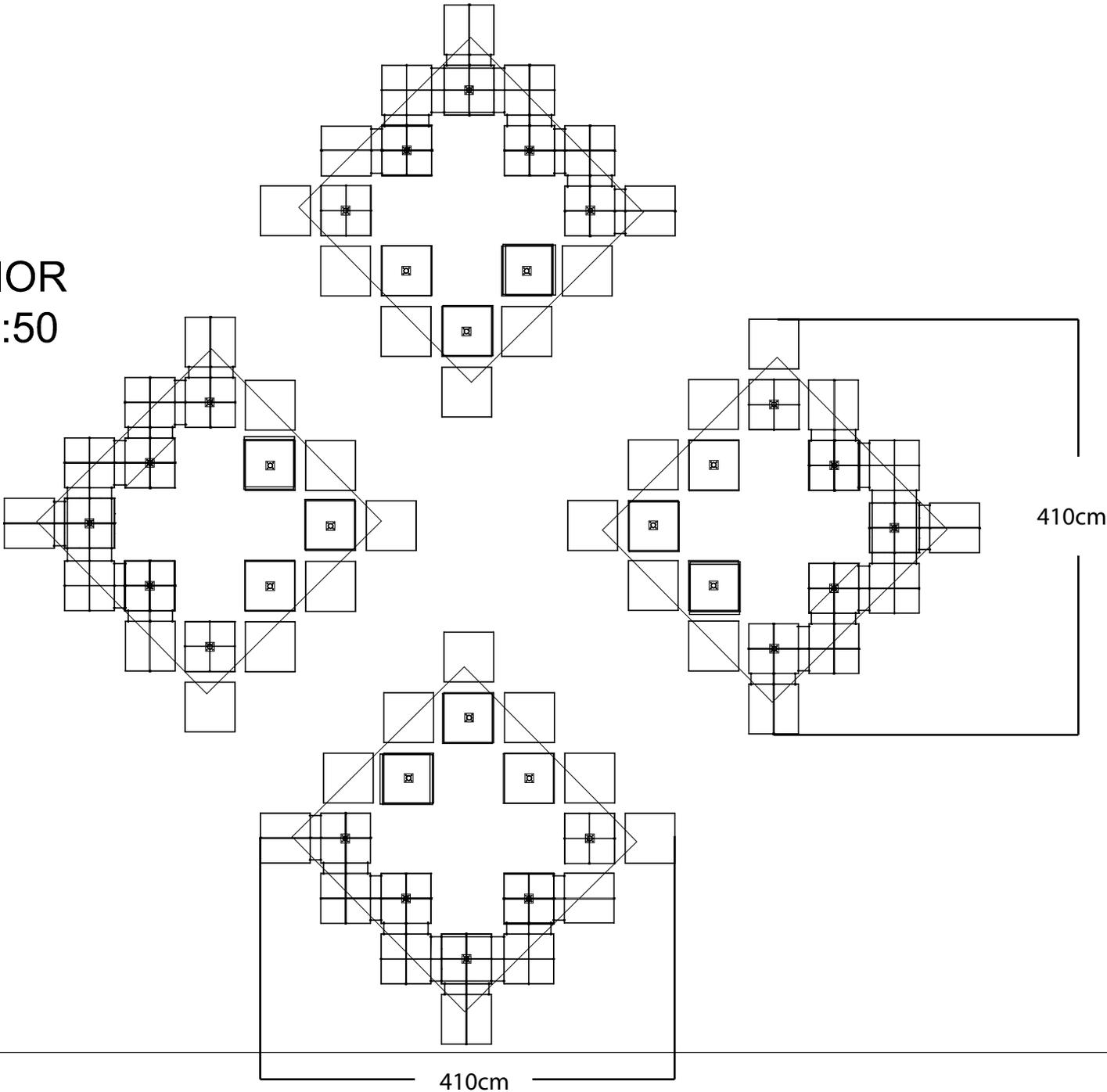
3.- Fierros redondos lisos con hilo en extremos, fundamento estructural.



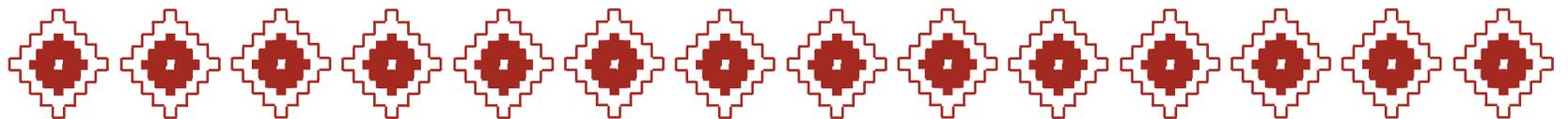
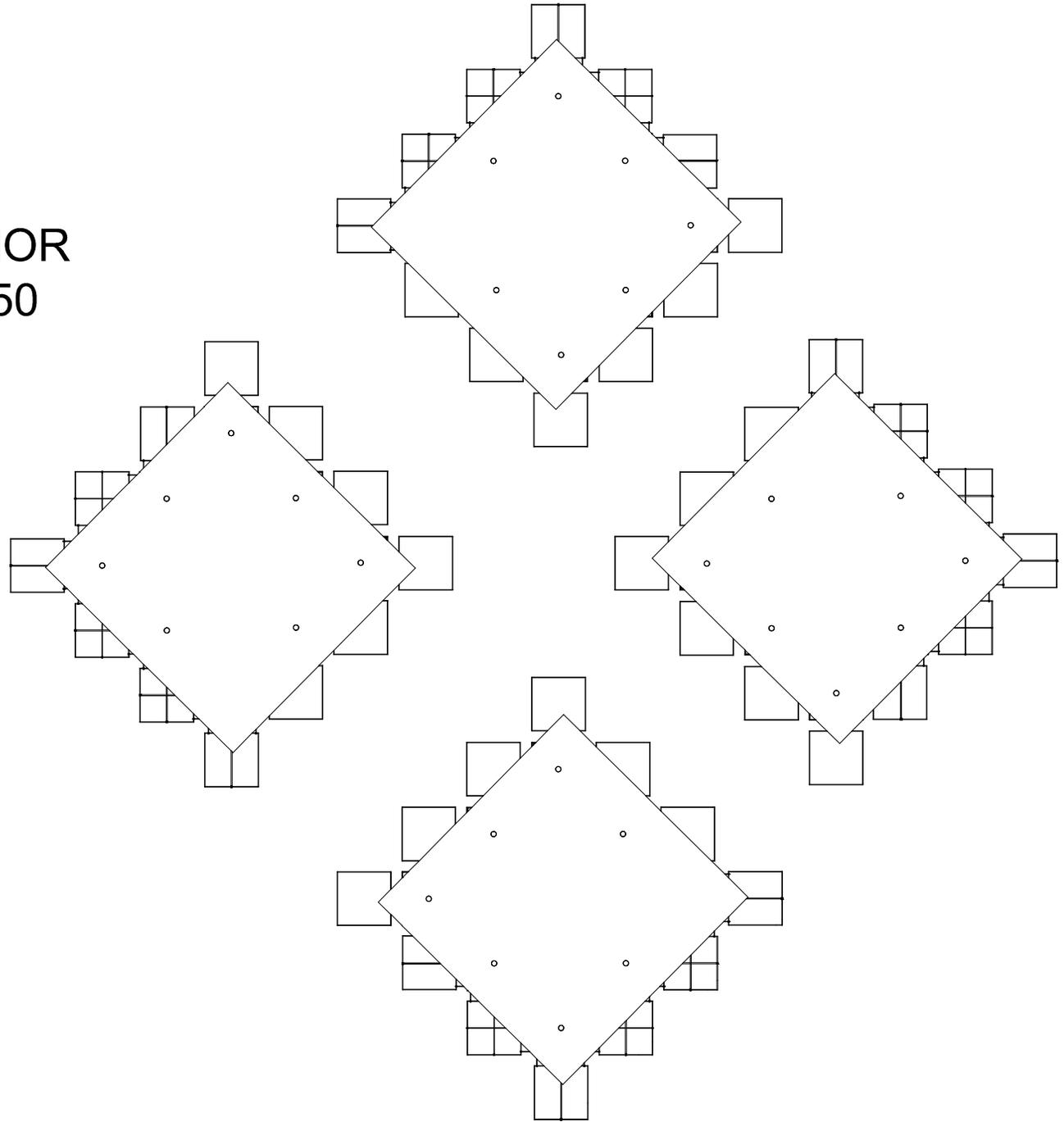
FRONTAL
ESC. 1:50



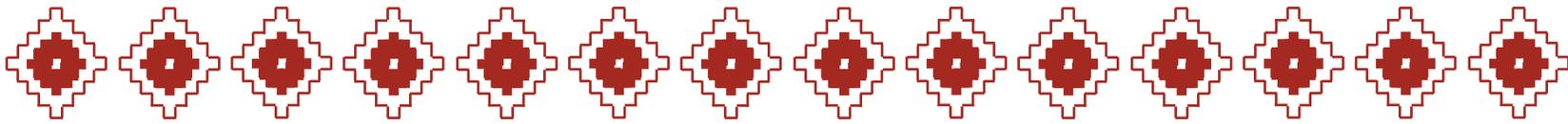
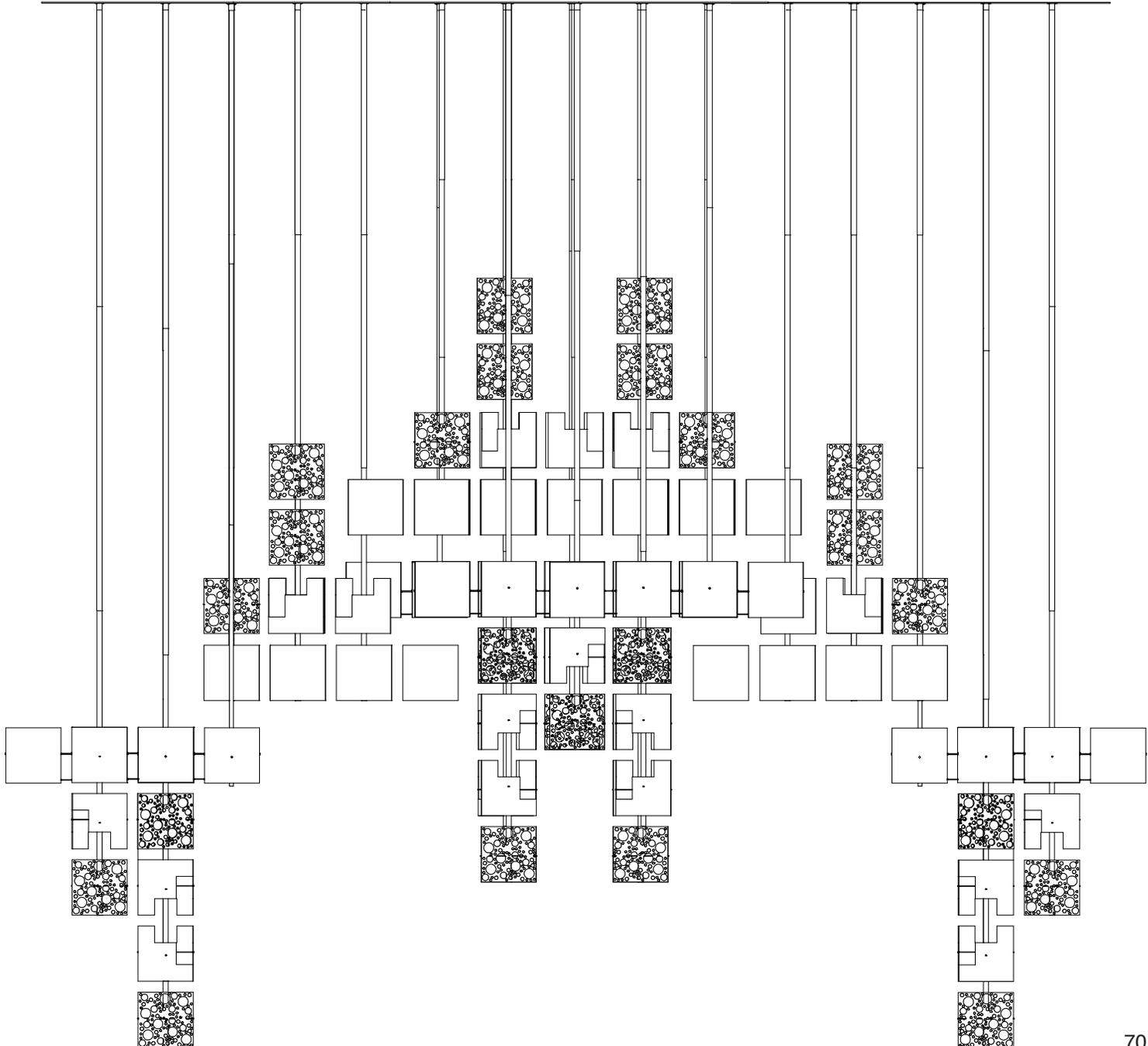
INFERIOR
ESC. 1:50



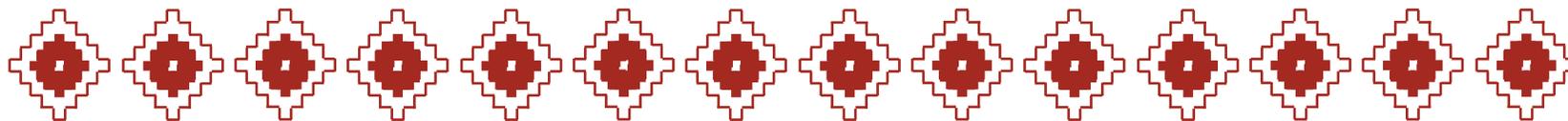
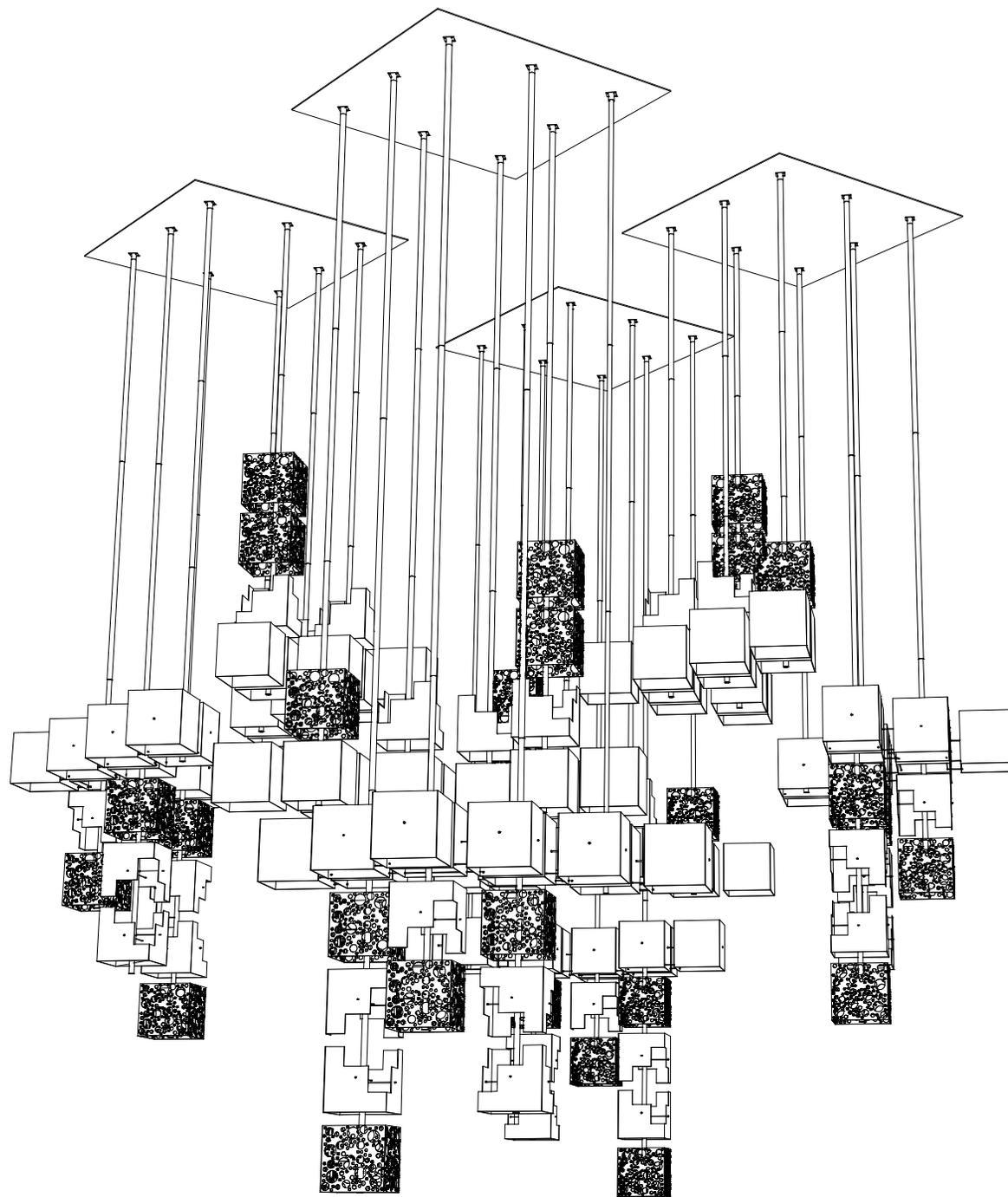
SUPERIOR
ESC. 1:50



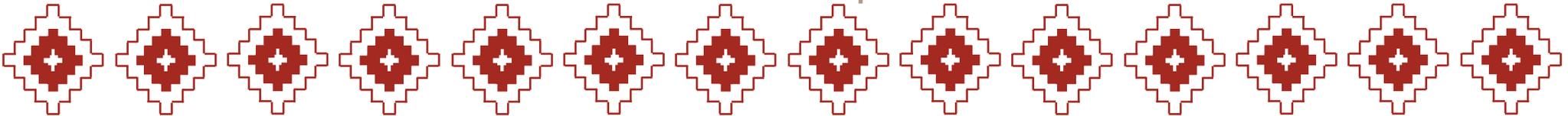
TRASERA
ESC. 1:50

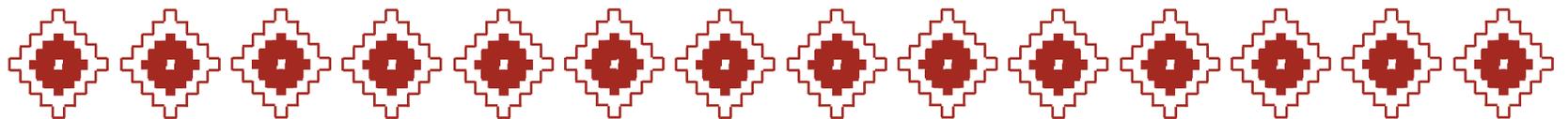
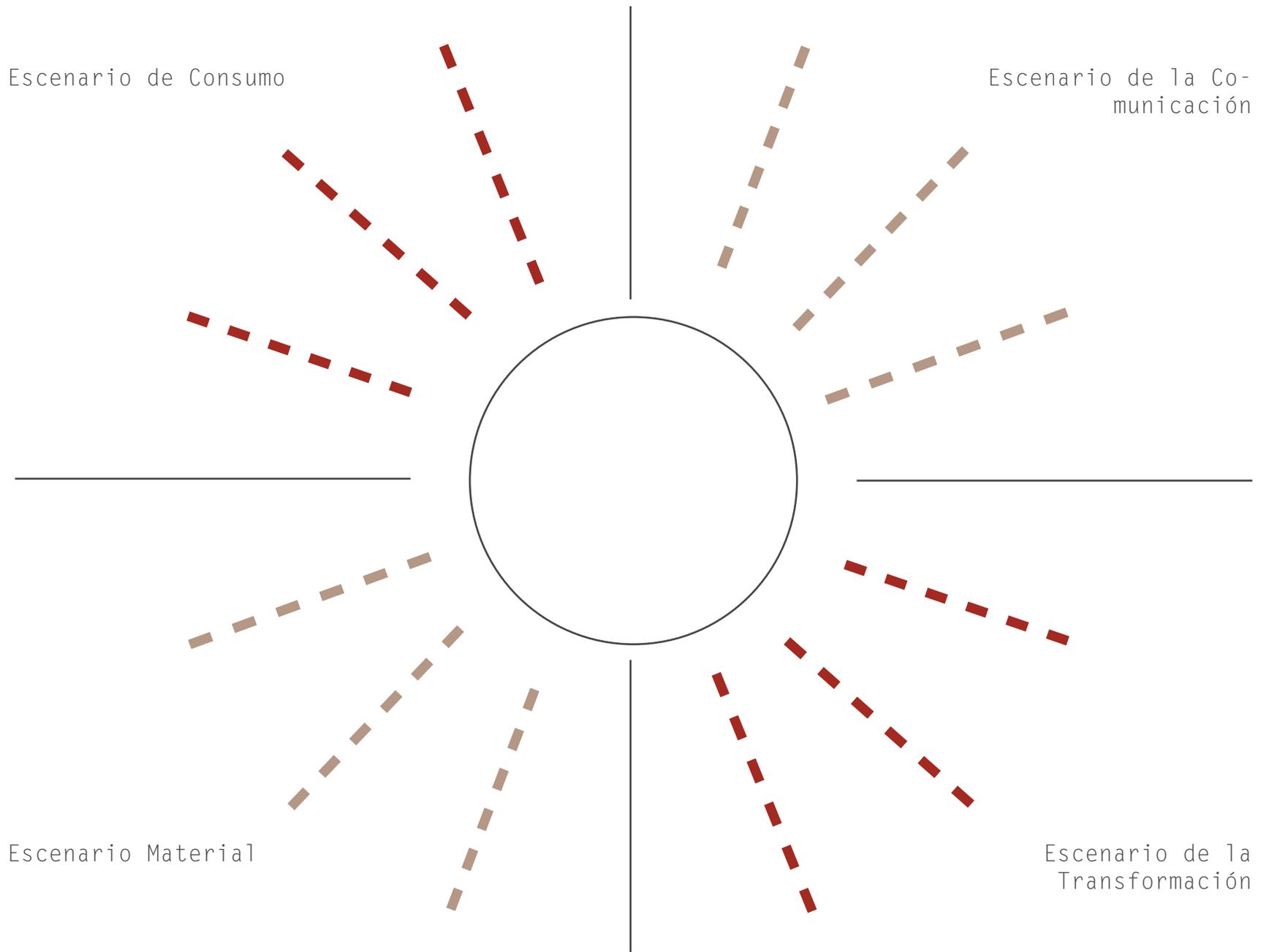


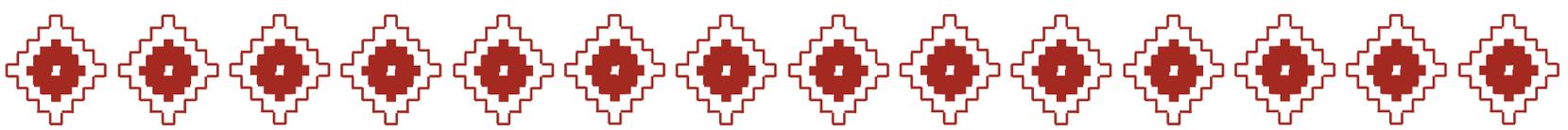
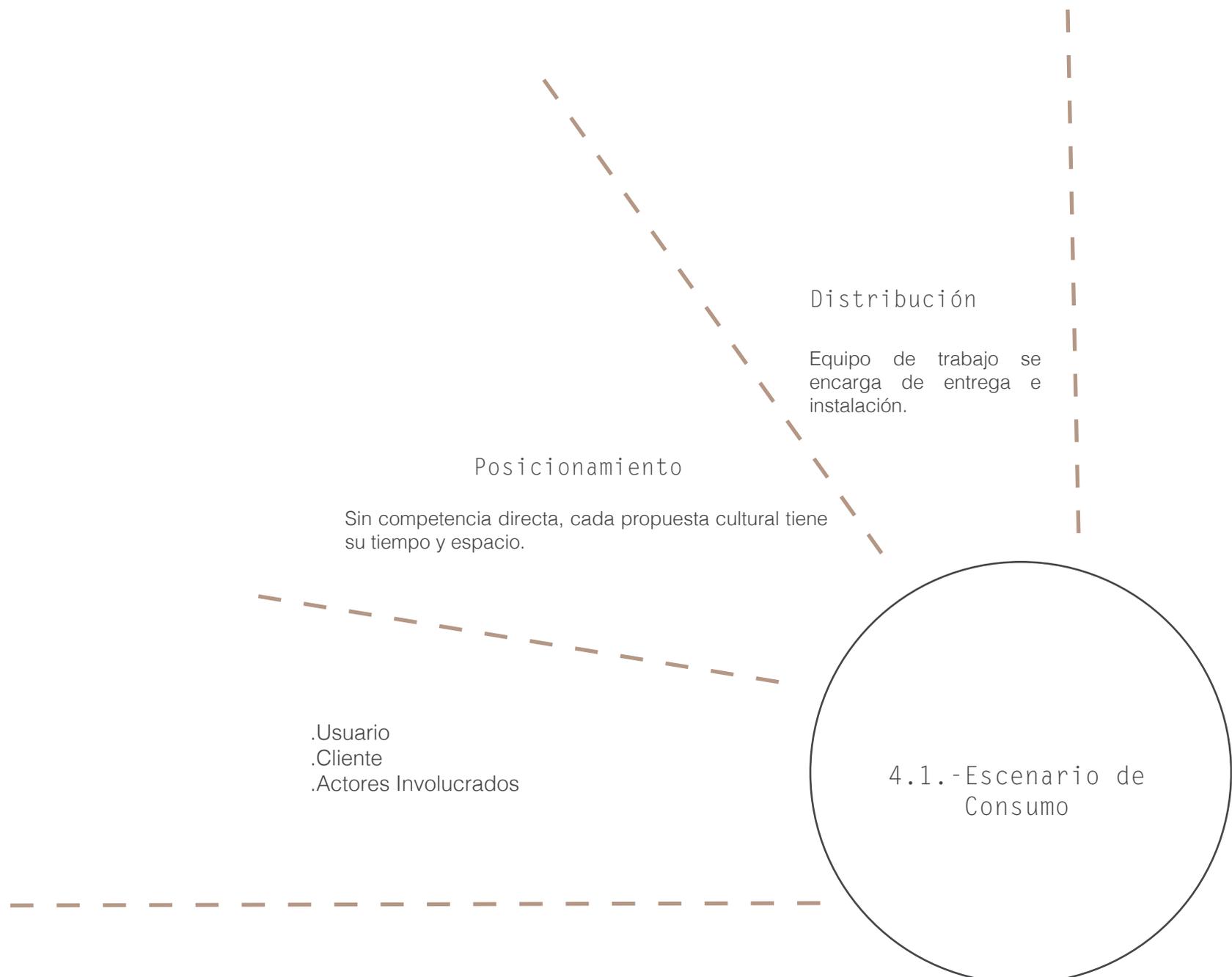
ISOMETRICA



CAPÍTULO IV :
SISTEMA DE PRODUCTO (IMDI)

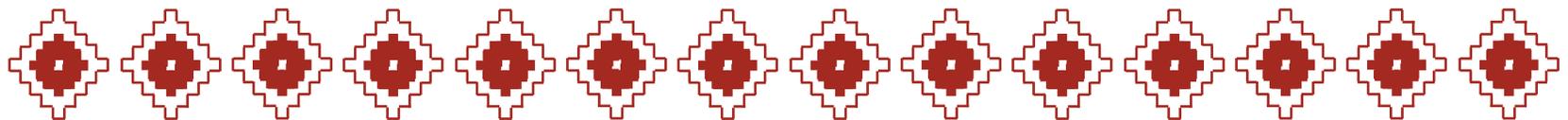








4.1.1.-**Usuario** --- turistas y/o residentes nacionales e internacionales, bagaje cultural.
Sin rango etario.



4.1.2.-Cliente --- encargados de centros culturales seleccionados.

4.1.3.-Actores involucrados (alianzas estratégicas)

Las alianzas estratégicas se dividen en dos, por un lado instituciones gubernamentales y privadas, relacionadas al turismo y la promoción de las culturas originarias, y por otro lado aquellas empresas privadas que aportan con material, como empresas mineras y madereras.

Turismo:

Instituciones gubernamentales: CONADI y FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE

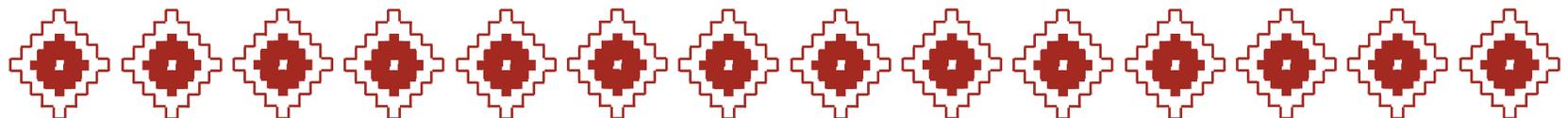
Institución privada: FEDETUR

Material:

Empresa Minera: ENAMI – Empresa Nacional de Minería

CONADI - Corporación Nacional de Desarrollo Indígena

Promover, coordinar y ejecutar la acción del Estado en favor del desarrollo integral de las personas y comunidades indígenas, especialmente en lo económico, social y cultural y de impulsar su participación en la vida nacional, a través de la coordinación intersectorial, el financiamiento de iniciativas de inversión y la prestación de servicios a usuarios.



FEDETUR - Federación de empresas de turismo de Chile (privado)

Posicionamiento:

- Trabajar con las autoridades y otros actores relevantes para destacar la importancia del turismo.

Promoción Internacional

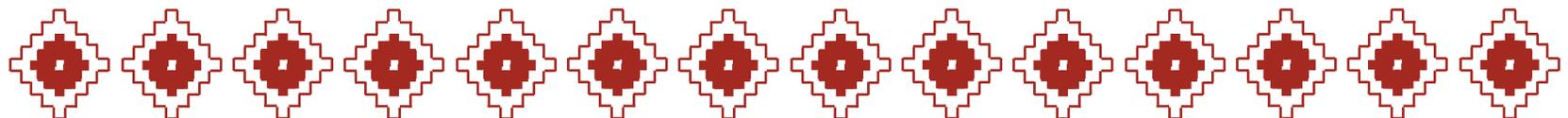
- Asegurar la implementación de la nueva institucionalidad público – privada de promoción y su adecuado financiamiento.

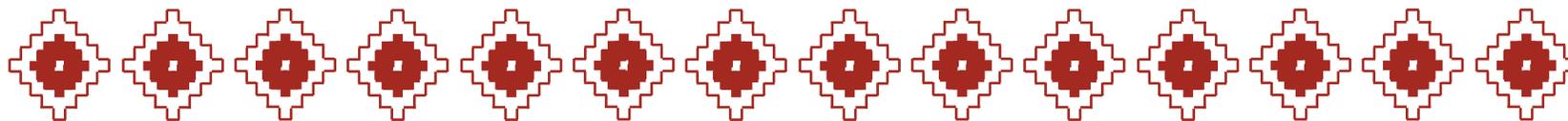
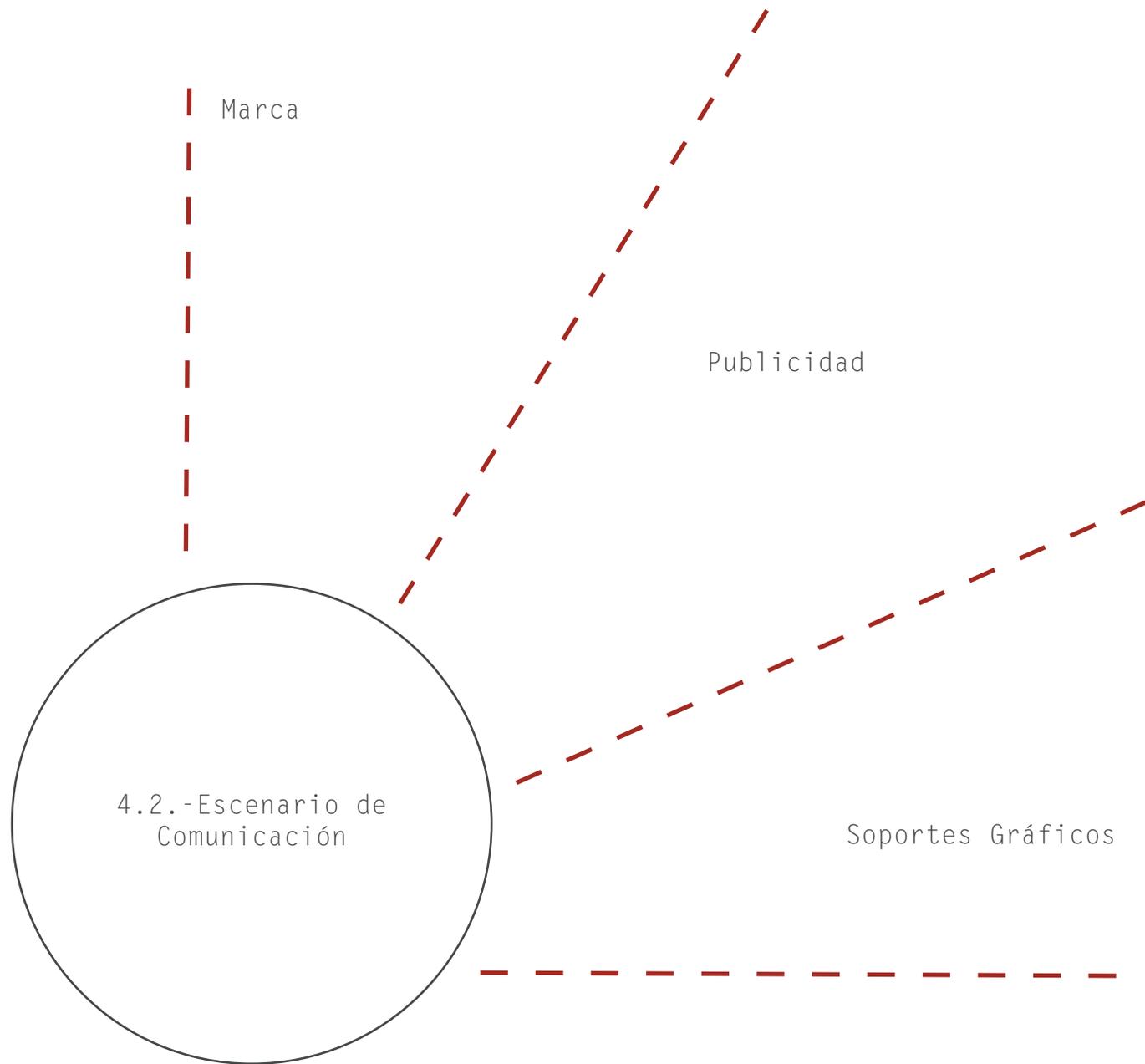
Capital Humano

- Fortalecer la capacidad de la industria para atraer talento y liderazgo empresarial

- Impulsar la Adaptabilidad Laboral en la industria.

FUNDACIÓN IMAGEN DE CHILE es una institución autónoma, creada en 2009 para velar por la promoción genérica de Chile y darle valor y prestigio al origen, convirtiendo esta tarea en una misión país, que recoja la diversidad de visiones y trascienda las coyunturas.



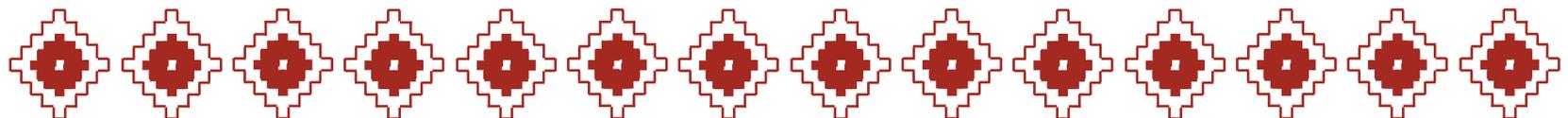
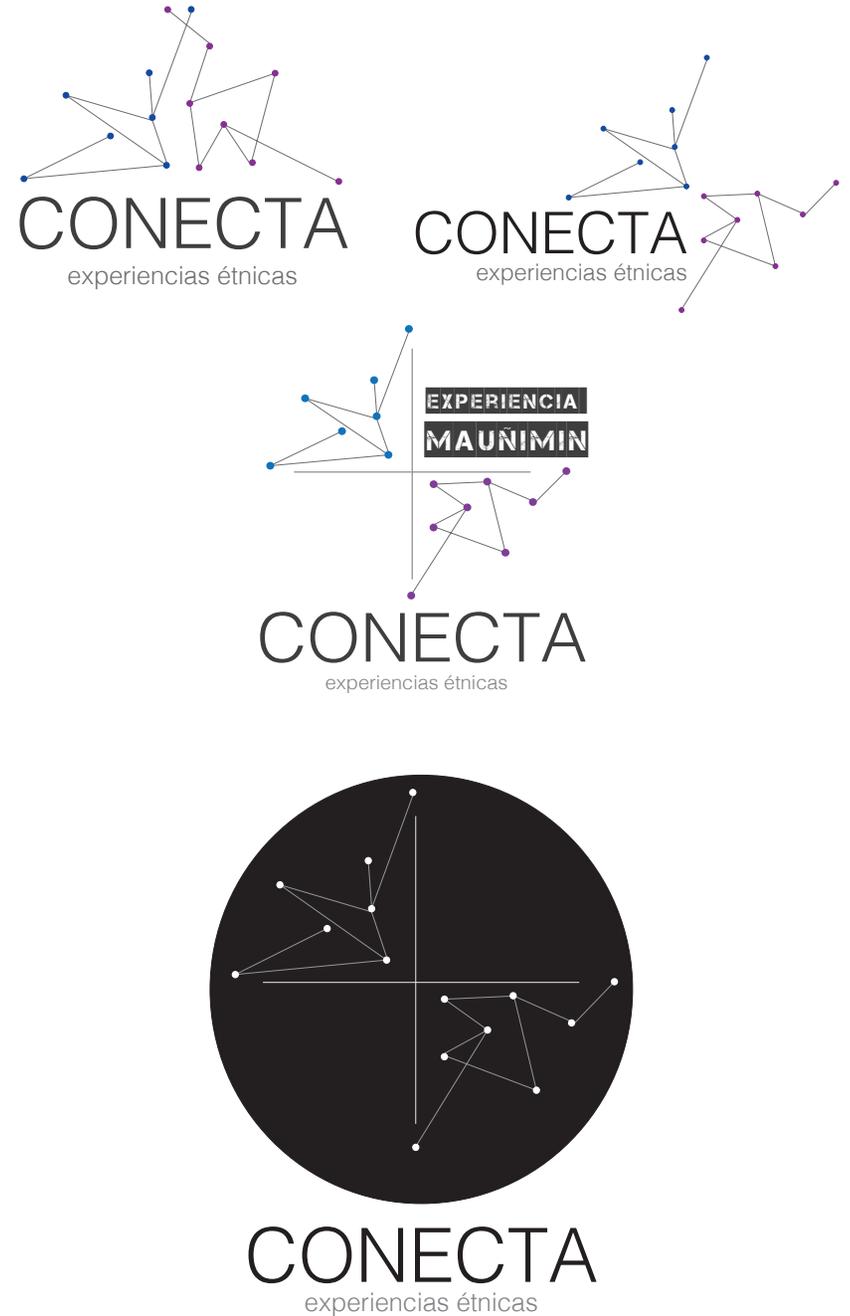


4.2.1.-Marca

La Marca se divide en dos, por un lado esta nombre e isotipo que presenta la empresa que entrega el servicio de experiencias étnicas (CONECTA) y por otro lado, tipografía tratada, donde se especifica que experiencia es la que se presenta (EXPERIENCIA MAUÑIMIN) .

Conecta: concepto breve y directo.
Ser refiere a la intención de aproximar a los usuarios a las culturas originarias de Chile, conectarlos mediante la experiencia.
El isotipo se divide en cuadrantes cardinales y la abstracción de las uniones en las constelaciones.

En cuanto a la definición de Experiencia Mauñimin, se expresa de tal manera, ya que dicho concepto, es el nombre de un símbolo que significa la unión de las comunidades mapuche y que es la forma que adopta el producto.





CONECTA

experiencias étnicas

EXPERIENCIA

MAUÑIMIN

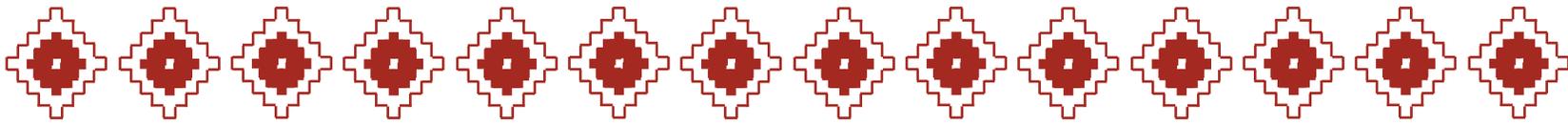
EXPERIENCIA
MAUÑIMIN

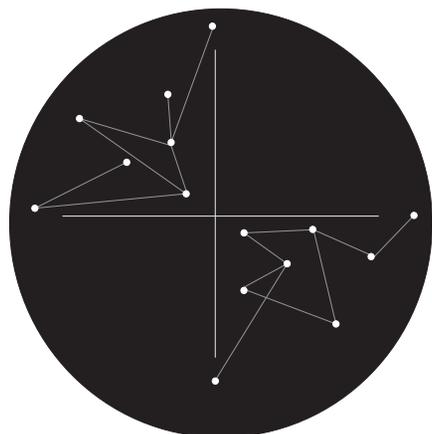
EXPERIENCIA
MAUÑIMIN

EXPERIENCIA
MAUÑIMIN

EXPERIENCIA
MAUÑIMIN

EXPERIENCIA
MAUÑIMIN





CONECTA

experiencias étnicas

4.2.2.- Conecta es una empresa que busca aproximar a las personas con los pueblos originarios de Chile en torno a experiencias de luz, recorrido y contemplación, en espacios culturales.

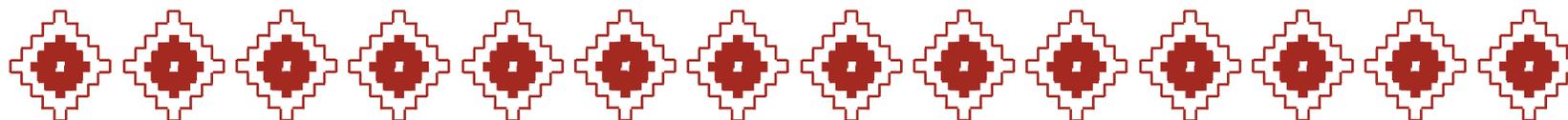
Conecta rescata rasgos significantes de cada pueblo en torno a su cosmovisión y los presenta a través de Instalaciones Contemporáneas de carácter simbólicas, como medios de presentación y difusión de las cosmovisiones de los pueblos originarios.

Primera línea – EXPERIENCIA MAUÑIMIN- Pueblo Mapuche.

Servicios:
Conecta entrega – instala - mantiene y desinstala EXPERIENCIA MAUÑIMIN.

Equipo de trabajo

Equipo de trabajo:
Diseñador – Director
Encargados de armado, desarmado y mantención.
Personal para traslado y entrega.
Eléctricos, que realicen las conexiones en cada montaje

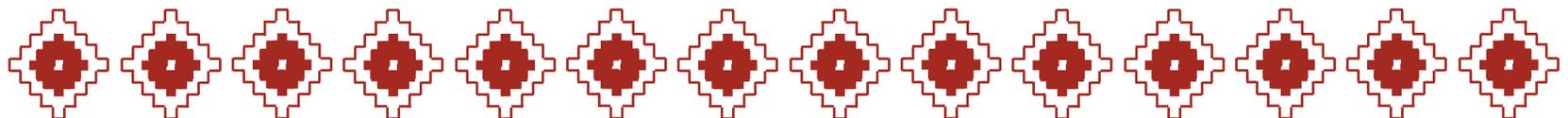
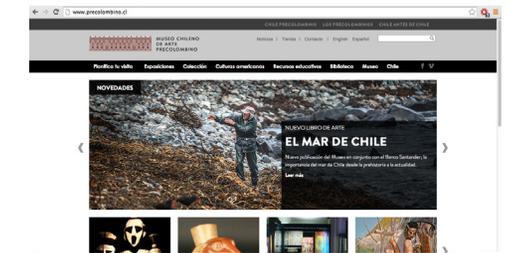
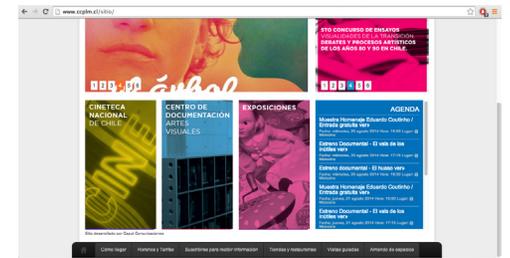
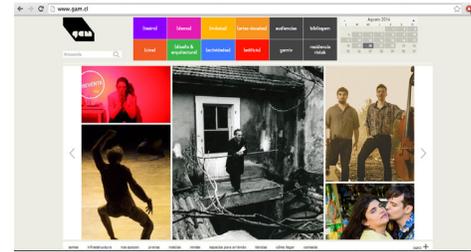


4.2.3.- Publicidad

En sitios web de los lugares de exposición, a modo de promoción en el instante que se esté exhibiendo.

Difusión entre personas post experiencia in situó.

Diseño de Publicación

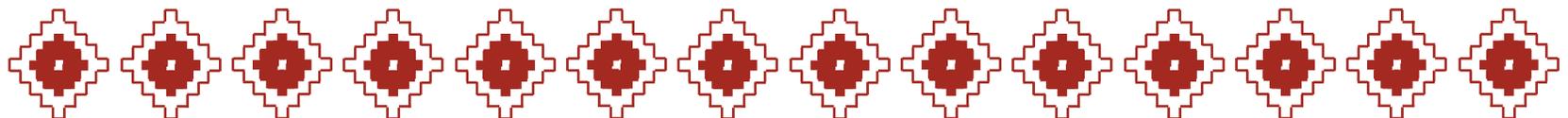
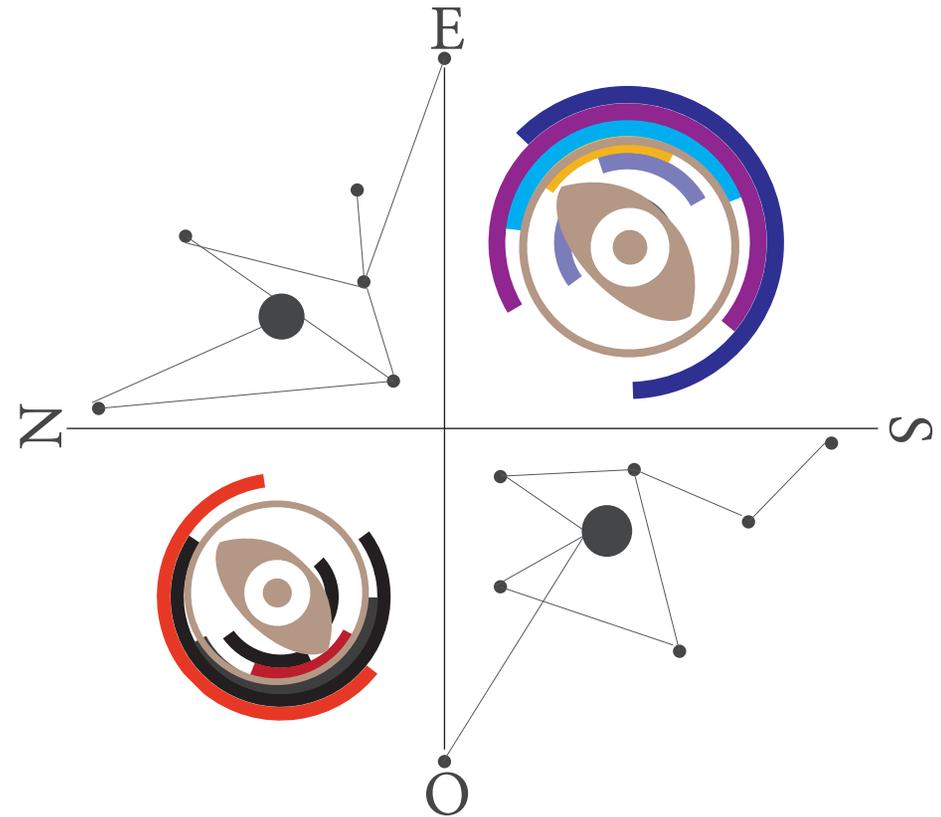


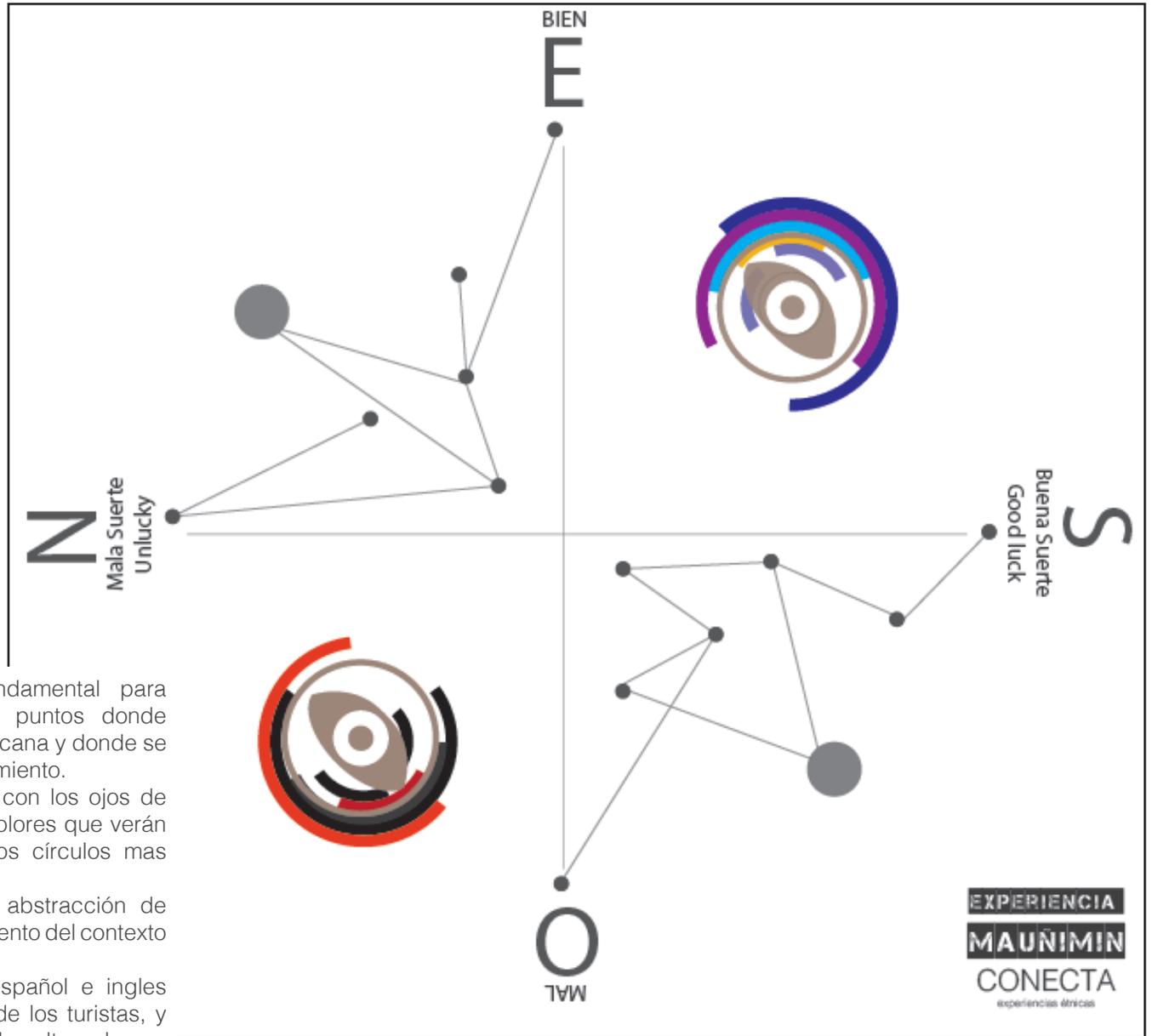
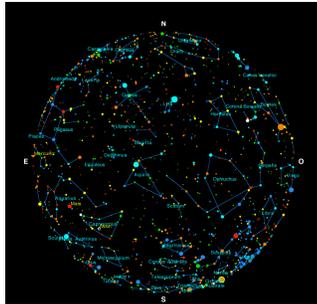
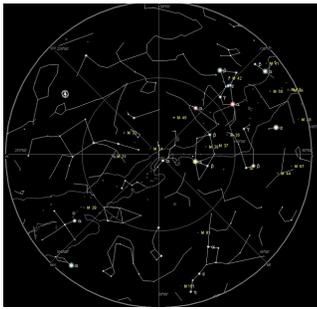
4.2.4.- Soportes Gráficos

---Experiencia:
Grafica en el suelo, bajo luminaria, actúa como complemento y soporte para dirigir la experiencia.
Idiomas: Ingles – español – mapudungun

---Externo:
Folletos entregados al momento del ingreso a los espacios seleccionados (junto con entrada en el caso que corresponda) Explica el recorrido y significado (relato).

---Tarjetas de presentación, para clientes y alianzas estratégicas.





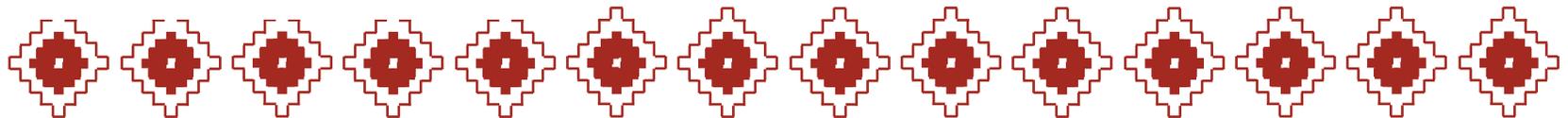
El diseño de suelo, es fundamental para posicionar al usuario en los puntos donde tendrá una visibilidad de la Chacana y donde se activaran los sensores de movimiento.

Son cuatro puntos, señalados con los ojos de colores, los cuales tienen los colores que verán en la luminaria, y también los círculos más grandes.

Está diseñado en base a la abstracción de constelaciones, como complemento del contexto de la concepción del cosmos.

Se expresa en tres idiomas, español e inglés para un mayor entendimiento de los turistas, y en mapudungun, porque es de la cultura de que trata esta instalación y por otro lado para que los usuarios conozcan dichos conceptos.

Los textos están orientados hacia el centro, para una mejor legibilidad del usuario una vez dentro.





Cosmovisión Mapuche

Concepto holístico que abarca desde el orden del cosmos, hasta su forma de ver, percibir y vivir la vida.

Concepto que involucra principios que son transversales en la noción del cosmos para el pueblo Mapuche.

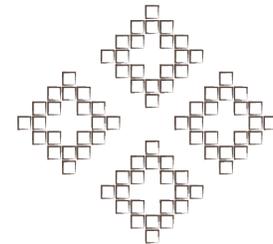
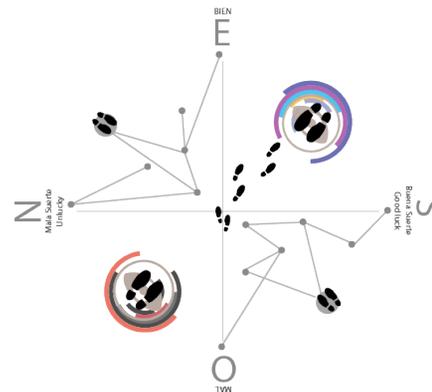
En la Concepción Mapuche del cosmos conviven el mundo natural y el sobrenatural, siendo ambos igual de reales y tangibles. Entre los cuales varía el bien y el mal, según su orientación en el espacio.



Detente en los puntos destacados, y descubre la EXPERIENCIA MAUÑIMIN



La cosmovisión y su orden del cosmos conlleva variables que se relacionan de manera simbólica a través de los **puntos cardinales, color y su vínculo con el bien y el mal.**



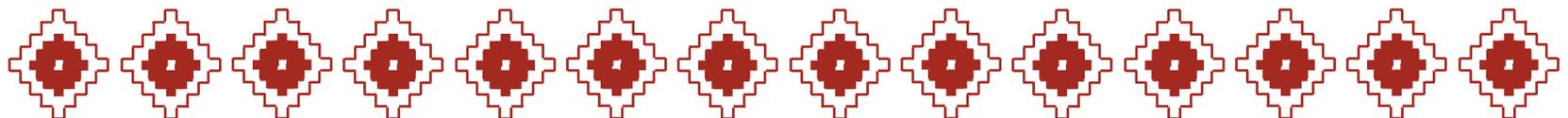
MAUÑIMIN

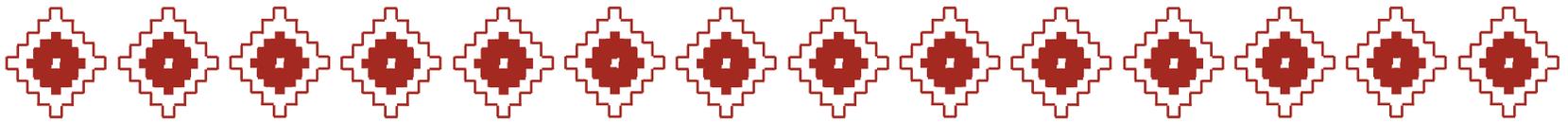
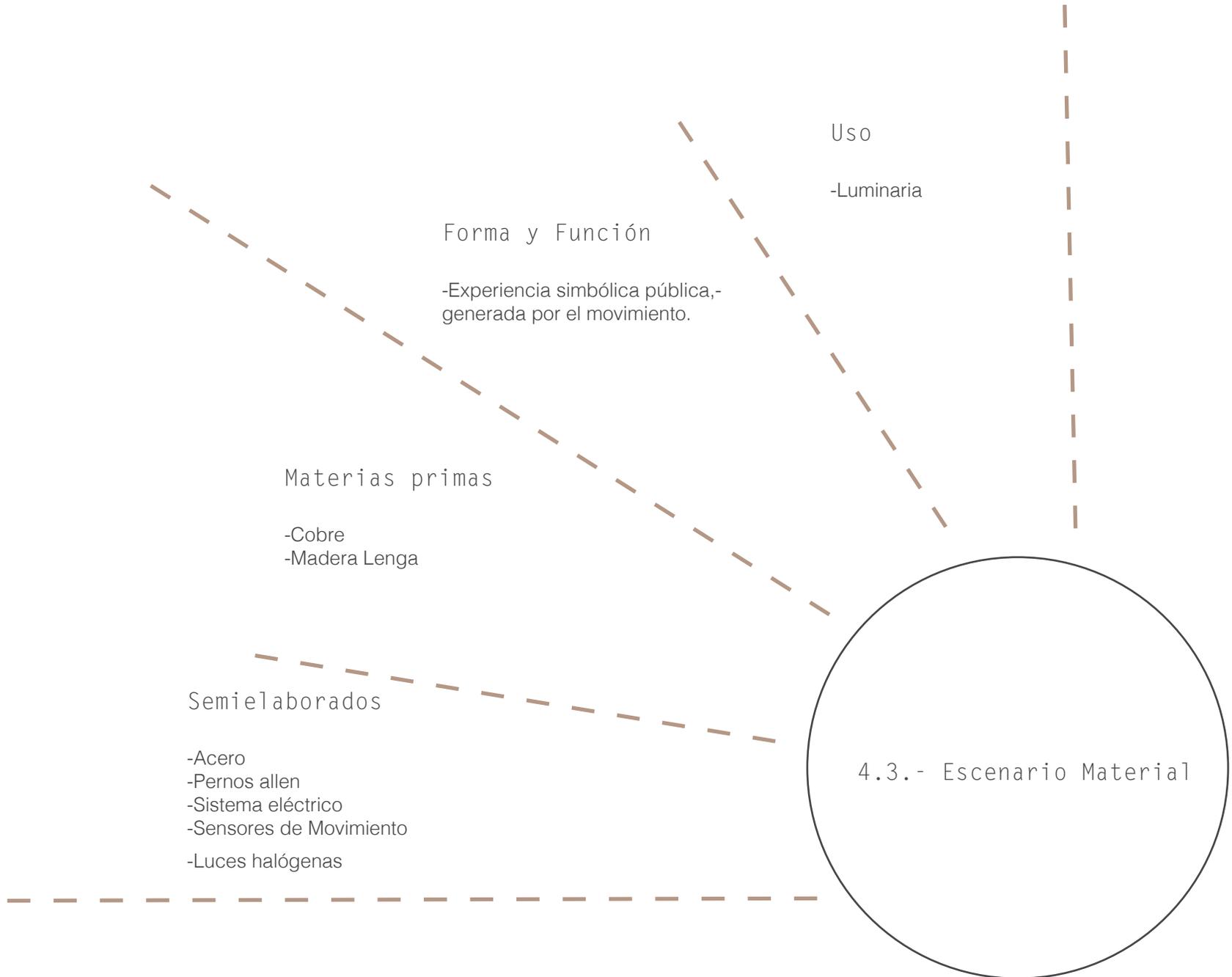
Simbolo que representa la unión de las Comunidades Mapuches.

Folletos por tiro y retiro.

El relato se fundamenta en respaldar la experiencia en breves palabras, primero con una definición de cosmovisión y concepción del cosmos, y por el reverso indicando los primeros pasos a seguir y apoyando lo que verán in situ. No se explica detalladamente para que el usuario haga la relación del espacio con los colores que ve.

Dimensiones: 21,5 x 13,97





Armado

- Visualización del espacio
- Unión de las piezas:
 - 1° Placa en cielo, soporte principal.
 - 2° Instalación de perfiles desplegables y perfiles en cruz.
 - 3° Instalar sistema eléctrico (luces y sensores).
 - 4° Ubicar cubos sobre cruces y fijar.
- Pegar adhesivo en suelo.

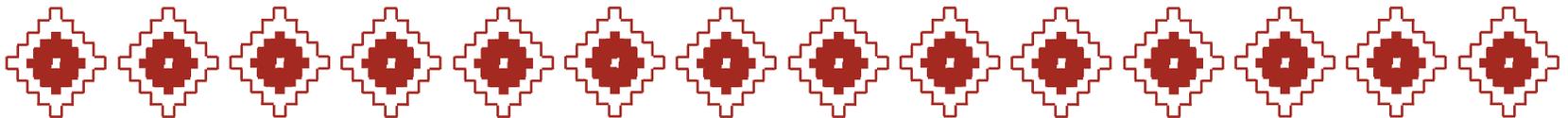
Proceso de fabricación

- Adquisición de Materia Prima
- Corte de piezas en laser y CNC.
- Perforaciones en placas y perfiles.

4.4.- Escenario de Transformación

Tecnología:

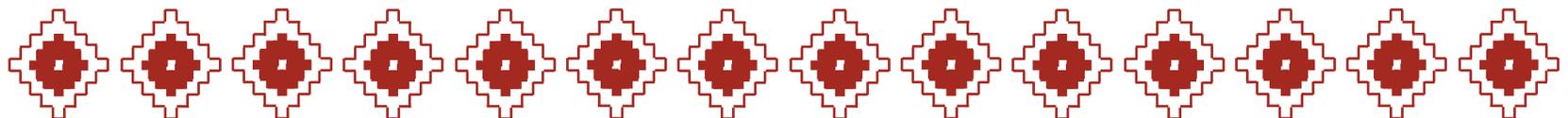
- maquinarias :
 - .corte de laser en metal.
 - .corte madera en CNC.
- sistema de iluminación, sensores de movimiento



5.1.- Costos

Costos por modulo	unidad	total
100 paneles de Lenga (50 x 50 cm, 2,1 cm esp.)	5627	5627
6 paneles de Cobre (200 cm x 50 cm, 0,3 cm esp.)	316251	1897506
10 paneles de Cobre (100 cm x 50 cm, 0,3 cm esp.)	158126	1581260
24 Corte con agua círculos (piezas Cu)	156700	3760800
20 Corte CNC rectos (piezas M. Lenga)	2800	56000
8 perfiles tubulares de 2" x 1,5 mm x 3 mt	3898	31188
8 perfiles tubulares de 1 1/2 " x 1,5 mm x 3 mt	2703	21628
8 perfiles tubulares de 1 " x 1,5 mm x 3 mt	2552	20416
4 fierros redondos lisos de 10 mm x 186,5 cm (soporte cubos)	1230	4920
12 fierros redondos lisos de 10 mm x 121 cm (soporte cubos)	922	11064
40 fierros redondos lisos de 8 mm x 15,5 cm (separación cubos)	57	2280
420 tuerca hexagonal G2 1/2"	395	165900
80 tuercas hexagonal G5 3/8"	355	28300
232 Perno cabeza plana con tuerca 1/2"	183	42456
5 Focos LED	100000	500000
4 sensores de movimiento infrarrojo digital	7100	28100
Micro controlador	2000	2000
100 mt cable	200	20000
total		8.179.445
Total por cuatro módulos		32.717.780
Soportes Gráficos		
500 folletos tiro y retiro, 21,5 x 13,9 cm		70000
64 mt2 Vinilo suelo (grafica total)	13000	832000
total		902.000
Recursos Humanos por periodo determinado (3 meses app)		
Diseñador -Director	3000000	3000000
Encargados de armado, desarmado y mantención (5 personas)	300000	1250000
Personal para traslado y entrega (2 personas)	250000	400000
Eléctricos, que realice las conexiones en cada montaje (2 personas)	400000	800000
total		5.450.000
Total		39.069.780

Al momento de ejecutar el producto, los costos pueden disminuir según los auspicios que se establezcan.



Bibliografía

Documentación web

- http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_sociales_culturales/etnias/pdf/estadisticas_indigenas_2002_11_09_09.pdf

- <http://www.galeon.com/mapunche/valores.html>

- <http://www.sernatur.cl/>

- <http://www.conadi.gob.cl/index.php/nuestra-institucion>

- <http://www.sernatur.cl/estrategia-nacional-de-turismo> (PDF)

- http://www.unesco.lacult.org/docc/CyD_9_es.pdf

- <http://www.revistas.uchile.cl>

- <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=215088>

- www.imagendechile.cl

- <http://www.maquimetal.cl/>

- <http://www.ignisterra.com/web/>

- <http://www.ccplm.cl/sitio/>

- <http://www.gam.cl/>

- <http://www.precolombino.cl/>

- <http://www.mnba.cl/>

- <http://robertoigarza.files.wordpress.com/2008/03/lib-en-torno-al-producto-diseno-estrategico-e-innovacion-becerra-et-alt-2005.pdf>

- Tipificación-Demanda-Potencial-de-Chile.pdf

- http://www.chile.com/secciones/ver_seccion.php?id=60587

Documento word

- “Cosmovisión mapuche”, María Ester Grebe, Sergio Pacheco y José Segura

