

Ariexo

PT
DISEÑO/G
A859S
2001
ANEXO

01 OCT 2001

Recibido de la Secretaría de Estudios de la

PT

Alseño/G
A 859S
2001
Anexo

04890 Anexo



16 OCT 2000
17 APR 52797

R 738 Anexo



Nombre del Proyecto: "Plan comunicacional para dar a conocer Valparaíso, a través de la revalorización del Patrimonio Intangible".

Autor: Gina Astudillo Salgado.
Profesor Guía: Alejandro Rodríguez Musso.

I.- Introducción..... pag.2

II Presentación del proyecto específico

2.1.- Fundamento del proyecto..... pag.3
-descripción del proyecto..... pag.4
-objetivo general..... pag.5
-objetivo específico..... pag.6
-propuesta conceptual..... pag.7
-propuesta formal..... pag.8

2.2.- Creación de imagen para el depto. turismo..... pag.9-12

2.3.- Creación Souvenir patrimonial..... pag.13-14
-definición de leyenda..... pag.15
-antecedentes sobre leyendas..... pag.16-18
-descripción del proyecto souvenir patrimonial..... pag.19-20
-selección de leyendas..... pag.21
-selección de leyenda v/s ascensor..... pag.22-25
-análisis de públicos..... pag.26

III.- Soportes gráficos a utilizar..... pag.27

IV.- Criterios de diseño..... pag.28

4.1.- contenidos..... pag.28
4.2.- imágenes..... pag.29
4.3.- colores..... pag.30

De todas nuestras instituciones, la **universidad** es una de las principales y a ella le es confiada no sólo la formación integral de los jóvenes que buscan la profesionalización, sino también una **activa participación en los temas de desarrollo regional**. En Valparaíso contamos con cuatro universidades calificadas por su tradición y su historia, al punto de, que cuando se piensa en las **oportunidades que tiene nuestro crecimiento** como ciudad, nunca deja de pensarse en que el mundo universitario constituye uno de los pilares de ese crecimiento.

El rol de nuestras universidades es crucial y, por lo mismo, determinante cuando se piensa en las **posibilidades reales de desarrollo y crecimiento** en Valparaíso.

Nosotros somos un patrimonio consistente, una **masa crítica importante y valiosa** en esta sociedad, que desde el trabajo laborioso de la inteligencia puede y debe **proyectar hacia el medio todo el peso de sus búsquedas y descubrimientos**. En este anexo se detallan algunos aspectos formales que no fueron mencionados en la memoria que son importantes de destacar.

Descripción del proyecto

- El proyecto se enmarca dentro del área Social, extendiéndose al ámbito del Turismo Cultural. Consiste en la creación de instancias de comunicación que permitan poner en valor la identidad de Valparaíso, a través del rescate del Patrimonio Intangible.
Para lo anterior el proyecto se divide en dos partes que son complementarias, esto para poder proyectar el desarrollo y la actividad cultural a todas las esferas de la población .

- Creación de imagen para el Departamento de Turismo de Valparaíso.
- Creación de souvenirs Patrimoniales.

El proyecto nace de la necesidad de crear productos con identidad que proyecten la misma a nivel nacional e internacional. Por otro lado generar desarrollo económico y empleos a partir de la actividad cultural.

Objetivo



Revalorizar el Patrimonio Intangible de Valparaíso reafirmando su identidad local, recuperando los valores que han sido desplazados, para así, identificar y distinguir la ciudad.

Evidenciar el carácter propio de **anfiteatro**, sustentado en el conocimiento de sus **leyendas y personajes** para encausar el desarrollo del turismo cultural.

Evidenciar el gran potencial del **turismo cultural**.

Lograr un conocimiento colectivo sobre nuestro patrimonio intangible, entendiéndose que es una **materia prima explotable** que puede generar trabajo dando a conocer nuevos puntos de interés.

Aumento de **auspicios** como fuente de apoyo al desarrollo del turismo cultural.

Hacer reconocible el **Departamento de Turismo** a nivel local, nacional e internacional.

El concepto central creativo del proyecto es:

“La búsqueda y el encuentro en el anfiteatro”

Este concepto nos habla de tener que realizar ciertas diligencias para hallar algo o alguien en un lugar en el que permanentemente se celebran varios espectáculos .

Este concepto permite que en el proyecto se den ciertas instancias que son la de invitación y conocimiento las cuales generarán la búsqueda.

Invitación: esta consiste en la creación de un primer momento que permite dar a conocer de manera insinuante la existencia de algo.

Conocimiento: esta instancia se encarga de incentivar mostrando con cierta magia.

Formalmente el concepto central creativo se da de la siguiente manera:

El dar a conocer algo de manera insinuante se construye a través de un **despliegue pausado**, y también, a través de la **continuidad de unidades visuales**, entendiéndose por continuidad de unidades visuales el transcurrir de la visión entre las partes de un todo percibiendo nexos visuales significativos que formando parte de este todo logran tener y mantener su autonomía conformándose a la vez como un sistema.

En síntesis continuidad visual expresada, a través de enlaces visuales tales como el despliegue la acentuación del detalle, y también por la asociación. En cuanto al incentivar mostrando con cierta magia este se construye a través de lo no rígido, es decir, de formas que permiten maniobrabilidad en donde hay una capacidad de dialogo directo con el usuario, existiendo cierta libertad operacional por ejemplo en los tiempos de lectura. También esto se denota formalmente en el descubrir la forma.

El Departamento de Turismo de la Ilustre Municipalidad de Valparaíso no posee imagen que lo identifique y distinga de otros Departamentos de Turismo, de hecho siempre se ha dado a conocer sólo a través del escudo municipal. Para la creación de la imagen del departamento de turismo se tomará en cuenta el objetivo general del proyecto que nos habla del rescate de nuestro patrimonio intangible; es por esta razón que se decide rescatar al personaje denominado "El Pancho", el cual un tiempo estuvo circulando por ejemplo en unos autoadhesivos pero finalmente se olvidó.

Cabe destacar que hay dos versiones gráficas de este "Pancho Porteño"



Primer "Pancho"



"Pancho" actualizado, fue utilizado para una campaña de limpieza en Valparaíso, denominado "Plan Escoba".

En este proyecto se pretende crear la imagen del Departamento de Turismo, tomando como base el primer "Pancho".

Como logotipo se contempla el uso de la siguiente frase:

"Pancho Turístico"

Cabe destacar que la ciudad es reconocida en el extranjero como "Pancho", es decir:

Pancho = Valparaíso

Entonces la frase "Pancho Turístico" es lo mismo que decir "Valparaíso Turístico".

Se rescatará del 2° Pancho la caracterización, es decir, el Pancho realizando diferentes actividades, especialmente las más típicas del puerto, ejemplo: "El pancho Lanchero", "El Pancho Estibador", "El Pancho Bohemio" etc. Las cuales podrían ser utilizadas en señalética, hitos urbanos y en papelería publicitaria entre otras.





Pancho Turístico

esta es la imagen definitiva para el departamento de turismo



Estas son algunas de las personificaciones que propongo para el uso de señaléticas, postales...
En primera instancia tenemos "al panadero" del año 1900; al "vendedor de velas" de 1820; al "verdulero" de fines del siglo XIX; al "mofero de 1810 y a nuestro primer bombero.
Se toman como referentes los dibujos de Lukas y las fotografías de personajes porteños de Harry Grant Olds.

El proyecto contempla el uso de esta imagen "Pancho Turístico" en papelería básica como por ejemplo:

Hojas con membrete y su correspondiente sobre, tarjetas de presentación para cada uno de los funcionarios de este departamento de turismo, sistema de empaque, señaléticas corporativas para determinados anuncios turísticos, mostradores de productos y diseño gráfico de toda la papelería informativa creando una línea visual característica para mostrar las rutas turísticas de Valparaíso; en primera instancia se trabaja con la Ruta de los Ascensores, ya que ésta está relacionada con el proyecto.

Se propone al departamento de turismo el: Qué mostrar...
Cómo mostrar y en qué forma para hacerlo más atractivo.

Finalmente el proyecto propone un cuarto punto para informaciones turísticas, el cual se encontraría ubicado en el eje Bellavista.

Esta parte del proyecto consiste en la creación de un objeto con identidad, es decir, un objeto que represente a Valparaíso y sea propio de esta parte de la región.

Tomando en cuenta que un souvenir de un determinado lugar se basa en la materia prima propia del mismo, ejemplo: En Combarbalá (IV región) se realiza artesanía en Combarbalita, en La Serena (IV región) se venden productos artesanales derivados de la cultura Diaguita, la cual tubo su asentamiento en ese lugar; incluso la venta, en esa misma ciudad de la papaya en sus más diversas formas (como bombones, gomitas etc.).

Lo que quiero decir con esto es que Valparaíso no cuenta con una materia prima tangible que sirva para explotar el desarrollo de un souvenir, lo que si existe en abundancia es la materia prima intangible de la cual rescato las leyendas y los personajes legendarios.

¿Por qué se decide trabajar con las leyendas y personajes legendarios?

En la segunda parte del proyecto se decide trabajar en este tema porque se presenta en Valparaíso con una riqueza y características muy definidas y diferentes a las de otros lugares, esto debido principalmente al hecho de constituir esta ciudad un eje de integración cultural con otras comunidades, además de estar fuertemente vinculada con algunos accidentes topográficos y acontecimientos provenientes del devenir histórico que, indiscutiblemente forman parte de la especial conformación de esta ciudad.

Las leyes de mantención o périda de una leyenda no dependen del número de creyentes o de variantes tales como: extensión, complejidad del relato, fuente de nacimiento y permanencia real o recuerdo "sino, de la funcionalidad que tenga o no en un núcleo de personas".

Definición de Leyenda

La leyenda es la narración de un hecho histórico y, o fabuloso realizado en forma oral y descubierto en el tiempo, la conciencia popular se encarga en el trasaso de generación en generación de renovarla, mutarla y recrearla constantemente.

Generalmente su acción se ubica en lugares determinados, entre tiempos no demasiado lejanos y entre sus actuantes humanos o humanos metamorfoseado. Este hecho puede o no transformarse a la realidad inmediata en forma de apariciones o rituales perviventes.

(15) Antecedentes generales sobre las leyendas:

Las leyendas que forman parte de la cultura de un pueblo no son otra cosa que las respuestas inmediatas frente a lo que para ellos no tiene otra explicación posible. Sus fantasías, sueños, esperanzas y frustraciones se reflejan en este tipo de manifestación popular, enriqueciéndose a través del tiempo y aflorando tímidamente una noche de invierno, alrededor de un brasero, una botella de vino y en compañía de amigos que merezcan la confianza necesaria para ser depositarios del secreto tan celosamente guardado.

Existe sólo una persona, un lugar y un momento adecuado capaz de descubrir la leyenda, y sin embargo, la fuerza de la misma determinante para su difusión al ser recopilada por la literatura escrita alcanzando trascendencia y notoriedad histórica.

Las leyendas van siendo transmitidas oralmente, son narraciones que por generaciones van sufriendo mutilaciones y aportes del medio.

El relato entrega finalmente una síntesis, una visión general y que sólo recoge el elemento esencial, aquel que constituye el cuerpo de la historia, la leyenda es pues esencialmente diacrónica, recoge hechos de todos los tiempos y los funde en una sola narración, se puede hablar de retrovalorización, en donde el hecho que constituye motivo de leyenda no pierde validez a pesar del entorno socio humano actual.

La leyenda sobrevive entonces gracias a su capacidad de renovarse recogiendo, a través, del tiempo los elementos del medio circundante que constantemente van siendo actualizados y renovados perdiéndose algunos de los detalles originales sin que por ello deje de ser válida la o las nuevas versiones.

La transmisión oral a través de generaciones entrega finalmente un "relato síntesis" en donde se olvidan voluntariamente detalles poco significativos, los cuales son reemplazados en el destinatario en forma inconsciente mediante la asociación de los hechos con imágenes provenientes de otros medios, su conocimiento y otras vivencias.

Durante la narración, la entrega de datos no está dada por el acontecer ordenado del transcurso o desarrollo de la leyenda o por un orden jerárquico dependiendo de su importancia, sino que existe un continuo "acordarse" de algún detalle en particular, así entonces mientras se cuenta la historia refiriendo alguna situación en particular es posible detenerse y hacer alcances de otro hecho que ayude a los que escuchan a entender y... Reconstruir el momento.

Valparaíso por su naturaleza, es sin duda un lugar ideal para la gestación de leyendas, además la ciudad es poseedora de una rica tradición de acontecimientos históricos, - importante como fuente de leyendas- reúne en su topografía los lugares que permiten en mayor medida la reunión de elementos generadores de historia.

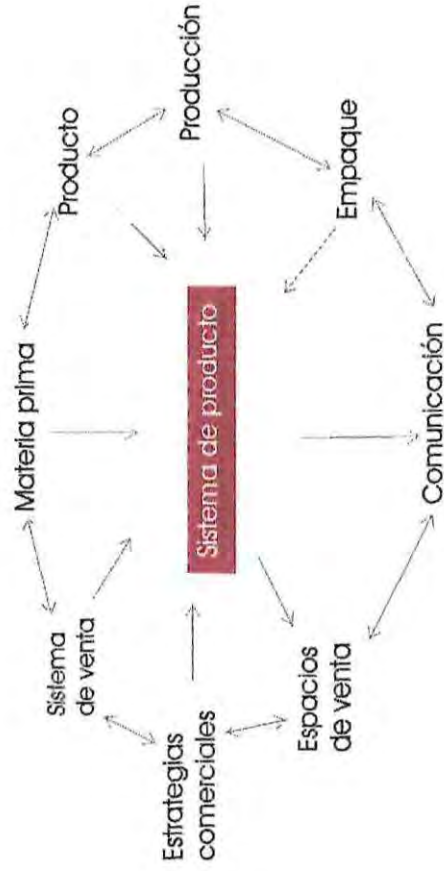
La dinámica de la ciudad, a través del tiempo le ha permitido incorporar cada vez nuevos elementos al acervo cultural de sus habitantes, modificando las leyendas, alterándolas, creando nuevas versiones e incorporando otras desconocidas y de orígenes y características muy diferentes a la de nuestro medio, así leyendas de comportamiento universal recogen de la ciudad los elementos necesarios para su desarrollo, haciéndolos propios. Casas, cuevas, personajes y situaciones que hasta entonces van completamente indiferentes al habitante de Valparaíso adoptan ahora significado y actitudes desconocidas acrecentando y estimulando la "mágica visión de la ciudad".

(15) antecedentes rescatados del proyecto de título "Valparaíso...imagen o leyenda", autor Manuel Astudillo.

Descripción del proyecto Souvenir patrimonial:

Este proyecto contempla el desarrollo de un sistema de producto, el cual se basa en un souvenir patrimonial, el cual se sustenta de la materia prima más interesante del patrimonio cultural intangible de una comunidad... "La leyenda y los personajes legendarios".

El sistema de producto contempla: elección de materia prima, el producto, la producción, el empaque, la comunicación, los espacios de venta, las estrategias comerciales y un sistema de venta.



Lo anterior se traduce a que no se trata sólo de crear un souvenir para Valparaíso, sino de crear además su puesta en escena en el mercado.

Analizando el gráfico anterior tenemos:

Materia prima = Leyendas y personajes legendarios.

Producto = El souvenir patrimonial.

Producción = Involucra los puntos de producción, y si es de
Manufactura artesanal o industrial.

Empaque = Creación y elaboración de envases.

Comunicación = La forma en que se dará a conocer el
Producto, en este caso a través de tres
instancias: Invitación, conocimiento y
La búsqueda.

Espacios de venta = Los ascensores de Valparaíso.

El criterio de selección de las leyendas y personajes legendarios a utilizar se fundamenta en su representatividad, trascendencia, motivo y vigencia que tienen y que han manifestado a través del tiempo.

Leyendas seleccionadas:

- Fiesta de Muñecas
- La Estatua de la Justicia
- La cueva del Chivato
- La Balada del Solitario
- La Viuda
- Nombres de Cerros
- Anciana
- La Piedra Feliz
- El Cristo de La Matriz
- Casas Misteriosas

Personajes seleccionados:

- Emilio Dubois
- El Viejo del Saco
- El Choro Guzmán
- El Negro Cornelio
- El Rompepapeles

Criterio de selección de las leyendas en cada ascensor.

En Valpaediso, de acuerdo a las características del imaginario, podemos realizar una elección de acuerdo a varios criterios: hay personajes legendarios que pertenecen a la historia (Dubois, el Negro Cornelio, el Choro Guzmán) y aquellos que pertenecen a lo que podríamos llamar "leyenda pura", en tipologías como las del viejo del saco, los locos (millonarios empobrecidos, enamorados enloquecidos,...); relatos sobre personajes tipo que a medida que pasan los años se van adaptando (actualizando y localizando) a distintas circunstancias. Entonces, se podría fundamentar el motivo de cada elección.

El ascensor Cordillera debería estar representado por el Choro Guzmán, que reflejan el ideario del sector.

El Peral, obviamente, tiene la imagen icónica de la Justicia.

Para Lecheros podría corresponder Nombres de Cerros (pensando que en un pendón tendrían cabida los nombres de Esperanza y Placeres, que no son ubicables en otro ascensor.

Para el Larrain podemos ubicar las leyendas omnipresentes como La Viuda.

En el Polanco tenemos un problema: es un ascensor "histórico", un personaje por sí mismo, y se va a resistir a dejarse simbolizar por una figura. Sin embargo allí podemos hacer confluir historias de locos simbolos, como el Rompepapeles.

Monjas es ideal para aparecidos, fantasmas y espectros. En ese aspecto podrían confluír ahí leyendas como las de Fiesta de Muñecas.

Mariposas es cerro para personajes populares que no necesariamente confluyen en leyenda, pero pertenecen al memorial inmediato; para el cual tenemos al Negro Cornelio.

El ascensor Florida presenta otros problemas: el cerro tiene muy fuerte la presencia de la casa de Neruda, se buscó la imagen símbolo del poeta o artista de Valparaíso, que creo es representada por la Balada del Solitario.

El Espíritu Santo, por nombre, puede actualizar las imágenes del Valparaíso religioso el cual se refleja con la leyenda del Cristo de La Matriz.

El Reina Victoria, puede representar la figura del inmigrante, o del extranjero que se vino a vivir y se quedó en Chile. De todas maneras, aunque no es un buen ejemplo, por allí vivió, mató vecinos y fue capturado Emilio Dubois.

El concepción, ni que dudarlo, tiene que estar dedicado al Chivato, el único animal mitológico de la cosmogonía porteña. Es el lugar que le corresponde aproximadamente por ubicación; establece un ancla con las historias de naufragios y es la figura icónica del puerto en los siglos XVI Y XIX.

El San Agustín, por las características del barrio, parece hecho a mano para un personaje popular omnipresente: el Viejo del Saco. Se puede fundamentar largamente, pero no hace falta: ese viejo que anda por los cerros obedece al ideario "espanta niños" de cualquier época y lugar, pero especialmente en sectores socioeconómicamente más modernos, como éste. Barón ... "Anciana".

El ascensor Artillería puede ubicar leyendas omnipresentes, la vieja casa misteriosa de fines de siglo antepasado, como las ubicadas en las cercanías de este ascensor en calle Gran Bretaña.

Villaseca nos da oportunidad de acercarnos a la orilla del mar. Por ahí podríamos representar las historias de La Piedra Feliz.

En resumen, en Valparaíso existen varios Valparaícos, todos ellos tienen su imagen que podemos llamar icónica: en un mismo sector, mientras los niños mantienen la leyenda del Viejo del Saco, y los jóvenes creen que el Rompepapeles o el loco de la esquina fue tal o cual cosa. Puede ser el mismo barrio, y puede que las comunidades que mantienen cada leyenda no se reconozcan en las otras dos. Que no sucederá entonces en una ciudad con tantos miles de habitantes y cientos de años de historia. Pero la identidad comunitaria no es un desorden, poco a poco, durante mucho tiempo, cada grupo ha ido puliendo una historia de personaje, en la cual podemos encontrar las esperanzas, desvelos y ansiedadesde cada cual; lo que unos rechazan otros lo aceptan, por lo mismo según las razones y sin razones en que pensemos, podemos aplicar o no las distintas tipologías legendarias en cada caso.

4.4. - "Análisis de Públicos".

Prescriptor: La ilustre Municipalidad de Valparaíso a través de su Departamento de turismo.

Comprador: Toda aquella persona que desee conocer y participar de una obra de esta naturaleza y especialmente a aquellos que muestren un interés en la recuperación de valores propios de nuestra cultura e identidad. En este contexto se podrían situar en primera instancia los turistas nacionales internacionales que gustan del turismo cultural y la gente que gusta del consumo de bienes culturales, todos ellos son gente que por clasificación socioeconómica se encontrarían en el segmento ABC1 - C2 principalmente.

Usuario: Toda persona que haya comprado el producto o simplemente un tercero a quien se lo obsequiaron, éste por lo general es de las mismas características del comprador.

3.1.- Elección de soportes gráficos y sus características.

Para ambas partes del proyecto se utilizaron soportes gráficos de uso frecuente en el medio, pero siempre tratando de potenciar su carácter propio; por ejemplo en la papelería del departamento de turismo, específicamente en la papelería informativa turística se propone eliminar los trípticos y dípticos para anunciar las rutas turísticas existentes, ésto debido a que esa información es muy compleja y este soporte no permite una fácil lectura de ella, además no potencia el contenido lo cual hace que no tenga aceptación en el público que utilizará este folleto. Yo propongo un afiche ya que este permite una rápida lectura total y luego una parcial, otorgando amplitud de visión sobre todo en los mapas que aparecen en todas las rutas. Se le otorga un carácter de mapa del tesoro ya que este código visual habla de un descubrir algo de manera pausada lo cual hace que esta simple pieza se torne interesante. Otro ejemplo es el pendón utilizado en la segunda parte del proyecto; este actúa como un "sistema de pendones" lo cual le otorga un carácter especial de lectura ya que funcionan como unidades visuales y éstas como parte de una lectura total. Se utiliza este soporte con el fin de poner en aviso de algo importante que está ocurriendo y como parte de una invitación a algo grande.

4.1.- Contenidos.

Los contenidos utilizados en cada una de las propuestas gráficas están determinados por el soporte a utilizar. Los pendones fueron realizados con la mínima cantidad de información textual ya que requieren de una lectura rápida, además se puede decir que los textos corresponden a frases extraídas del libro "Valparaíso, mito y leyendas" del autor Víctor Rojas Farías; estas frases actúan en el sistema a modo de sinopsis, recreando la historia de una manera muy simple que además permite que cada pendón sea leído en cualquier orden sin perder el sentido de lo que se quiere decir.

En cuanto a los contenidos utilizados en los souvenir de las leyendas tienen la misma característica pero las frases son más y más largas, en esta pieza gráfica se trata de profundizar un poco más en el tema creando además varios juegos de lecturas. Este efecto se puede realizar ya que los tiempos de lectura varían según el usuario.

En los volantes se utiliza el texto de las leyendas de una manera completa.

En los mapas de la "ruta del Souvenir" se utilizaron los textos a modo de datos para el usuario.

4.2.- Imágenes.

En la primera parte del proyecto se trabaja la imagen del departamento de turismo a modo de ilustración ya que se consideró el concepto de lo hecho a mano, esto debido a que en Valparaíso (específicamente en la arquitectura y en el plano de la ciudad) se denota una soltura en la forma y es una ciudad en la que se denota la mano del hombre tanto en los detalles de las más célebres construcciones hasta las casitas que cuelgan de los cerros.

Se consideraron características formales de los otros Panchos, como la barba, la vestimenta y la forma humana y otras como que se denotara un personaje experimentado que se pudiera transformar más que en una imagen en un "guía" para el turista.

En la segunda parte del proyecto se contemplan imágenes de aspecto romántico y mágico que permitan lograr en el espectador el mostrar de una manera insinuante a través del juego de primeros, segundos y terceros planos. Para ello solo se utilizan imágenes con transparencias ya que con este efecto se puede lograr lo anteriormente expresado y otras solamente recortadas.

4.3.- Colores.

En cuanto al uso del color en la segunda parte del proyecto se utilizan los colores no tan puros y específicamente aquellos que se vean a primera vista un tanto gastados o envejecidos como las casas antiguas de Valparaíso. La gama va entre los sepías, pasteles, burdeos y azules acompañados del blanco el negro y los grises.

En la primera parte del proyecto se utilizan variados colores y en algunos casos vibrantes para llamados de atención. Este hecho se ve reflejado en el mapa de la "Ruta del Souvenir".



Universidad de Valparaíso

Chile



00007376