

DISEÑO

MEMORIA DE TÍTULO PROFESIONAL

Ricardo Freddy Muñoz Escobar
Escuela de Diseño
Universidad de Valparaíso

*de una Plataforma sensorial auditiva
que permite cultivar y transmitir
el Arte Oral A lo largo del país*



PROYECTO DE TÍTULO PROFESIONAL

Escuela de Diseño
UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO. CHILE

MEMORIA DESCRIPTIVA

ESTUDIANTE

Ricardo. F. Muñoz. Escobar.

PROFESOR GUÍA

Rodrigo Vargas Callegari

Septiembre 2012



Caen las estructuras de los valores tradicionales, lo que conlleva a una <<delimitación vital>>; es decir, no existen puntos de referencia. La crisis generacional, la crisis de pareja, la búsqueda de otros modos de vida en las filosofías orientales, de otros mundos en el consumo de drogas que evadan de la realidad. Agobiante son los elementos que hablan, por sí solos, de la honda de crisis que atraviesa la cultura occidental. El desarrollo acelerado de la técnica no ha corrido en paralelo al desarrollo interior del individuo, quedando en un vacío que exige necesariamente la renovación ética y moral del mundo.

"El hombre necesita ahora para salvarse, una cosa: abrir su corazón al gozo"
(Bertrad Russell)



¡Reivindicamos el derecho a imaginar!
(Allan Ginsberg)

IMAGEN 1:
Grandes pensadores en torno al Tema

Fuente >
Mercedes Velasco Irigoven (1896),
Creatividad, Sensibilidad y
Fantasía. E. Quorum, Madrid





Grandes Personas



Oiga Don Juan, sabia usted que las palabras se las lleva el viento?

Así dicen! por eso que los hechos son los que quedan, aun cuando una simple palabra lo diga todo!



Claro que sí Don Lucho! y tu viejita, sabias que la tierra le dijo al hombre: yo te mantengo mientras vivas, pero cuando mueras yo te comeré!

IMAGEN 2:
Grandes personas en torno al Tema

Dedicado a mis queridos abuelos



AgradecimientoS

A mi familia: Por permitirme plantar esta Semilla en tierra fértil.
A mis abuelos: por inspirarme a cultivar las raíces intangibles.
A mis Profesores: por enseñarme que el Cultivo es un Proceso Sistémico Complejo.
Y a mis amig@s: por ayudarme a regar esta Semilla a la que yo llamo **ARTE ORAL**.

Gracias ∞

Índice

INDICE

- 4_ Grandes pensadores entorno al tema.
- 5_ Grandes Personas entorno al tema.
- 6_ Agradecimientos
- 7_ Índice temático

- 8_ Prefacio
- 9_ Resumen
- 10_ Introducción
- 11_ Fundamentos del área de estudio
- 12_ Visión del Diseño
- 13_ Mapa conceptual
- 14_ Metodología investigativa.
- 15_ Mapa conceptual

Capítulo 1: Estado del Arte

- 17_ [1] ¿Qué es Diseño?
- 19_ [1.1] Mapa Conceptual
- 20_ [2] Cultura Oral
- 20_ [2.1] Arte Oral
- 25_ [2.2] Cultura
- 26_ [2.3] Patrimonio inmaterial
- 28_ [2.4] Folclor literario popular
- 30_ [2.5] Tradiciones y expresiones orales
- 32_ [2.6] Identidad cultural
- 33_ [2.6.1] Componentes de la identidad cultural
- 35_ [2.7] Memoria

- 36_ [2.7.1] Memoria de la especie
- 36_ [2.7.2] Memoria colectiva
- 37_ [2.8] El pasado
- 38_ [2.8.1] El recuerdo
- 40_ [3] Mundo de la fantasía
- *40_ [3.1] Imaginación
- 42_ [3.1.1] Evolución de la imaginación
- 43_ [3.1.2] Etapas de la evolución imaginaria
- 45_ [3.2] Imaginario colectivo
- 46.1_ [3.2.1] Arquetipos
- 46.2_ [3.2.2] Símbolos
- 47_ [4] Tecnologías emergentes
- 49_ [5] Observación de Campo
- 52_ [6] Problemática
- 53_ [7] Árbol del problema
- 54_ [8] Árbol de soluciones

Capítulo 2: Proyecto de Diseño

- 56_ [1] Antecedentes generales
- 57_ [2] Análisis PESTE
- 63_ [3] Conclusiones PESTE
- 64_ [4] Matriz FODA
- 65_ [5] Impactos
- 66_ [6] Análisis competitivo
- 67_ [7] Perfil del Usuario
- 68_ [8] Público objetivo
- 69_ Mapa Conceptual Público Objetivo
- 70_ Tema del Proyecto
- 71_ Mapa del proyecto
- 72_ Estrategias de Marketing
- 73_ Aspectos específicos

Capítulo 3: Productos / Servicios

- 76_ Fundamentos del producto
- 77_ Sistema operativo
- 78_ Sistema Producto
- 79_ Desarrollo de la Propuesta
- 80_ Brand Estrategia de Marca
- 81_ Sueño Lúcido
- 82_ Diseño de Experiencia
- 83_ Génesis Formal
- 84_ Tótem
- 85_ Sueños Envasados
- 86_ Propuesta Argumental
- 87_ Costos

Capítulo 4: Apartado Final

- 91_ Conclusiones
- 78_ Bibliografía
- 94_ Anexos
- 94_ [Partnership]

Prefacio

Todo Diseñador parte el proceso de diseño con la gestación de una idea, la cual se siembra en la mente del diseñador y comienza a germinar desde el inconsciente aferrándose a la realidad, alimentada por la imaginación, la creatividad, la experiencia y los conocimientos adquiridos a lo largo de la vida.

El presente proyecto, nace como una iniciativa que pretende demostrar como a través de la concepción de una ideas creativas, se pueden sembrar nuevas semillas en los campos del Diseño, de esta manera construir nuevos caminos que abran paso al mundo laboral, además de ser una oportunidad para consagrarse como diseñador en la disciplina del Diseño.

Surge entonces la idea de contribuir al desarrollo de la cultura chilena a través de la metodología del diseño, promoviendo recursos de la identidad cultural que necesariamente tienen que ser explotados para evitar la pérdida irremediable. El proyecto busca cultivar aquellas raíces ancestrales que han quedado sepultadas por la influyente cultura mediática, paralelamente intenta posicionar al diseñador como un ente capaz de articular estratégica e innovadoramente el entorno

comunicacional en el que habita el ser humano.

Por último, se deja en manifiesto que el conocimiento de la realidad espacio temporal, adquirido en el trayecto de la carrera de Diseño de la Universidad de Valparaíso mediante un modelo formativo integral, me ha permitido desarrollar mis intereses personales, además de capacitarme para investigar, emprender, crear y gestar nuevas oportunidades productivas, económicas y culturales, otorgándole valor a los productos y servicios que favorecen el mejoramiento de la calidad de vida, además de contribuir al desarrollo de fuentes laborales, la modernización y competitividad del país.

ReSumen

La idea inicial del proyecto apela a una parte muy importante del ser humano, propone valorar una práctica tradicional que hemos ido perdiendo con el paso del tiempo, la cual defino como Arte Oral, la cual se entiende como el conjunto de las tradiciones orales pertenecientes al folclor literario chileno.

Hoy en día la tradición oral se encuentra en distintos soportes tanto gráficos como de audio que tratan de rescatar y conservar la tradición oral, haciendo de esos productos un medio para transmitir la cultura inmaterial, es por esta razón que la idea principal se convirtió en generar un "nuevo soporte" con tecnologías emergentes que vinculen a la comunidad con la herencia cultural inmaterial del país; a través de productos y servicios integrados en una plataforma sensorial auditiva, que tiene la capacidad de generar un nuevo contexto que permite posicionar al Arte Oral en la vida cotidiana de las personas.

El área a incursionar entonces sería el acto de imaginar, ya que el producto proporciona una experiencia sensorial que activa el mecanismo imaginario y estimula el lado derecho del cerebro, es por ello que se piensa como un instrumento que introduce la tradición oral

en la mente de los usuarios de manera inconsciente. Su amplio espectro le permite ser comercializado por diferentes entidades que se asocien con la cultura y la experiencia del viaje, por ejemplo: metro, aeropuertos, estaciones, casa de la cultura, etc. De esta manera se pretende acercar a la comunidad con la tradición oral ancestral, la cual hoy en día solo se encuentra depositada en las bibliotecas a lo largo del país.

Introducción

El presente proyecto consiste en formular una nueva manera de cultivar y transmitir la cultura oral, para acercarla a la comunidad mediante la utilización de nuevos medios que se soporten en tecnologías emergentes.

En una primera etapa se definen los conceptos involucrados en la temática de estudio, para sintetizar la información y adquirir un dominio y experticia en el tema estudiado, esto le permite al diseñador adquirir los conocimientos necesarios para establecer una problemática de estudio, posteriormente se elabora un instrumento para detectar las causas y efectos de dicha problemática, para finalmente desarrollar un esquema de soluciones en el cual se basa el plan de acción del proyecto de diseño.

En una segunda etapa se formula el proyecto de diseño, para ello se elaboran las herramientas necesarias que permiten comprender el escenario actual y la implicancia que tiene la temática en el mundo contemporáneo. Por otro lado se diseñan las estrategias necesarias para llevar a cabo el proyecto, identificando, competencias, posicionamiento, perfil del usuario, público objetivo, etc.

La tercera etapa de la presente memoria consiste en diseñar los productos y servicios que conformarán la plataforma que en definitiva permitirá cultivar y transmitir la cultura oral a lo largo del país, para ello se diseñan 3 interfaces que se complementan entre sí, las cuales funcionan al unísono, pero a la vez cada una es independiente de la otra. Finalmente se desarrolla el sistema producto para entender la complejidad del proyecto.

Finalmente en una cuarta etapa se establecen las conclusiones generales a las que se llegó con el desarrollo del proyecto, cabe destacar que en esta etapa se adjunta un anexo con el contacto y modo de operar de la alianza estratégica que se ha forjado con el Partnership PORTALDISC, a manera de entender a cabalidad los puntos más importantes y claves para el correcto desarrollo de la producción de productos con significación cultural.

Fundamento del área de Estudio

En el presente, nos encontramos frente a una nueva escena sociocultural, dentro de la cual desfilan ciertos procesos reveladores del cambio que ha generado el fenómeno de la globalización; podemos observar analíticamente que las distintas culturas de nuestro país se encuentran invadidas y saturadas cotidianamente por elementos ajenos, provocando una modificación de los patrones y conductas esenciales, produciendo una crisis que pone en jaque el valor significativo de cada cultura, repercutiendo fuertemente en la imagen del territorio por la constante degradación de la identidad cultural, esto ha sido revelado en el cambio de costumbres, adquisición de nuevas modalidades etc. Un ejemplo de ello se visualiza en la adopción e implantación de costumbres y ritos de culturas foráneas, como la “noche de brujas” comúnmente conocida como Halloween, cada año este fenómeno adquiere mayor auge, cada vez son más las personas que siguen esta tradición estadounidense, además el comercio fomenta y fortalece este movimiento a través de la publicidad y la implantación de productos en el mercado.

Todo este fenómeno ha marcado un gran impacto en la sociedad chilena, lo cual nos da paso a la reflexión donde surgen las primeras preguntas investigativas: ¿Por qué la

cultura chilena adopta costumbres que nos le pertenece? ¿Será falta de creatividad o sentido imaginativo? O podría ser, ¿que la cultura que poseemos tiene tan poco valor que nos obliga a tomar referentes mucho más ricos en significado? o ¿será que estamos tan sobrecargados de influencias ajenas a nuestra cultura, que hemos ido adoptando nuevos modos, nuevos hábitos y costumbres, dejando obsoleta las propias costumbres? Este escenario reflexivo pone en evidencia la importancia de generar nuevos motores que impulsen a fortalecer, fomentar y promover nuestra cultura e identidad nacional, evidenciando el compromiso y responsabilidad del diseñador consciente del entorno y de la sociedad que le rodea, es por ello que es de vital importancia que estemos constantemente investigando y creando nuevas maneras que permitan reforzar los vínculos significativos que la sociedad establece con el entorno en el que habita, para mejorar desde lo perceptual, el bienestar de las personas.

Teniendo en cuenta la nueva escena en la que nos situamos se plantea abordar desde otro punto de vista el paradigma de la aldea global, dirigiéndolo hacia el sentido de pertenencia del territorio unificando la cultura y preservando su legado histórico. El mérito del proyecto es establecer una nueva manera de generar valor, buscando recursos ricos en significado y que aún no han sido explotados, los que a su vez permitan comunicar una nueva construcción simbólica del territorio a partir del rescate del Arte Oral, a su vez pretende estimular por medio de la fantasía la capacidad narrativa de una sociedad que se ha visto adulterada por distintas influencias foráneas.

Visión del Diseño

El presente proyecto, propone una amplia reflexión a lo que llamaremos "Diseño Cultural", pensado este concepto como un nuevo axioma de la disciplina del Diseño, también se piensa como una respuesta a las diversas oportunidades que surgen de las demandas y exigencias que requiere el ámbito de la Cultura y el Territorio en el mundo contemporáneo, es por ello que el proyecto de diseño se define como de "innovación Creativa Cultural".

El diseño cultural pensado como un factor estratégico de desarrollo, se constituye en el elemento clave para descubrir o construir la identidad, comunicándola mediante respuestas formales coherentes con el contexto y con el grupo humano, posicionando al "Habitante" en el centro de la planificación de servicios y productos.

El objetivo central y tema en discusión, es establecer una nueva metodología en pro de generar valor a un territorio, buscando nuevos recursos expresivos que permitan problematizar y diseñar una nueva construcción simbólica del entorno y por ende reafirma el sentido de identidad. De esta manera se plantea un

enfoque investigativo, basado en un sistema estratégico de desarrollo territorial, que permita observar analíticamente mediante instrumentos específicos un territorio, para dotarlo de sentido de acuerdo a los recursos que este mismo posee y que aun no han sido explotados.

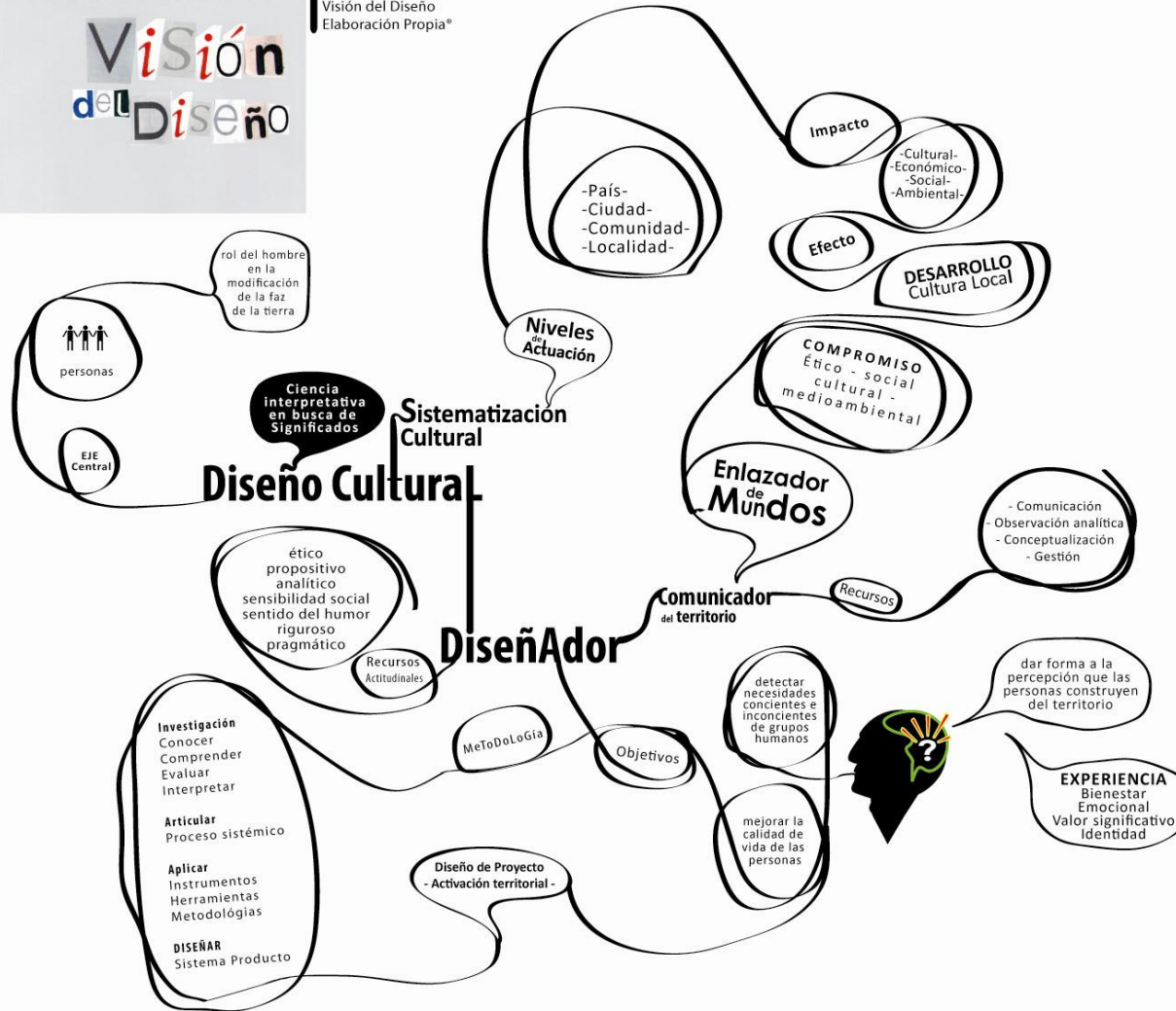
Este cruce de ideas nos permite dar el puntapié inicial para perfilar al diseñador como un:

"Comunicador del Territorio" capaz de leer las huellas, interpretaciones y vestigios de las diversas culturas, debido a su capacidad de observación analítica, su sensibilidad social, y su responsabilidad con el medio ambiente. Estas destrezas postulan al diseñador como el principal agente en la activación del territorio, pensando al diseñador como un ente creativo, con capacidad para innovar visualizando lo que aun no existe, mediante recursos y herramientas propias de la comunicación.

Finalmente, la siembra de una nueva semilla en los campos del diseño, nos deja como principales actores de la creación de un nuevo nicho investigativo, generando un camino diferente para el fomento, fortalecimiento y promoción del territorio de un grupo social determinado.

Visión del Diseño

ESQUEMA 1:
Visión del Diseño
Elaboración Propia®



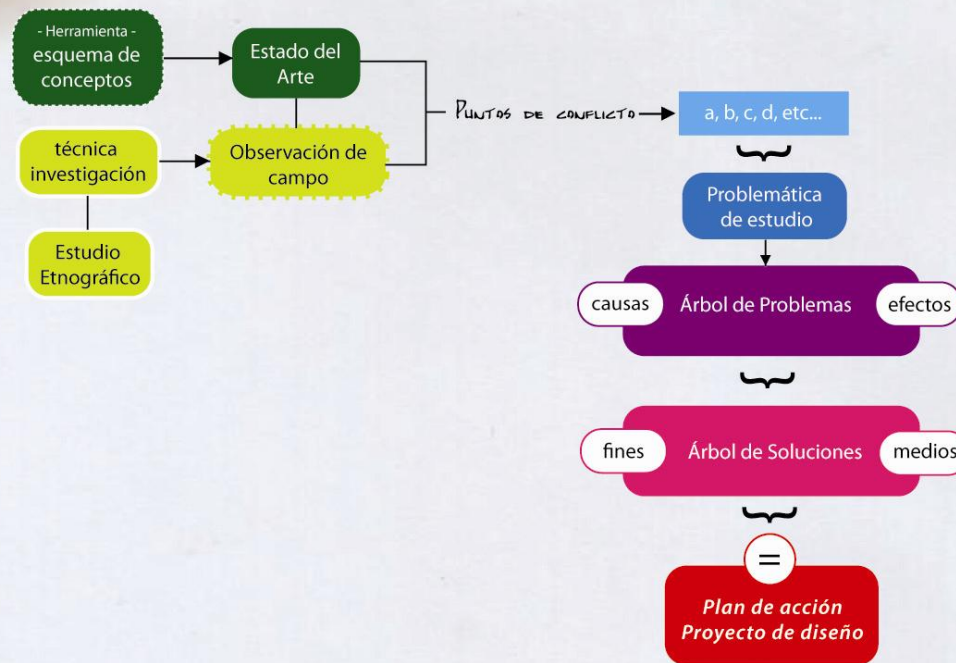
Metodología Investigativa

Para llevar a cabo cualquier proyecto es necesario establecer una metodología de trabajo basada en la investigación, la cual aporta un sustento teórico que fundamenta los objetivos y valida el propósito que persigue el proyecto.

En una primera instancia se construye lo que se conoce como "estado del arte", que consiste en la síntesis crítica de la literatura cuyo objetivo es esclarecer los conceptos teóricos claves relacionados con la temática de estudio para adquirir dominio del tema; para llevar a cabo dicho propósito se construye un panel de conceptos cuyo diámetro es de 2.20 x 2.80 metros, este instrumento permite visualizar la totalidad de los conceptos y generar las interrelaciones entre unos y otros, de esta manera se comprende en su totalidad la temática de estudio. Una vez comprendida la temática se debe observar en contexto real, para ello se utiliza como técnica de investigación la "observación de campo" la que nos permite observar descriptivamente el fenómeno de la temática de estudio.

En una segunda instancia se construye un esquema que expone los puntos de conflicto que abordan la temática de estudio, los cuales definen la problemática que guiará el proyecto. Para tal caso se construye un modelo llamado "árbol del problemas" en el cual se expresan por encadenamiento causa - efecto los problemas percibidos, la presentación encadena de la problemática facilita el diseño de las alternativas de solución. Posteriormente se construye un modelo denominado "árbol de soluciones" el cual consiste en convertir en soluciones los problemas detectados anteriormente, es por ello que este modelo forma parte de la etapa inicial del proyecto, puesto que se piensa como una forma de diseñar un plan de acción para un proyecto de diseño.

Metodología Investigativa





Capítulo: I
Estado del Arte

MAPA CONCEPTUAL
220 x 280 M.
"HERRAMIENTA PARA
PONER EN PLANO EL CASO
DE CONCEPTOS QUE
SE FORMULAN EN LA
MENTE DEL DISEÑADOR"

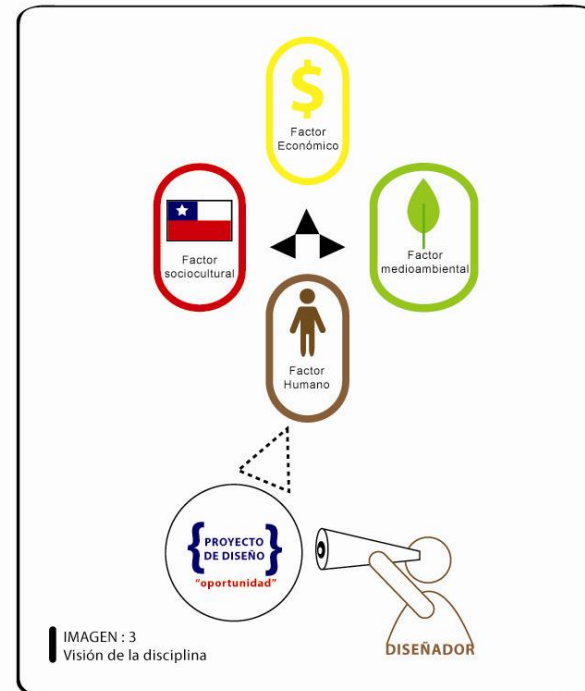
¿Que es Diseño?

01

Entenderemos por Diseño a la actividad proyectual que se orienta al servicio de las personas y del entorno que les rodea, el cual está presente en todo aquello con lo cual los seres humanos establecen una relación que permita el proceso de comunicación, “[...] por lo mismo los diseñadores no diseñamos objetos, sino las formas en que las personas se relacionan entre sí, que son el resultado de las dimensiones simbólicas del diseño.”¹ Buscando de esta manera por medio de la observación visualizar problemáticas desde el punto de vista de las comunicaciones, generando un acto reflexivo de cuestionamiento donde se involucran diversos factores que componen un escenario de acción, en el cual nace una oportunidad y la necesidad de formalizar respuestas innovadoras acordes con el con el grupo humano y con el contexto que lo rodea.

1. Rodríguez Musso Alejandro. El diseño como estrategia cultural. Link: <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-estrategia-cultural>

El propósito que se persigue, es lograr establecer relaciones con nuestro entorno más profundas y llenas de significado, enriqueciendo nuestra vida más allá de lo proyectado, por consiguiente se considera al diseño como un proceso cognoscitivo (del saber hacer), de observación y reflexión a través de un constante cuestionamiento de las cosas, así también podemos decir que el diseño contribuye a mejorar el bienestar de las personas, desde el punto de vista de la percepción.



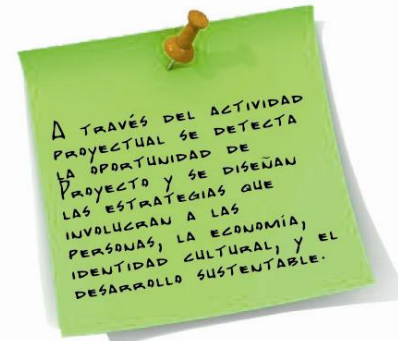
¿Que es Diseño?

01

El diseñador maneja la comunicación y el lenguaje; y su formación profesional lo capacita con una sensibilidad de dominio en las relaciones comunicacionales, es por ello que se denomina como un creador por esencia, creador de lo que aun no existe, ya que modifica de manera significativa las circunstancias de una realidad compleja y cambiante, atento a toda la gama de elementos a considerar (influencias, impactos, etc.).

La importancia del diseñador se manifiesta en el rol de "puente" entre el mundo imaginario y el mundo real, ya que a través de Diseño logra conectar al ser humano emocionalmente con el territorio, otorgando un sentido significativo a la vida misma, ya que el ser humano "[...] en tanto individuos, somos un tipo de ser vivo que, como condición de su propia existencia, vive constreñido a su capacidad de generarle sentido a su vida, siempre interpretándose a sí mismo y al mundo al que pertenece"². Es así como el diseño existe entre dos universos paralelos, uno representado por el imaginario y el otro por la realidad, tal como señala Jorge Pensi "El diseñador vive entre dos mundos: el subjetivo y el objetivo"³, ambos mundos establecen una conexión profunda que los hace dependiente el uno del otro.

El Autor señala que el primero (subjetivo) tiene relación con el mundo simbólico e intangible, aquí reside la fantasía y la imaginación gobernada por los deseos, las necesidades y las emociones, se ubica en nuestro inconsciente y es influenciado por la historia y la memoria, este mundo tiene una conexión con el segundo por medio de un vínculo de símbolos e imágenes que se codifican en el mundo real, lo que permite dar un sentido a las cosas que nos rodean. El mundo objetivo esta asociado al mundo material tangible en el que vivimos diariamente, el cual esta relacionado intrínsecamente con la naturaleza de los objetos y como estos nos sugieren un sentimiento afectivo, el que es percibido por medio de nuestros órganos sensoriales: tacto, visión, olfato, gusto, audición y la intuición que va más allá de lo perceptible, esta aptitud de percibir del alma genera el vinculo con el mundo simbólico e intangible.



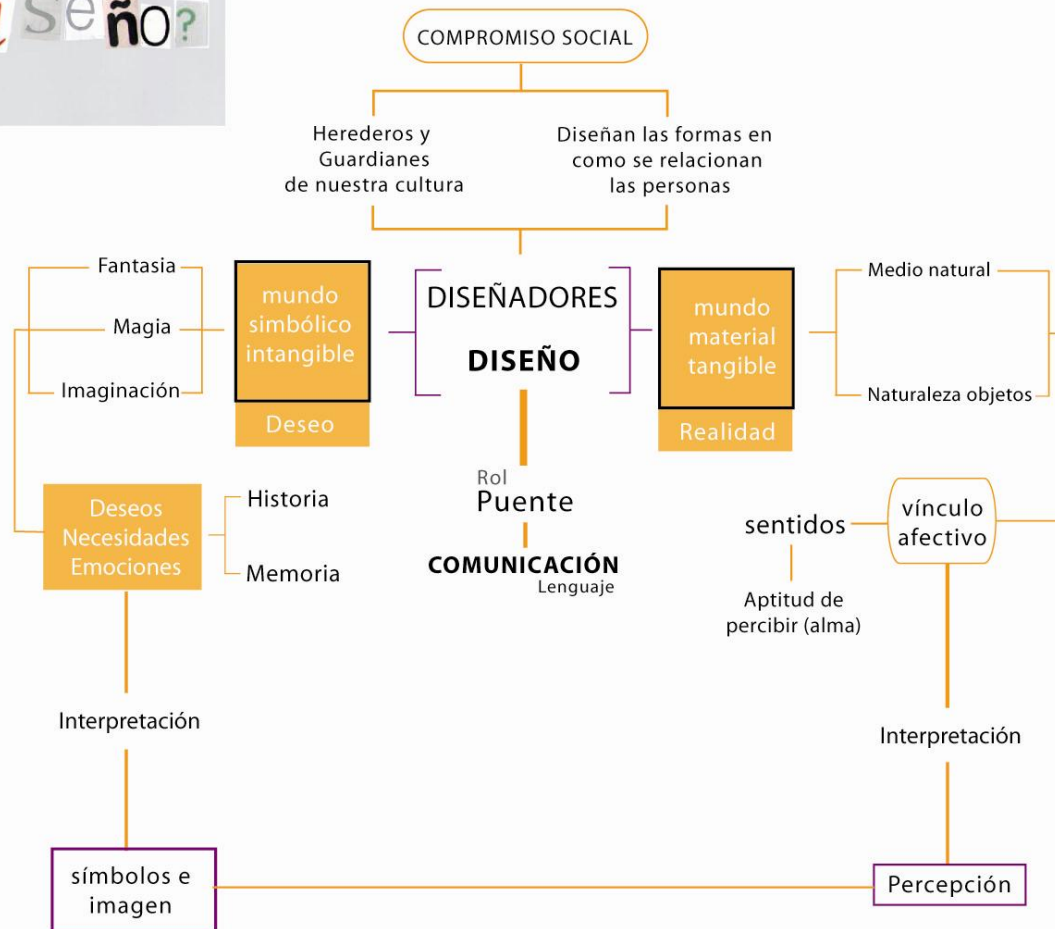
2. Echeverría Rafael: Ontología del Lenguaje, P.55. Cap.2, Ed Dolman.

3. Pensi. Jorge: + de 100 definiciones de Diseño, P.205.

¿Qué es Diseño?

01

ESQUEMA 2:
¿Qué es Diseño?
Elaboración Propia*



Cultura oral

02

Entenderemos por cultura oral a la totalidad de manifestaciones orales que se transmiten a través del lenguaje verbal, las cuales pertenecen a una nación e involucran por lo general a generaciones que ya no están, por consiguiente el término involucra el acto de cultivar la oralidad, esta herencia cultural inmaterial que pertenece a todos. El siguiente apartado se enfoca justamente en estas huellas inmateriales que posee la cultura chilena, y es entorno a ellas que se construye la presente temática de estudio.

2.1 *Arte oral*

[Definición de la temática de estudio y la relación con el Diseño]

Comenzaré revelando la importancia que tiene este término, pensándolo conceptualmente como un tesoro invaluable que se encuentra esparcido a lo largo de nuestro territorio nacional, cuyas riquezas yacen en la Cultura inmaterial del territorio y nacen a partir de la capacidad pensante de la raza humana, del mismo modo nacen a partir de las formas de relacionarse y comunicarse entre personas y el medio que les rodea.

El Arte Oral conforma una valiosa parte de la herencia cultural de una comunidad, un legado cultural que trasciende con el tiempo, el cual forma parte esencial del Patrimonio Cultural Intangible de nuestro País, en palabras de Prats (1997)⁴ se identifica como un “Corpus Mysticum” es decir: “[...] es un artificio, ideado por alguien, en algún lugar y momento, para unos determinados fines, e implica finalmente que es, o puede ser históricamente cambiante de acuerdo con nuevos criterios e intereses”⁴ Por lo tanto, se deduce que el Arte Oral forma parte de los Valores y Creencias de la Identidad Cultural de un territorio determinado, cabe hacer hincapié que tanto los valores culturales como las creencias no sólo influyen en la manera de ver el entorno, sino que también configuran la particularidad o la médula de la personalidad.

Se define entonces este concepto como un eje temático para esta investigación, pensando en este termino como una composición a partir de una construcción social, por lo tanto se entenderá por Arte Oral a todas aquellas expresiones literarias populares elaboradas por una comunidad de personas, producto de su imaginación y creatividad, la cual refleja el sentir y pensar de una forma particular y característica de ver el mundo. Estas expresiones son una manifestación Folclórica Literaria de un grupo humano, que contiene la esencia de la personalidad, por lo mismo tienen un sello característico que los define y clasifica como idénticos.

4. Prat (1997) citado en Crespi, m. y Planeéis, M. (2003): Patrimonio Cultural. Ed. Síntesis, Madrid.

Cultura oral

02

Las expresiones literarias populares se declaran como un recurso interpretativo del Arte oral, y son producto de la capacidad imaginativa de las personas; estas “creaciones imaginativas” configuran la narrativa oral de una comunidad, y tienen como principal característica no poseer un texto fijo, por lo general son de origen anónimo y deben expresar valores, sentimientos, pensamientos, creencias, etc. En definitiva son manifestaciones expresivas orales todas aquellas que caracterizan e involucran a un grupo de personas, dentro de las cuales podemos identificar como: mitos y leyendas; relatos o cuentos mapuches; música y poesía; cantos y gritos de feria; rimas, dichos y refranes, y todos aquellos otros que se encasillen bajo esta definición.

Las expresiones literarias populares evocan una serie de imágenes mentales que simbólicamente tienen un significado y un valor “común” para todos los miembros de una comunidad. Estas imágenes se definen como Arquetipos, y se entienden como “[...] imágenes universales acuñadas hace mucho tiempo”⁵, las cuales conforman el Imaginario Colectivo que en palabras de Jung:

“[...] son los pensamientos más antiguos, generales y profundos de la humanidad. Tienen tanto de sentimientos como de pensamientos y, es más, poseen como una vida propia e independiente. [...] un tesoro sepultado del que la humanidad ha ido sacando sus demonios y sus dioses, y todos esos pensamientos fuertes y poderosos sin los cuales el hombre deja de ser hombre.”⁶



IMAGEN : 4
El Arte Oral. Propiedad del Autor®

5. C. G. Jung, W.F. Otto, H. Zimmer, P. Hadot, y J Layard: Hombre y sentido, Círculo Eranos III, volumen 3, P.10. Ed. Anthropos. Mexico.
6. C. G. Jung. Citado en V.S Paulou. Sentir y crecer. “El crecimiento emocional en la infancia” P.157, Ed. Graó, de IRIF, S.I. Barcelona. 2004

Cultura oral

02

Continuando con la idea de Jung, podemos inferir entonces que el Arte Oral lo conforman una serie de Arquetipos elaborados desde tiempos remotos por los miembros antecesores de una comunidad, de igual manera estos constituyen la Memoria colectiva, lo que implica la idea de algo colectivamente creado y compartido, interpretado como una construcción histórico-social propio de una sociedad, con la cual se reconstruye el pasado a partir de los intereses y del marco de referencias del presente, es por ello que se destaca la importancia de la memoria colectiva por ser un elemento trascendental para la continuidad de la tradición Oral.

<<Por otra parte la Lengua es el sustrato y el medio por el cual se transmite el Arte Oral, técnicamente funciona mediante el mecanismo de la Comunicación Oral, el cual consiste en un proceso de transmisión de información mediante un portador (emisor), quién es el encargado de emitir la expresión literaria (mensaje) por medio del canal auditivo, este es recibido por un Interprete (receptor): el cual decodifica el mensaje y lo almacena en su memoria para posteriormente transmitirlo a sus pares repitiendo este proceso mencionado, de esta manera el

receptor se convierte en nuevo Portador de la tradición; este Proceso se define como "Constructo Comunicacional", y es implícitamente el sistema por el cual se transmite, por consiguiente el Arte Oral adopta la característica de "frágil" ya que depende de una cadena ininterrumpida de Tradición Oral, transmitida de generación de interpretes a otra

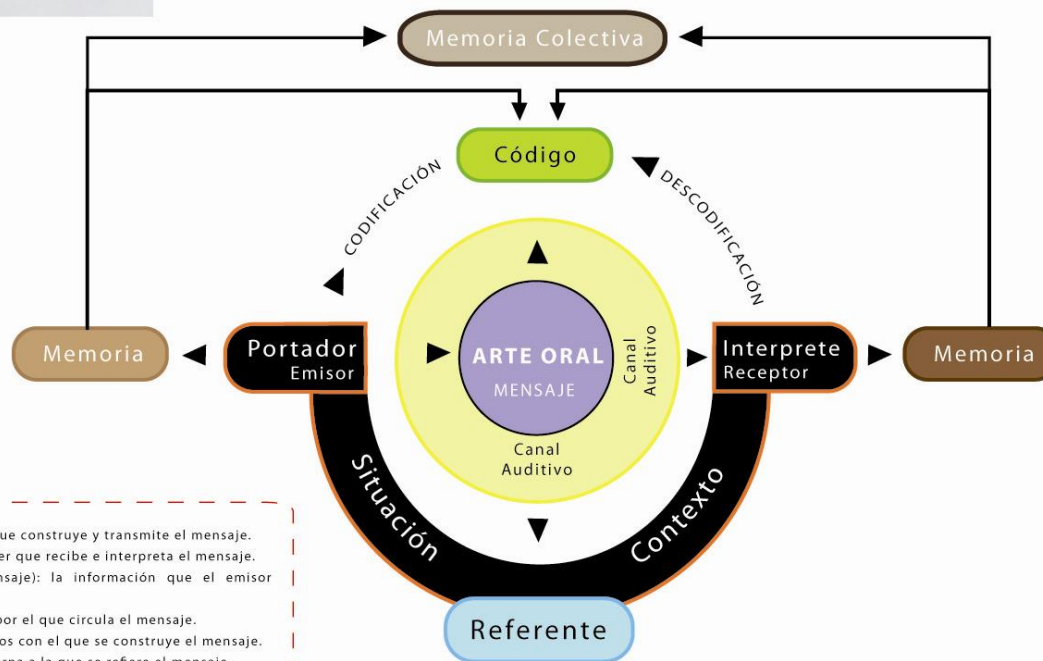
Sin ir más lejos, se destaca la importancia del Arte oral, ya que favorece la construcción de relaciones significativas en 3 niveles diferentes:

En primer lugar a Nivel Personal, se desarrolla una experiencia individual gatillando una introspección en el mundo de la Fantasía. Según el Autor Bruno Bettelheim (1975, 1976) la práctica de oír una narración folclórica ayuda a desarrollar recursos internos, los cuales contribuyen a nutrir y enriquecer las emociones, la imaginación y el intelecto.

En segundo lugar a Nivel Colectivo, Genera una experiencia concreta compartida con otro ser humano, lo que implica la generación de Cohesión Social, para crear lazos más fuertes y numerosos y que abarquen ideas y pensamientos que los unan e identifiquen.

En tercer lugar a Nivel Social, contribuye a la configuración del Imaginario colectivo, lo que significa que se reconstruyen constantemente los Arquetipos, por ende se conforma finalmente la Memoria Colectiva.

ESQUEMA 3:
Sistema de transmisión del Arte Oral
Basado en los elementos básicos del proceso
de comunicación.
Propiedad del Autor ®



- Portador (Emisor):** el ser que construye y transmite el mensaje.
- Interprete (Receptor):** el ser que recibe e interpreta el mensaje.
- Expresión Literaria (Mensaje):** la información que el emisor transmite al receptor.
- Canal Auditivo:** el medio por el que circula el mensaje.
- Código:** el sistema de signos con el que se construye el mensaje.
- Referente:** la realidad externa a la que se refiere el mensaje.
- Situación:** el conjunto de circunstancias que rodean el acto de comunicación
- Contexto:** lo que se expresa antes y después del mensaje.
- Memoria:** lugar donde se almacena el Arte Oral.
- Memoria Colectiva:** conjunto de referentes "comunes" entre emisor y receptor

Cultura Oral

02

Según lo señalado anteriormente, se descubre la relación existente entre el Arte Oral y el Diseño, explícita en el contexto de la articulación y dotación de sentido de un recurso de la cultura, cuyo potencial es de gran envergadura y que aun no ha sido explotado. Por consiguiente el Diseño se establece como un factor estratégico de desarrollo y se constituye en el elemento clave para descubrir, cultivar y distribuir el Arte Oral, al diseñar estrategias encaminadas que aseguren la viabilidad de esta practica social de antaño.

Finalmente, la siembra de una nueva semilla en los campos del Diseño, nos deja como principales actores para acotar la brecha comunicativa, y aportar en el desarrollo cultural, es así como se destaca rol del diseñador y la responsabilidad que asume como heredero y guardián de la cultura.

Paradigma de transmisión del Arte Oral

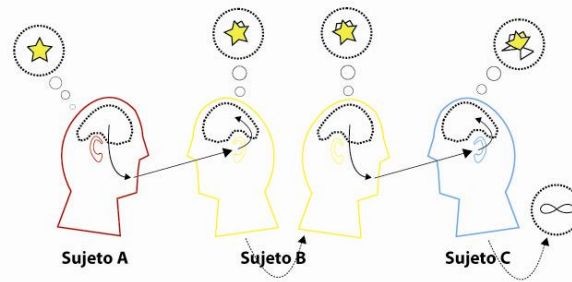


IMAGEN : 5
Paradigma Oral. Propiedad del Autor ®

El PARADIGMA DE TRANSMISIÓN DEL Arte Oral se refiere al antiguo "Rito de Narrar" una persona cuenta a otra una historia que escucha de sus antecesores (padres, abuelos, etc.). El oyente retiene en su mente el relato y se lo cuenta a otra persona modificando inconscientemente alguna parte de ella, revelando atributos que antes no poseía la historia. Este suceso "cadena" se repite infinitamente de generación en generación.

IMAGEN : 6
© ADN Oral. Propiedad del Autor |

ADN del Arte Oral



Cultura oral

02

2.2 Cultura

[Alcances y límites]

“Esto es lo que sabemos: la tierra no pertenece al hombre, sino que el hombre pertenece a la tierra. Esto es lo que sabemos. Todas las cosas están conectadas como la sangre que une una familia. Todas las cosas están vinculadas. Todo aquello que afecta a la tierra afecta a los hijos de la tierra. El hombre no teje el hilo de la vida, sino que es simplemente una hebra de ella. Todo lo que haga al tejido, se lo hará a sí mismo”

Jefe Selth, 1853 (“Las profecías de la tierra” de Sun Bear)

Para comenzar, la cita de Jefe Selth (1853) nos permite reflexionar acerca del vínculo que establecemos con el entorno y la importancia vital que posee para el hombre, es por ello que el concepto Cultura marca un punto de partida para el Marco Teórico, considerando la relevancia de este término se interpreta desde el punto de vista semiótico, tal como lo visualizó Max Weber⁷, quién considera al hombre como un animal inserto en las tramas de significación que él mismo ha tejido, y considera que la cultura es esa urdimbre, además considera que el análisis de la cultura ha de ser

consecuentemente una “[...]ciencia interpretativa en busca de significaciones”⁸, Es decir, que todo lo que posee un significado determinado para alguien comunica algo, pero el enfoque que se busca se encuentra en el lenguaje, pensado como un factor crea vínculos diferenciadores y afectivos, ya que el hablar la misma lengua implica formar parte de una misma comunidad, por lo tanto se piensa que el lenguaje es un factor que conecta a un grupo de personas, algo de común significado que los hace ser idénticos.

Continuando con la misma idea, el autor Clifford Geertz⁹ en su famoso libro *La interpretación de las culturas* (1973), nos permite esclarecer con mayor precisión el significado de cultura aludiendo que es un “sistema de concepciones expresadas en formas simbólicas por medio de las cuales la gente se comunica, perpetúa y desarrolla su conocimiento sobre las actitudes hacia la vida.” Dicho de otro modo, entenderemos a la cultura como la construcción de sentidos, el sentido se entiende como un conjunto de significados vividos y actuados dentro de una comunidad determinada (contexto), así también se entiende como el sentido que tienen los

7. Sociólogo alemán (Erfurt, Prusia, 1864 - Múnich, Baviera, 1920). En términos generales, puede decirse que Weber se esforzó por comprender las interrelaciones de todos los factores que confluyen en la construcción de una estructura social; y en particular reivindicó la importancia de los elementos culturales y las mentalidades colectivas en la evolución histórica, rechazando la exclusiva determinación económica defendida por Marx y Engels.
http://www.biografiasyvidas.com/biografia/w/weber_max.htm

8. Max Weber, “La interpretación de las culturas”, P. 20. 1985

9. Clifford Geertz se convirtió en el “campeón de la antropología simbólica”, que pone particular atención al papel del imaginario (o ‘símbolos’) en la sociedad. Los símbolos son el marco de la actuación social.

Cultura oral

02

fenómenos y eventos de la vida cotidiana para un grupo humano determinado, los cuales se materializan en las relaciones y vivencias significativas que generan entre las personas y entre el entorno y con un orden o jerarquía de significados que cada pueblo o grupo humano les da a sus significantes.

Finalizando, podemos agregar que las significaciones de una sociedad tienen una connotación característica, la cual comunica identidad frente a los demás territorios, estas significaciones son el resultado de la suma de todos los factores culturales, cuya proyección genera una "huella digital", única e irreplicable la cual contiene un sinfín de significados e interpretaciones comunes para una comunidad; es más, la reinterpretación desde el punto de vista del Diseño genera una base de referentes con los cuales se pueden articular futuros proyectos, cuyo foco este en pos del desarrollo cultural de nuestro territorio nacional.

2.3 Patrimonio Cultural Inmaterial

[Importancia y aproximaciones]

"Hablamos de nuestro río, de nuestro pueblo [...] como experiencia colectiva. Los que nos visitan reciben individualmente esa experiencia social que se forma básicamente por la tradición, los trabajos científicos o profesionales y la forma de ver el mundo propia de cada sociedad."

(Ruiz Gil, 2005)¹⁰.

Ante cualquier conjetura que se pretenda realizar sobre el Patrimonio Cultural Inmaterial es necesario declarar que se entiende por patrimonio, como una manera de ir armando una serie de conceptos que van interrelacionados unos con otros, comenzaremos en primer lugar exponiendo que antiguamente según la tradición de las sociedades latinas, el patrimonio se refería a los bienes heredados de padres a hijos para preservar el linaje, por consiguiente tenía una simple connotación de ámbito familiar. Sin embargo, el significado y el papel que hoy se le atribuye es diferente, pues habla de un carácter y de la capacidad representativa que tiene a nivel social, Tal como lo señala la autora Llorenc Prats quién expone que: "El factor determinante que define lo que actualmente entendemos por patrimonio, es su carácter simbólico, su capacidad para representar simbólicamente una

10. Ruiz Gil, JL "Creer y crear. El patrimonio cultural en la encrucijada de la globalización". Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. 2005.

Cultura oral

02

identidad" (Prats, L. 1997).¹¹ Así también la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se refiere al Patrimonio como el "conjunto de elementos naturales y culturales, tangibles e intangibles, que son heredados del pasado o creados recientemente"¹²

Ahora bien, para entender el concepto de Patrimonio Cultural inmaterial fundamentaremos las bases en las consideraciones declaradas por la UNESCO en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial¹³, en donde se considera la importancia que reviste el patrimonio cultural inmaterial, "crisol de la diversidad cultural y garante del desarrollo sostenible", de la misma manera considerando la profunda interdependencia que existe entre el Patrimonio Cultural Inmaterial y el Patrimonio material cultural y natural, así también se Reconoce que los procesos de mundialización y de transformación social por un lado crean las condiciones propicias para un diálogo renovado entre las comunidades pero por otro también traen consigo, al igual que los fenómenos de intolerancia, graves riesgos de deterioro, desaparición y

destrucción del Patrimonio Cultural Inmaterial, debido en particular a la falta de recursos para salvaguardarlo, Por otra parte se observa que todavía no se dispone de un elemento multilateral de carácter vinculante destinado a salvaguardar el Patrimonio Cultural Inmaterial, considerando la inestimable función como factor de acercamiento, intercambio y entendimiento entre los seres humanos. Por esta razón se plantea desde la perspectiva del Diseño alentar a las futuras generaciones de diseñadores a contribuir con el desarrollo cultural generando respuestas, diseñando estrategias y determinando medidas encaminadas para asegurar la Viabilidad de la Cultura Intangible¹⁴.

En resumidas cuentas, se entenderá por Patrimonio Cultural Inmaterial al: "[...] conjunto de creaciones basadas en la tradición de una comunidad cultural expresada por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de una comunidad en la medida en que reflejan su identidad cultural y social."¹⁵

11. Prats, Ll. "Antropología y patrimonio". Ed. Ariel. Barcelona. 1997

12. UNESCO, "Segunda serie nº20 2009 4ª edición cuadernos del consejo de monumentos nacionales", Convenciones internacionales sobre patrimonio cultural

13. La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, denominada en adelante "la UNESCO", en su 32ª reunión, celebrada en París del veintinueve de septiembre al diecisiete de octubre de 2003 .

14. Unesco: Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París.2003.

15. UNESCO. Link:
<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00006>

Cultura oral

02

Por consiguiente reconoceremos la herencia cultural inmaterial en las formas y expresiones como por ejemplo: la lengua, la literatura, la música y danza, los juegos y deportes, las tradiciones culinarias, los rituales y mitologías, conocimientos y usos relacionados con la artesanía, etc¹⁶. Estas son solo algunas de las tantas manifestaciones de la Herencia Cultural Intangible, las cuales se visualizan como un almacén de la diversidad cultural y de la expresión imaginativa, es decir, conforman un conjunto de elementos simbólicos que ayudan a configurar la identidad cultural del territorio, una vez legitimados socialmente.

16. UNESCO. Link:
<http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00006>

2.4 Folclor Literario popular.

Ante todo, es necesario señalar que se aborda el término “Folclor Literario Popular” a modo de clarificar la relación con el Patrimonio Cultural Intangible, es por ello que partiremos desglosando el término analizando el concepto de Folclor, para posteriormente clarificar la relación del concepto con el tema de estudio.

Desde tiempos remotos la humanidad ha demostrado una cierta tendencia a crear narraciones, así mismo una gran devoción a transmitir las, Linda Volosky explica que la capacidad imaginativa que tienen los seres humanos se ha traducido en la existencia de una nutrida narrativa folclórica¹⁷. Entenderemos entonces por Folclor a la totalidad de creaciones de una comunidad cultural basadas en la tradición, expresadas por un grupo o por un individuo y reconocidas como reflejo de las expectativas de una comunidad en la medida en que se reflejan su identidad social y cultural. Sus estándares y valores son transmitidos por vía oral, por imitación y por otros medios. Es así como Raúl Cortázar también señala que:

“son folclor, los fenómenos culturales que se diferencian de las otras expresiones, también culturales, porque pueden ser específicamente caracterizadas como populares (propios de la cultura tradicional del pueblo o folk), colectivizados (especialmente vigentes en la comunidad), empíricos funcionales, tradicionales,

17. Volosky. L. “poder y magia del cuento infantil”. P.36. Ed Universitaria Santiago, Chile 1995.

Cultura oral

02

anónimos y transmitidos por medios no escritos ni institucionalizados”¹⁸ Esta personalización es ajustable a cualquiera de las expresiones folclóricas, por lo tanto cuando se alude a una es necesario precisarlo, por ejemplo si hablamos de la música de una comunidad particular, diremos folclor musical, si nos referimos a las costumbres tradicionales, diremos folclor costumbrista, etcétera.

Retomando la idea de Volosky actualmente se debe considerar que el material literario tiene gran significación como forma de expresión del sentir y pensar de un pueblo, y se considera que ha constituido la fuente de inspiración de los más grandes escritores y poetas, famosos cuentos, entre otros.

En conclusión cuando se aluda al termino “Folclor literario Popular” estaremos en otras palabras refiriéndonos al Arte Oral del pueblo, es por ello que finalmente reconocemos dentro del Patrimonio Cultural

18. Cortázar, Raúl. “Folclor y literatura”. EUDEBA. Ed. Universitaria de Buenos Aires, 1967.

Intangible a las “ creaciones imaginativas” que configuran la narrativa oral de una sociedad, este componente es uno de los “rasgos de la personalidad”, por lo tanto para efectos de la presente memoria se establece como “recurso interpretativo” el material literario de una comunidad, con el propósito de interpretar el sentir y pensar de una forma particular de una comunidad.



El Lanchero

Por la sincera amistad
De todos mis compañeros
Tomaré un trago primero
Con franca cordialidad.
Al brindar con unidad
Yo primero les advierto
Que voi a beber por cierto
Con la mayor armonía
Deseando paz i alegría
A este querido puerto.

Adalberto
Cabrera
1927-1971



Brindis de un payaso diablo

Soy un payaso de funcion
I todo hablo con hazaña;
Con cualesquier musarña
Engaño al mas copeton.
Cuan lo sueño mi cajon
Se me viene el pueblo entero.
A las niñas mui lijero
Les bailo i me van a ver,
I esta noche han de caer
Mas lesos que un aguacero

José Hipólito
Cabrera
1927-1971



El Jornalero

Esta copa yo levanto
Para brindar placentero
Por todo jornalero
Que siempre trabaja tanto.
Es día de bello encanto
En que ahora nos hallamos
Les justo de que debamos
Bien alegre i complacidos
Aqui todos reunidos
Como en este instante estamos.

José Hipólito
Cabrera
1927-1971

IMAGEN : 7

Viñetas de la Lira popular 600 x 300. “Brindis a lo chileno”
Fuente: blog.hostalrioamazonas.cl

Cultura oral

02

2.5 Tradiciones y Expresiones Orales

[declaraciones]

Entenderemos por “tradiciones y expresiones orales” a la totalidad de formas habladas como por ejemplo: proverbios, adivinanzas, cuentos, canciones infantiles, leyendas, mitos, cantos y poemas épicos, sortilegios, plegarias, salmodias, canciones, representaciones dramáticas, gritos de comerciantes populares,¹⁹ etc. La función principal de estas formas es transmitir conocimientos, valores y sentimientos, además de una memoria colectiva, es por esta razón q son fundamentales para mantener vivas las culturas.

Según la UNESCO Algunos tipos de expresiones orales son de uso corriente y pueden ser utilizadas por comunidades enteras, mientras que otras están circunscritas a determinados grupos sociales,²⁰ por ejemplo por distinción de género (solo mujeres, solo niños, etc.) Continuando la idea se debe señalar al respecto que las expresiones y tradiciones orales al ser transmitidas verbalmente suelen variar mucho, en otras palabras son una combinación de imitación,

improvisación y creación que se modifican según el género, el contexto y el intérprete. Esta combinación hace que sean una forma de expresión viva y colorida, pero también frágil, porque su viabilidad depende de una cadena ininterrumpida de tradiciones que se transmiten de una generación de intérpretes a otra, por esta razón se recalca la relevancia que tiene el tema de estudio, al depender de un complejo sistema de comunicación, por mismo para asegurar su preservación es fundamental mantener estas prácticas sociales en la retina de la sociedad para que queden estampadas como huellas imborrables en la memoria colectiva.



IMAGEN : 8
Ilustración 300 x 217 Fuente: Folclore-infantil-chileno-icarito.blogspot.com

19. UNESCO. Texto Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del Patrimonio Cultural Inmaterial.

Link: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00053>
20. Idem.

Cultura oral

02

Por último, según la Convención Sobre la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, en el Artículo 2, se declara que es posible utilizar la tecnología de la información, para contribuir a salvaguardar las tradiciones orales en toda su variedad y riqueza, incluidas las variaciones textuales y los diferentes estilos de interpretación, por otro lado se identifica a los medios audiovisuales como instrumentos capaz de “envasar” esta inmaterialidad y contener elementos expresivos únicos en su genero, como la entonación, y sinnúmero de variantes estilísticas. Para concluir, se debe destacar la importancia del Diseño estratégico como un elemento vinculante, capaz de articular un sistema comunicacional y dotarlo de sentido de acuerdo a las características propias del contexto humano, por ende definimos al diseñador como el guardián de la memoria colectiva, y se enfatiza el compromiso social con la cultura y el desarrollo territorial.



IMAGEN : 9
Palladores de cueca brava. Ilustración 300 x 217
Fuente: folcloreculturachilena.bligoo.com

Cultura oral

02

2.6 Identidad cultural

[Definición conceptual]

La "Identidad Cultural" es un concepto clave dentro de la temática de estudio, ya que como entendimos anteriormente²⁶ esta configurada por los componentes que configuran los "rasgos de personalidad" que caracterizan al grupo social que habita un territorio. Montserrat Crespi Vallbona²¹ teoriza sobre esta temática y dentro de su teoría establece que la identidad cultural es una construcción que "se compone de un sistema de contenidos, de creencias, de ideas y pensamientos, de valores, de normas, de conocimientos, de intenciones y de deseos explícitos y conscientes, de emociones y pasiones, de ilusiones y motivos inconscientes presentes en una comunidad (espacial, local, regional o nacional) y en un momento histórico determinado". Crespi señala que todo lo anteriormente dicho se denomina como "Corpus Mysticum"²², el cual tiene un nivel razonable de fijación y perdurabilidad en el tiempo, es importante también constatar lo que dice Crespi, cuando explica que la identidad cultural no es sólo una construcción, sino también, es una propuesta de acción que reinterpreta permanentemente el pasado y que se adapta a las continuas rupturas y cambios del proceso histórico,

(... Cada identidad cultural, a través de sus contenidos, configura una manera de comprender el mundo, de actuar y de sentir; unas formas de vida genéricamente compartidas que se expresan en saberes, comportamientos e instituciones. Mediante estas formas de vida compartidas, cada miembro de una comunidad se reconoce y se identifica. Cualquier comunidad se construye acerca de una relación nosotros, acerca de una autoimagen colectiva, acerca de una auto-concepción que delimita una identidad social frente a un entorno. Toda sociedad precisa tener una idea sobre sí misma, simbolizada en tótems y tabúes, símbolos y banderas, monumentos y santuarios, fiestas y celebraciones, santos y patronos, profetas y herejes, procesiones y romerías... "el Corpus Mysticum") (Crespi. Irene, 2003)²³



IMAGEN : 9
Identidad Cultural Poteña.
Ilustración 500 x 375
Fuente: plataformaurbana.cl

21. Ver la relación del concepto en la P.26 columna derecha "Patrimonio Cultural Intangible"

22. Crespi, M. y Planeéis, M. (2003); Obra completa, Patrimonio Cultural. Ed. Síntesis, Madrid.

23. El concepto de "Corpus Mysticum" es abordado por Prats (1997) quién señala este concepto se refiere a lo conocemos como "patrimonio cultural" y en otras palabras es una construcción social, es decir, es un artificio, ideado por alguien, en algún lugar y momento, para unos determinados fines, e implica finalmente que es, o puede ser históricamente cambiante de acuerdo con nuevos criterios e intereses (Prats, 1997).

Cultura oral

02

Terminando de exponer el concepto, se identifican los componentes que conforman la identidad cultural de una colectividad, los cuales forman un todo integrado, interrelacionado y único, los que a su vez identifican los recursos que posee una cultura, por otra parte para la presente memoria se defienden como las competencias que desarrolla una comunidad para manifestar su personalidad y modos de ser. A continuación se procede a describir y fundamentar los rasgos que caracterizan a un grupo humano, cualquiera sea su ubicación territorial, se debe aclarar que estos componentes son definidos teóricamente por los autores Crespi y Planeéis en su obra "El Patrimonio Cultural"²⁴.

2.6.1 Componentes

a) El territorio: Es el espacio donde la colectividad humana despliega su actividad de vida y en donde genera las tramas significativas que componen la cultura. Es por ello que se considera el territorio como un elemento indispensable para la gestación y la existencia de una identidad cultural. La tierra no sólo se piensa como un espacio físico, desposeído de cualquier vibración, sino que se acepta que de este se

desprende energía, la que modifica actitudes en la forma de vivir de las personas. Por ejemplo la gente que proviene del extremo sur de nuestro país se les reconoce por ser más tímidos, emotivos y perezosos, en cambio para los pueblos que viven en la costa, el mar les ha originado una forma especial de vida desarrollando el comercio y con un espíritu abierto al intercambio cultural.

b) La historia: La historia consolida a los pueblos, mediante el pasado historiable y la memoria histórica de éste, favorecido notablemente a su cohesión en el tiempo. El pasado historiable de un país, las experiencias y pruebas comunes, constituyen el patrimonio político, económico, cultural y la estructura social que han ido moldeando el carácter y las actitudes de sus habitantes. La memoria histórica de un país obliga y justifica la voluntad de reiterar su propia identidad. Asimismo, la historia es cambiante y, en general, no es repetitiva. Explica el presente, abastece una orientación, un marco que guía el camino a seguir pero sin predeterminarlo. Sin duda, el pasado siempre irriga el presente, sin que ello margine las innovaciones, los avances tecnológicos y científicos y los cambios estructurales inherentes a todo proceso histórico.

c) La lengua: La lengua es un factor de identificación étnica y de unificación, puesto que crea vínculos diferenciadores y afectivos. Consiste en un sistema de

24. Crespi, M, y Planeéis. M. Obra completa (2003) Patrimonio Cultural. Ed.Síntesis, Madrid

Cultura oral

02

símbolos que permiten a los miembros de una sociedad comunicarse entre sí. La lengua acostumbra a ser la manifestación más contundente con la que una persona se identifica. Hablar la misma lengua implica formar parte de una misma comunidad, compartir una peculiaridad cultural. Además, como manifiesta S. Giner (1996) “ la lengua constituye el soporte o vehículo a través del que se expresa un conjunto de símbolos, imágenes, ideas, concepciones del mundo y formas de vida características que se diferencian de otras comunidades y que confieren un sello específico a nuestro talante”. El lenguaje es pues el mecanismo que asegura la transmisión de una herencia cultural generación tras generación, ya sea vía tradición oral o escrita. Y, por lo tanto, abre las puertas al conocimiento que una sociedad ha ido acumulando durante siglos.

Edward Sapir (1931) observó que la lengua tiene palabras y expresiones que no tienen un equivalente o traducción exacta en otras lenguas. Las palabras tienen una denotación y connotación diferente en cada lengua, debido a que éstas están asociadas a unas determinadas

emociones. De esta forma, las hipótesis de Sapir mantienen la idea de que las personas perciben el mundo de una manera o de otra según la lengua que hablen: “Cada nación piensa como habla y habla como piensa”

d) Los símbolos: Una singularidad de la especie es su capacidad para crearse una realidad propia, un mundo de significados, transformando los elementos de la vida social (las cosas materiales, los gestos, las miradas, etc.) en símbolos, que serían todo aquello que para aquellos humanos que compartan una cultura tiene un significado determinado o específico. Las personas utilizan y dependen tanto de los símbolos que nunca se paran a pensar seriamente en su importancia. Sólo cuando se viaja y se descubren nuevas sociedades que tienen símbolos culturales diferentes, se experimenta este choque cultural.

e) Los valores y las creencias: Los valores son modelos culturalmente definidos con los que las personas evalúan aquello que es deseable, bueno o bonito, y que sirven de guía para la vida en sociedad. Los valores son principios amplios y generales que se convierten en la base de las creencias. Por ello, las creencias son aquellos enunciados específicos que las personas consideran ciertos. Mientras que los valores son proposiciones más abstractas, relativas a cómo deberían ser las cosas, las creencias hacen referencia a asuntos más específicos sobre los que emite un juicio en relación a su verdad o falsedad. Tanto los valores culturales como las creencias no sólo influyen

Cultura oral

02

en la manera de ver el entorno, sino que también configuran la esencia o el núcleo de la personalidad.

f) Las normas: Las normas son reglas y expectativas sociales a partir de las que una sociedad regula la conducta de sus miembros. Algunas normas proscriben o prohíben ciertas cosas. Por ejemplo, la norma en algunas sociedades por la que una mujer casada no puede salir de la casa sola. Y otras son prescriptivas, es decir, indican aquello que debería hacerse. Por ejemplo, la norma de ceder el asiento a las personas mayores.

g) Los objetos materiales y la tecnología: Los objetos materiales y la tecnología son los elementos tangibles de la cultura, los artefactos, que, generalmente, reflejan los valores de esta sociedad. Aparte de reflejar valores, la cultura de los objetos materiales también muestra cuál es la tecnología de una sociedad, entendida como el conocimiento aplicado que dispone una sociedad y que le sirve para sobrevivir.

Finalmente podemos decir que la identidad cultural nos permite acercarnos hacia el reconocimiento de los elementos que permiten interpretar una sociedad en un contexto determinado, también nos permite reconocer los componentes que conforman el todo unificado del grupo humano y el contexto territorial que habitan.

2.7 La memoria.

[Interpretación e importancia]

Antes de cualquier conjetura acerca de la memoria es preciso señalar que la identidad social y cultural, como pertenencia e identificación con una localidad, con una cultura y por ende con un modo de vida y de ser en particular, está unida estrechamente con la memoria que un grupo elabora sobre su pasado. Como dijimos anteriormente (capítulo de la id. cultural) un aspecto fundamental de la identidad es el de fundarse en un conjunto de costumbres, prácticas, cosmovisiones y representaciones heredadas y que se son valoradas como expresiones significantes de lo que un grupo es en sí mismo. Desde esta perspectiva interpretaremos a la memoria y a la identidad como una construcción histórico-social, como elaboraciones de los propios grupos sociales. Se entiende que la memoria y la identidad son un continuo, significa ser lo que es en tanto se fue antes y que queda definido en la memoria colectiva.

Cultura oral

02

2.7.1 Memoria de la especie

En la hipótesis freudiana, el núcleo del inconsciente estaría constituido no por capacidades heredadas, sino incluso por contenidos heredados a los que denomina memoria de la especie. Según Freud pensamos que lo que se puede heredar son sólo ciertas capacidades, ciertos mecanismos que nos permiten desarrollar nuestro aparato psíquico en la medida en que éste se va construyendo en el vínculo intersubjetivo, pero no podemos heredar contenidos psíquicos concretos de la especie. Es a través de la cultura que estos contenidos se transmiten continuamente. Contenidos, prohibiciones, represiones, etc., son producciones culturales, históricas, y no con un inconsciente colectivo transmitido a través de la herencia.

2.7.2 Memoria colectiva

La definición del año 1925 de M. Halbwachs²⁵, quien señala que «la memoria colectiva es la memoria de los miembros de un grupo que reconstruyen el pasado a partir de sus intereses y del marco de referencias presentes. Esta memoria colectiva asegura la identidad, la naturaleza y el valor de un grupo, además es normativa porque es como una lección a transmitir sobre los comportamientos prescritos del grupo», por otro lado implica la idea de algo colectivamente creado y compartido. Es de destacar que tratándose de una memoria alrededor de algún hecho existente, de algún acontecimiento vivido efectivamente, compartido por ese grupo, está construida a partir del marco de referencia presente.

La memoria colectiva está siempre construida sobre una necesidad del presente. Tiene que ver con el presente y, por lo tanto, también con el futuro, nunca es memoria porque sí. Por el contrario, ciertos olvidos pueden tener una capacidad de amputar el futuro. La memoria colectiva asegura, entonces, la identidad de ese grupo y junto con la identidad la valoración, ya que habitualmente no existe ninguna representación del sí mismo de una persona, ni del sí mismo de un grupo o de una comunidad que no esté unida a una escala de valores. “Tendemos a ubicar automáticamente todo

25. HALBWACHS, Maurice. 1925. Le cadres sociaux de la mémoire. París: Editorial Puf.

Cultura oral

02

rasgo, social o personal, dentro de algún tipo de valoración²⁶ (Kordon, 1995).

Existe evidentemente una relación entre memoria colectiva y representación social.²⁷ Es decir, un grupo o una comunidad que ha vivido un hecho determinado no sólo lo recuerdan, sino que lo recuerda a través de una o de un conjunto de representaciones sociales.

Por otro lado, desde la concepción de la psicología social norteamericana, la memoria colectiva se mide a través de encuestas. Ante ciertos acontecimientos que inciden en una comunidad, algunos con potencialidad traumática, se toma una muestra muy amplia de personas, del orden de miles, y se les pregunta cuántas veces en el día han pensado y/o hablado sobre ese hecho. Meses después les vuelven a preguntar a esas mismas personas cuántas veces ese día hablaron y/o pensaron sobre ese mismo hecho. Luego, sobre esa base estadística construyen hipótesis, por ejemplo, en relación con la intrusividad psíquica del trauma, cuánto se tiene presente y qué necesidad hay de hablarlo y compartirlo con otros. Esta es la base sobre la que estudian la memoria colectiva.

Finalmente recalcamos la importancia de este concepto para la presente investigación, ya que buscamos

interpretar las simbolizaciones de las imágenes y significados simbólicos que se encuentran alojados en la memoria colectiva de una determinada sociedad. Para lograr tal cometido se plantea utilizar como instrumento una encuesta para analizar e interpretar el Arte Oral de una comunidad.

2.8 El pasado

[Valor e importancia en la actualidad]

Hoy más que nunca el pasado posee un valor incalculable, demostrado por el peculiar interés que impulsa a mucha gente e instituciones a revelar y preservar las huellas que ha dejado el paso del tiempo, entre las iniciativas existentes destacamos la participación de La UNESCO, al Museo Nacional de la memoria, entre otros. Por otro lado podemos visualizar que hay cosas que se van perdiendo por el paso tiempo, por el poco interés y por la poca motivación de las sociedades por conservar los vestigios de generaciones que ya no están.

William Lipe (1984) un estudioso de este fenómeno nos explica que "El ansia de pasado es una de las manifestaciones más significativas que adopta la

26. KORDON, Diana; EDELMAN, Lucila. 1995. Algunas consideraciones sobre la articulación entre psiquismo y sociedad. En: Kordon et al. La impunidad. Una perspectiva psicosocial y clínica. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

27. Entendemos representación social como el producto y proceso de una elaboración psicológica y social de la realidad. Tiene, por lo tanto, su apoyatura en lo ideológico.

Cultura oral

02

reacción de la sociedad contemporánea ante la conciencia de pérdida de continuidad cultural que ha provocado la velocidad y escala del cambio que afecta el entorno físico y cultural en las sociedades²⁸. Esta idea es revalidada por Lowenthal, quien expone que “el pasado sigue teniendo hoy la fuerza potente que siempre tuvo en los asuntos humanos, como fuente de identidad personal y colectiva y como baluarte contra el cambio masivo y angustiante”. (Lowenthal, 1985, prólogo)²⁹. Por esta razón el objetivo está puesto en aquellas huellas del pasado que no son otra cosa que parte de nuestro “patrimonio histórico”, pero antes de profundizar en este concepto es necesario reflexionar sobre ciertos aspectos relevantes en este tema que nos sitúen y permitan comprender el significado concreto de la abstracción a la que llamamos pasado, como por ejemplo determinar qué es lo que objetivamente tiene valor, los vestigios, el pasado que se percibe físicamente como algo que fue, o aquella esencia a la cual le encontramos un sentido, aquello que nos ancla de alguna manera porque nos sentimos parte de... y si es posible determinar el rol que desempeña el pasado en los grupos sociales.

Sin duda alguna en el ámbito de las emociones humanas el paso del tiempo tiene un valor simbólico para el hombre, el cual por lo general lo hace manifestarse de una manera visceral, interpretando e incluso adivinando acerca de lo que va a acontecer o de lo que ya fue. Es aquí donde entramos en el terreno utópico, de la ficción y la imaginación, acompañadas de un compromiso de valor y de fe de parte de la humanidad, es así como podemos constatar la cantidad de religiones, sectas y grupos místicos que promueven promesas espirituales de consuelo y salvación, ganando fieles practicantes de una manera de pensar en particular, las cuales se comunican a través de un lenguaje simbólico.

2.8.1 El Recuerdo

Es importante señalar que para la utilización del recuerdo, es fundamental la construcción de éste a través de la memoria, pues en ella se encuentran depositadas las experiencias vividas. El Psiquiatra y escritor Carlos Castilla del pino, nos advierte que “No podemos traer el recuerdo a la conciencia sin su restauración, esto es, sin dotarle del valor semántico que tuvo en el pasado. Y la restauración misma es un proceso que implica la contextualización del recuerdo inicialmente evocado³⁰.”

28. Lipe, William D. (1984): Value and meaning in cultural resources, en H. Cleere (ed.), *Approaches to the archaeological heritage*, Cambridge, N. Y., Cambridge University Press, pp. 1

29. Lowenthal, D. (1985): *The Past is a foreign Country*, Cambridge, N. Y., Cambridge University Press.

30. A. González Moreno-Navarro, C. Castilla del Pino, A. Fernández Alba; “Patrimonio: ¿memoria o pesadilla?”. Barcelona 1995

Cultura oral

02

“La restauración de lo olvidado, no destruido, y ahora evocado gracias a la memoria, ha de hacerse con sumo cuidado. Nos va en ello la conciencia de nuestra continuidad biográfica. Hay que evitar ante todo la distorsión posible y, muy en especial, todo falseamiento. Preferible no recordar a, o bien recordar mal, o bien falsear lo recordado. Desde la falsificación, desde luego, no es posible lograr la continuidad histórica de uno mismo. Es preciso ser veraz, o, mejor, no engañarse. Dicho en otras palabras es necesaria la restauración fiel”. (Castilla. C. 1995)

Castilla también señala que nuestros recuerdos no son una trivialidad, El recuerdo se usa para la tarea actual; y también para la re-construcción del proceso histórico-biográfico. Porque un recuerdo no se ofrece como un dato aislado, sino como componente de una estructura contextual, y queda como estrato, al modo como es estratigráfica la memoria colectiva. Del dato, pues, surge la estructura, y, a partir de él, es posible recomponerla, restaurarla.

Podemos concluir finalmente, que la reconstrucción del recuerdo y la memoria son conceptos que se entremezclan con el propósito final de la investigación el cual se basa en la interpretación de representaciones significativas, que le pertenecen a un grupo humano, por tanto hay que tener especial cuidado en el proceso interpretativo, ya que si interpretamos de mal manera, Castilla nos advierte que “Nos va en ello la conciencia de nuestra continuidad biográfica” desvirtuando así también la “huella digital” de la comunidad.

El Mundo de la fantasía

03

Primeramente se introduce en este mundo imaginario para entender la relación existente entre el Arte Oral y el mundo intangible, ya que como se declara anteriormente estas expresiones nacen a partir de la imaginación y la creatividad humana, por lo tanto el mundo de lo intangible nace a partir de un proceso imaginativo que se gesta en la mente, en otras palabras es la "facultad mental para imaginarse cosas inexistentes y proceso mediante el cual se reproducen con imágenes los objetos del entorno"³¹ Es por ello que evocamos este concepto, ya que se entiende que las composiciones literarias populares del Arte Oral viven solo en el mundo de la fantasía, por ende también viven solo en la mente de las personas. Cabe señalar que las expresiones del Arte oral son concebidas a través de un proceso imaginario que se gesta en la comunicación oral, el cual se asemeja a un sueño en la realidad, en otras palabras "un sueño Lucido", esta idea conceptual se constituye en una palabra clave para el desarrollo del proyecto, asimismo entonces podemos agregar que si una composición literaria del Arte Oral constituye un sueño de un individuo, entonces el Arte Oral en su conjunto sería el sueño de un pueblo. Queda en manifiesto que es imprescindible incentivar la

promoción y preservación del recurso fantasioso de la cultura de un pueblo, ya que es fiel reflejo de la imaginación y creatividad de una cultura.

Por último ahondaremos los conceptos claves que tienen relación directa con el Mundo de la fantasía, para tener una visualización completa de los conceptos involucrados en al temática de estudio.



IMAGEN : 10
EL mundo de la Fantasía
Ilustración 500 x 500
Fuente: artysmedia.blogspot.com

31. Montoya. V. El poder de la fantasía en la literatura infantil.

3.1 Imaginación

Si lo puedes imaginar lo puedes lograr / Si lo puedes imaginar lo puedes crear. Si puedes imaginar algo puedes comprenderlo y para comprender algo solo tienes que imaginarlo.
(Einstein).

El siguiente término se entiende según el punto de vista de la psicología, pues este concepto ha sido material de estudio por destacados psicólogos, como el soviético L. V. Vigosky (2009), quien teoriza en uno de sus primeros trabajos el carácter y desarrollo de la imaginación, por otra parte cruzaremos la idea anterior con la teoría acuñada por Gastón Bachelard (1958), quién aborda el tema en un ensayo sobre la imaginación y el movimiento. Por consiguiente se utilizan estos términos como referentes teóricos debido a la abundante y valiosa información que aporta este concepto a relación directa que tiene con el Arte Oral, objeto de estudio de la investigación.

La imaginación según Vigosky (2009)^{*1} es la actividad creadora que realiza el cerebro humano basado en la combinación, en su acepción vulgar, suele entenderse por imaginación o fantasía a lo irreal, a lo que no se ajusta a la realidad y que, por lo tanto, carece de un valor práctico serio, pero a fin de cuentas es la “base de toda actividad creadora, se manifiesta por igual en todos los aspectos de la vida cultural haciendo posible la creación artística, científica y técnica”.^{*2} En este sentido todo lo que ha sido creado por la mano del hombre es producto de su imaginación y creatividad, por lo tanto la cultura en si es un producto del acto creativo de la imaginación humana.

Por otra parte, Bachelard (1958) aclara que generalmente se piensa que la imaginación es la facultad de formar imágenes, pero por el contrario, se trata de un proceso de deformación de imágenes suministradas por la percepción, y advierte al respecto que si no hay un cambio de imágenes o unión inesperada de imágenes, ¡no hay acción imaginante!, “Si una imagen presente no hace pensar en una imagen ausente, si una imagen ocasional no determina una provisión de imágenes aberrantes, una explosión de imágenes, no hay imaginación”^{*3} al respecto el autor señala que solo pensaremos en una percepción o un recuerdo de una percepción, memoria familiar, hábito de colores y de formas, pero en el fondo no es imaginación.

*1. L. s. Vigosky. La imaginación y el arte en la infancia. (2009) P:10. Ed. Akal

*2. Ibid

*3. G. Bachelard. “El aire y los sueños” ensayo sobre la imaginación del movimiento. Ed. Breviarios México

El Mundo de la fantasía

03

Se cita a Vigosky para desarrollar la teoría que habla sobre el desarrollo imaginario a lo largo de la vida del hombre, la cual expone que: "La ley fundamental del desarrollo de la imaginación que presenta esta curva se formula tal como sigue: la imaginación en su desarrollo atraviesa dos períodos divididos por una fase crítica. La curva IN presenta la marcha del desarrollo de la imaginación en el primer período; se eleva abruptamente y después se mantiene durante bastante tiempo en el nivel alcanzado. La curva RO señalada con puntos presenta la marcha del desarrollo del intelecto o de la razón; este desarrollo comienza, como vemos en el diagrama, más tarde y se eleva lentamente, porque requiere una acumulación mucho mayor de experiencia y una elaboración más compleja, solo en el punto M, ambas líneas: el desarrollo de la imaginación y el desarrollo de la razón, coinciden.

El lado izquierdo de nuestro diagrama muestra la particularidad por la cual se diferencia la actividad de la imaginación en la infancia y que es tomada por muchos investigadores como la riqueza de la imaginación

infantil. En el diagrama es fácil observar que el desarrollo de la imaginación y esta independencia relativa de la imaginación infantil, su independencia de la actividad de la razón, constituye una expresión no de riqueza, sino de pobreza de la fantasía infantil".³²

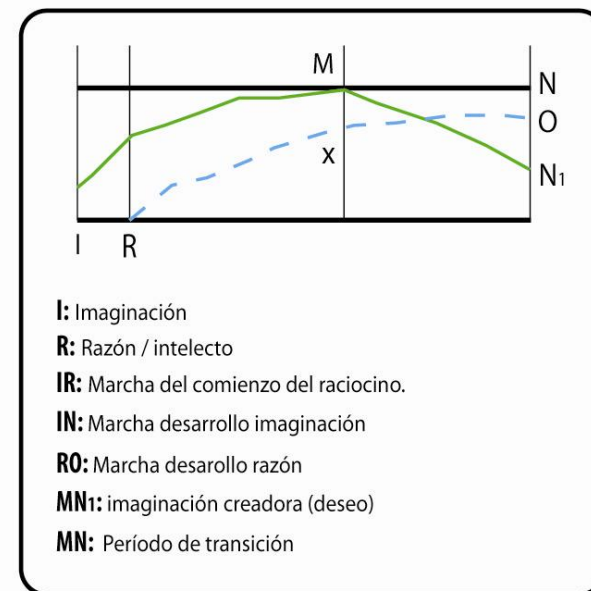


Gráfico: 1
Desarrollo de la imaginación.
L. S. Vigosky: La Imaginación y el Arte en la infancia.
(2009) Ed. Akal
La bajada es propiedad del Autor *

32. L. s. Vigosky. La imaginación y el arte en la infancia. (2009) P.10. Ed. Akal.

3.1.1 Evolución de la imaginación

A partir de lo expuesto anteriormente, se piensa que la imaginación se desarrolla paralelamente a la evolución humana, es decir, aparece en un momento determinado en la vida del ser humano, crece, se desarrolla y muere con él, es por esto que se piensa que es necesaria la aparición del lenguaje en la vida del ser humano para empezar hablar de la imaginación, ya que la teoría desarrollada por Víctor Montoya dice que "el lenguaje esta antes que el pensamiento"³³ este autor plantea que el idioma influye o determina la capacidad mental (pensamiento). En esta corriente lingüística incide la "gramática generativa" de Noam Chomsky, para quien existe un mecanismo idiomático innato, que hace suponer que el pensamiento se desarrolla como consecuencia del desarrollo idiomático³⁴. A partir de lo anteriormente expuesto se elabora un esquema

construido en base a la extracción de teoría de la psicología,³⁵ en donde se enumeran y explican las diferentes fases evolutivas de la imaginación a lo largo de la vida humana, a modo de identificar los distintos segmentos de una población, de este esquema nacen los argumentos para identificar al público al cual nos referiremos en el presente Proyecto de Diseño.

Posteriormente se elabora un esquema explicativo que relaciona el desarrollo evolutivo con las actividades que realiza el ser humano a lo largo de la vida, he aquí donde surge la oportunidad de generar una respuesta para un segmento determinado.

33. Montoya. V. Lenguaje y Pensamiento. Link:

<http://sincronia.cucsh.udg.mx/lengpens.htm>

34. Ramos. J. Ensayo sobre la psicología, Link:

<http://jsc-psico.blogspot.com/2011/11/la-psicologia-por-javier-meza-ramos.html>

35. Ibid

El Mundo de la fantasía

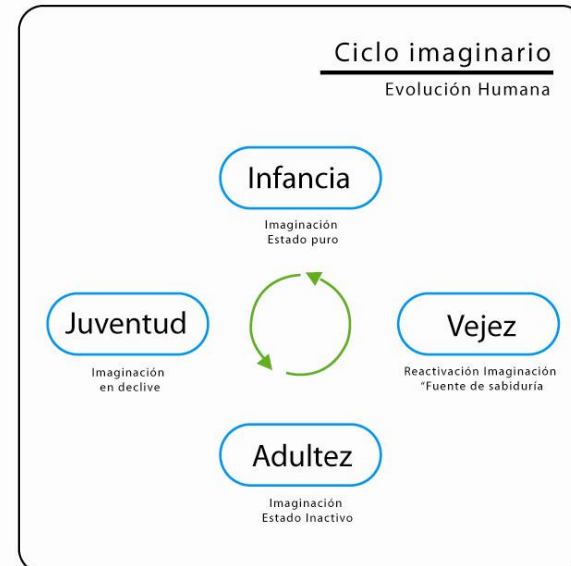
03

Desarrollo Evolutivo imaginario

- 1. Imaginación reproductora** (2-3 años)
La imaginación se expresa por: Percepción – memoria
- 2. Animismo** (3-4 años)
(Otorga vida e intención a las cosas)
- 3. Investigación novelesca** (5-6 años)
(Capaz de crear situaciones nuevas)
**Fantasía en su modo más puro. Innovación*
- 4. Juventud** (13-17 años)
(Comienza un declive de la fantasía, la imaginación tiene un rol importante en los sueños)
- 5. Adulthood** (18-60 años)
(La imaginación se encuentra en un periodo stanby)
- 6. Vejez** (60 en adelante)
(Creciente alza de la imaginación, los mecanismos principales son el Recuerdo y la Memoria).

Gráfico: 2
Desarrollo Evolutivo Imaginario
Elaboración Propia *

El siguiente esquema nace a partir de la deducción del gráfico anterior, y se refiere al proceso evolutivo de la imaginación, que señala como se desarrolla la imaginación a lo largo de la vida del ser humano, puesto que en cada etapa se expresa de manera diferente. De lo anteriormente declarado se piensa en el desarrollo imaginario como un ciclo del cual se identifican los segmentos de la población y el respectivo rol imaginario dentro de la escala de evolución.



ESQUEMA: 5
Ciclo Imaginario
Elaboración Propia *

El Mundo de la fantasía

03

El gráfico expuesto a continuación nace a partir de las relaciones planteadas anteriormente, comenzando por la base de que la imaginación comienza ascender desde los primeros años de vida del hombre y se extiende hasta desaparecer junto con él, por consiguiente se puede decir que la imaginación tiene un rol ACTIVO a lo largo de la vida del hombre, es por esta razón que se relaciona con el tiempo de ocio y esparcimiento, ya que este juega un rol fundamental en el desarrollo imaginativo. Concluyendo en una primera instancia podemos señalar que el período de la infancia y vejez tienen un área similar en la línea ascendente de la imaginación, por lo que se deduce que en ambos períodos de la vida el nivel de responsabilidades es menor, es por esto que se dice que niños y ancianos se llevan bien, porque al parecer tienen cosas en común, que los hace vincularse de una u otra manera a través de la imaginación, todos podemos recordar en alguna oportunidad alguna historia o suceso contado por nuestros parientes más ancianos los cuales nos llevaron a los terrenos intangibles de la fantasía. En una primera aproximación proyectiva, se detecta la oportunidad de trabajar y estimular al segmento cuyo desarrollo imaginativo este cruzando un periodo

“inactivo” identificado como el segmento etario comprendido entre las edades de 18 a 60 años, ya que es aquí donde se visualiza la oportunidad de proyecto, identificando a un segmento de la población cuyo desarrollo imaginativo necesita estimularse.

Finalmente, todo lo anteriormente señalado se vincula intrínsecamente con el Arte Oral, dado que el destino y preservación de las “Expresiones Literarias Populares” se encuentra en la mente humana, es por ello que el ser humano es el instrumento para su materialización, y la imaginación es el proceso que se lleva a cabo para gestarlo.

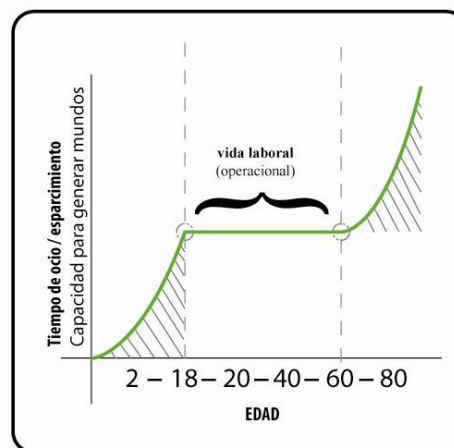


GRÁFICO: 3
Capacidad imaginaria / rango etario
Elaboración Propia *

3.2 Imaginario colectivo

[Concepto]

En la actualidad este término es utilizado por distintas disciplinas y aun esta en proceso de construcción, es por ello que es necesaria la elaboración de una definición que nos permita apoderarnos del concepto y utilizarlo a favor de la temática planteada. Para comenzar citaremos a Carl Gustav Jung quién a sido uno de los pioneros en abordar la temática desde el punto de vista de la psicología, al respecto el autor señala que:

“el inconsciente se compone de dos partes: el inconsciente personal, que contiene el resultado de la experiencia global de un individuo, y el inconsciente colectivo, que es la reserva de la experiencia humana. En el inconsciente colectivo hay una serie de imágenes esenciales, a las que él denomina arquetipos, comunes a todos los individuos de un país o de un momento histórico concreto”.³⁶

Se entiende entonces que el inconsciente colectivo se trata de una “construcción social” de imágenes universalmente simbólicas que expresan los pensamientos más profundos de una comunidad, según Jung se trata de los pensamientos más antiguos, generales y profundos de la humanidad “[...] tienen tanto de sentimiento como de pensamientos [...] un tesoro sepultado del que la humanidad ha ido sacando sus demonios y sus dioses, y todos esos pensamientos fuertes y poderosos sin los cuales el hombre deja de ser hombre”³⁷, esta idea nos da paso para entender en el fondo el significado concreto a lo que llamaremos “imaginario colectivo” entendiéndolo como un conjunto de imágenes simbólicamente colectivas, las cuales hemos interiorizado de acuerdo a un proceso cultural natural, estas imágenes que Jung llama “arquetipos” es lo que nos interesa abordar en este apartado, por lo cual relacionamos este término con la temática del Arte Oral, ya que como se entiende se trata de expresiones orales de antaño que reflejan el sentir y pensar de una cultura particular, en definitiva los arquetipos son lo que hemos definido como las “expresiones literarias populares” propias del Arte Oral.

36. Jung. C.G. Arquetipos e Inconsciente Colectivo. Ed.Paidós.

37. Palou. V. Silvia. “Sentir y crecer. El crecimiento emocional en la infancia” P. 157, Ed. Graó, de IRIF, S.L. Barcelona. 2004.

El Mundo de la fantasía

03

la razón. Recuperar el valor de los símbolos partiendo de las imágenes que podamos tener sobre cada emoción, puede ser un elemento rico y facilitador de la expresión del mundo interior.

Observamos como caso de estudio a los infantes, los cuales cuando emprenden la construcción de sus primeros símbolos, sobre todo a través del juego, están empezando a adquirir un poderoso instrumento para dar un salto de la naturaleza a la cultura. “[...] la construcción simbólica es una de las mejores herramientas de que disponen para expresar lo que sienten, la simbolización permite distanciarse de la vida real y vivir aquella emoción sin miedo a sentirla”.⁴⁹

A partir de los símbolos se pueden leer las creencias, a veces culturales, a veces vivenciales, que expresa cada persona en cada emoción. Los símbolos y las imágenes son recursos que por siglos han utilizado las distintas religiones, para transmitir creencias comunes de una tradición cultural que dan al grupo social una identidad, un imaginario colectivo que les hace sentir unidos emocionalmente. Bajo esta concepción y encausándonos en el tema que nos convoca, diremos que el significado

por tanto, su tratamiento deberá partir siempre del respeto, de la apertura y de la flexibilidad de cada propuesta, no dando nunca por supuestos los significados que cada persona dará a cada cosa.

38. Bruno Bettelheim, El psicoanálisis de los cuentos de hadas, P.33

El Mundo de la fantasía

03

3.2.1 Arquetipos [concepto]

En definitiva entenderemos por Arquetipos a las formas configuradas de un modo consciente y específico, las cuales se han transmitido con relativa identidad a través de largos periodos de tiempo. Así pues, este concepto sólo puede aplicarse indirectamente a las representaciones colectivas, ya que como señala Jung en verdad designa contenidos psíquicos no sometidos aún a la elaboración consciente alguna, y representa entonces un dato psíquico todavía inmediato. Como tal, el arquetipo difiere no poco de la formulación históricamente constituida o elaborada. En consecuencia a este pensamiento Palou considera que la cultura dispone de "herramientas" que permiten transmitir el Imaginario Colectivo, estas herramientas son los Arquetipos alojados en la memoria colectiva de la sociedad, estos instrumentos elaborados por una comunidad por medio de la imaginación construyen imágenes simbólicas que para el común de una comunidad significan algo semejante, es por esta razón que entenderemos como herramientas de una cultura a las expresiones literarias del Arte Oral, es así que se

plantea reconstruir la memoria colectiva utilizando "las herramientas" que disponga la sociedad a la cual nos estemos refiriendo.

3.2.2 Símbolos [El sentido emocional]

Como hemos visto los arquetipos no son otra cosa que la simbolización de una imagen colectiva. Representa un contenido mental, como una idea o un afecto. Indudablemente el carácter básicamente simbólico es una particularidad del ser humano. Sin duda alguna los símbolos nos sirven para comunicarnos con los demás y con nosotros mismos, para ordenar nuestra conducta, para representarnos la realidad; "los símbolos son los recursos mediante los cuales los individuos y las culturas expresan aquellas realidades inconscientes y reprimidas de manera socialmente aceptables, por la sencilla razón de haber disfrazado previamente la crudeza de los deseos "salvajes" que representan desde el punto de vista latente"*4.

Para Sílvia Palou Vicens*5 Los símbolos son, un elemento cultural que nos ayuda a hacernos conscientes de nuestras emociones. Cuando la mente explota el símbolo, se ve transportada a ideas que van más allá de la razón. Recuperar el valor de los símbolos partiendo de las imágenes que podamos tener sobre cada emoción, puede ser un elemento rico y facilitador de la expresión del mundo interior.

*4. Ernest Jones citado en Prat Carós, 1984, P. 125.

*5. Palou, V. Sílvia. "Sentir y crecer. El crecimiento emocional en la infancia" P. 157, Ed. Graó, de IRIF, S.L. Barcelona. 2004.

El Mundo de la fantasía

03

Observamos como caso de estudio a los infantes, los cuales cuando emprenden la construcción de sus primeros símbolos, sobre todo a través del juego, están empezando a adquirir un poderoso instrumento para dar un salto de la naturaleza a la cultura. "[...] la construcción simbólica es una de las mejores herramientas de que disponen para expresar lo que sienten, la simbolización permite distanciarse de la vida real y vivir aquella emoción sin miedo a sentirla".*⁵

A partir de los símbolos se pueden leer las creencias, a veces culturales, a veces vivenciales, que expresa cada persona en cada emoción. Los símbolos y las imágenes son recursos que por siglos han utilizado las distintas religiones, para transmitir creencias comunes de una tradición cultural que dan al grupo social una identidad, un imaginario colectivo que les hace sentir unidos emocionalmente. Bajo esta concepción y encausándonos en el tema que nos convoca, diremos que el significado de cada símbolo y su aplicación son muy personales y, por tanto, su tratamiento deberá partir siempre del respeto, de la apertura y de la flexibilidad de cada propuesta, no dando nunca por supuestos los significados que cada persona dará a cada cosa.

*5. Bruno Bettelheim, El psicoanálisis de los cuentos de hadas, P.33

4. Nuevos Medios

Para efectos de la presente memoria se define el concepto “nuevos medios” para entender la implicancia que tendrá en el desarrollo del presente proyecto de diseño, es por ello que es imprescindible esclarecer los conceptos relacionados con el tema de estudio.

Los mencionados nuevos medios se definen como “los nuevos lenguajes visuales y de comunicación con el uso de tecnologías, cuya intensión crítica, experimental o de innovación, las redefinen como medios creativos y artísticos”.³⁹

“Annick Bureau y Lev Manovich explican respectivamente las condiciones, desde múltiples contextos y autores, para la definición de Nuevos Medios, tanto en su significado conceptual, como en las transformaciones sociales, cognitivas, económicas y sobretodo técnicas, que los caracterizan. El campo de los Nuevos Medios es a la vez un campo cruzado con otros campos disciplinares transcódificados, ya que se piensa que son en cada época, la utilización de la tecnología invertida en la construcción de modos de vinculación.”⁴⁰

Actualmente la informática, los modos de producción de sentido y las distintas formas de relacionarse entre las

personas han alcanzado un nivel homogéneo, es entonces que nacen estas nuevas formas de generar comunicación a través de la utilización de tecnologías emergentes.

“Estas formas de utilizar la tecnología tienen antecedentes particulares en las condiciones y posibilidades que una época marcada por la economía del conocimiento, y las tecnologías de la información, pudiera seguir desarrollando. Y en algunos casos estas mismas condiciones de “hacer sistema”, se acercan de alguna manera a la distinción fundamental entre generar la tecnología, en vez de solo ser usuario de esta; redefiniendo condiciones culturales propias para el intercambio en red”.⁴¹

4.1 ¿Qué es una plataforma?

Para entender el significado de este término nos acuñamos en la definición que nos otorga la informática, la cual dice que “es un sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados módulos de hardware o de software con los que es compatible. Dicho sistema está definido por un estándar alrededor del cual se determina una arquitectura de hardware y una plataforma de software (incluyendo entornos de aplicaciones). Al definir plataformas se establecen los tipos de

39. <http://www.cultura.gob.cl/artes/nuevos-medios/>

40. ídem

41. David Maúlen de los Reyes. Aproximación a la Caracterización de los Nuevos Medios en Chile. Definiciones y Agentes. P.20. Unidad de Estudios CNCA, abril 2012.

arquitectura, sistema operativo, lenguaje de programación o interfaz de usuario compatibles.” Po lo tanto entenderemos por plataforma a un nuevo medio de expresión que se complementa con la integración de interfaces tecnológicos (ya sean hardware o software)

4.2 Sistema sonoro

El proyecto tiene una marcada línea por el sentido de reproducción del sonido, ya que de esta forma se pretende simular la recreación del traspaso oral, es por ello que es fundamental definir que es lo que se entiende por sistema sonoro.

Se entiende entonces por sistema sonoro al “conjunto de sonidos organizados según rasgos acústicamente reconocibles, cuya organización sistémica integral posee una coherencia semántica⁵³” Al respecto los Autores Ráfols y Colomer⁵⁴ indican que el sonido acentúa la carga emotiva de la comunicación, reforzando el valor expresivo de la imagen concebida a través del audio, además también se señala que esta imagen concebida tiene un especial relieve al dotarla de una dimensión envolvente para que el auditor se siente “adentro”. Continuando con la idea de Ráfols y Colomer se declara

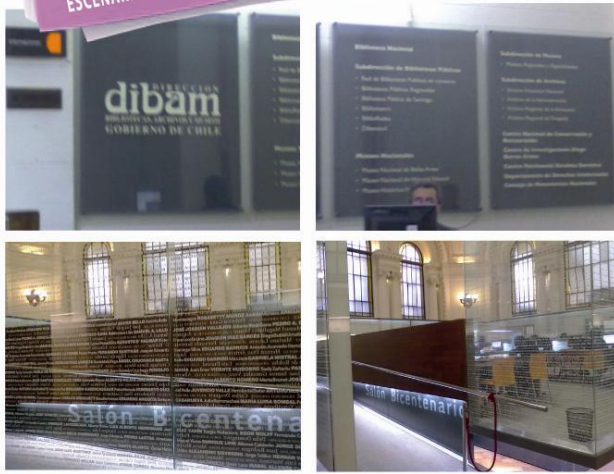
que el sonido influye en la creación de la sensación de espacio, porque los sonidos, o parte de ellos, se relacionan con ciertas imágenes mentales que adquieren un mayor protagonismo

A raíz de lo anteriormente expuesto se deja en manifiesto la posibilidad de crear un nuevo medio que soporte la cultura oral, y la posición en un nuevo escenario en donde la comunidad pueda tener un mayor acceso a este recurso que es parte de todos. A si también se declara que es importante para los diseñadores conocer y desarrollar futuras iniciativas que comprendan los nuevos medios de comunicación al fin de producir nuevas ideas en nuevos soportes.

42. Link:
<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n67/varia/lfmorales.html>
43. R. Ráfols y A. Colomer. El Diseño Audiovisual. P. 34. GG Diseño. 2003.

Visita en terreno a la Biblioteca Nacional de Chile, el día 13.sep.02.
Se realizó una entrevista no estructurada, ya que la idea era pasar por un "usuario" para observar en su amplia magnitud el ESCENARIO DE ESTUDIO.

DISEÑADOR/
investigador



PAUTA PARA LA OBSERVACIÓN DESCRIPTIVA

1. Se determina como objeto de estudio todas las composiciones pertenecientes a la tradición oral chilena.
2. El objetivo de la observación es describir la situación actual en la que se encuentra el objeto de estudio, para posteriormente concluir con una inferencia de la situación real.
3. La forma en que se registran los datos son aleatorias (notas, grabaciones de audio y fotografías)
4. Se deja en manifiesto que se observa cuidadosa y críticamente el objeto, con un punto de vista desde el consumidor.
5. analizar e interpretar datos.
6. Concluir para desarrollar la problemática.

PAUTA DE OBSERVACIÓN
PASO N: 3. DETERMINAR LA
FORMA CON LA QUE SE
REGISTRARÁN LOS DATOS.
SE SELECCIONA EL MÓVIL SI LO
DENTRO DE SUS DESTREZAS SE PUEDE
GRABAR Y FOTOGRAFIAR CON BUENA
CALIDAD!!!



ESCENARIO
ACTUAL

COLECCIONES
ARCHIVO DE
LITERATURA
ORAL.

→ OBS ←

- SE IDENTIFICA EL "ALMACEN" DONDE SE ENCUENTRA UNA PARTE IMPORTANTE DEL REGISTRO DE LA TRADICIÓN ORAL. "BIBLIOTECA NACIONAL"

- NO SE PERMITE ACCESO AL MATERIAL DISPONIBLE (AUDIOS)
- PROTOCOLO DE AFILIACIÓN A LA BIBLIOTECA NACIONAL



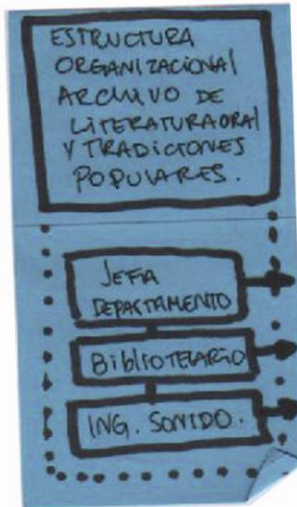
• COLECCIÓN SONORA.

- 18 COLECCIONES
- + DE 1000 HRS DE AUDIO
- SOPORTES: CINTAS REEL, CASSETTE, DATA, C.D.

COLECCIÓN SONORA

- CANTO A LO POETA
- CANTONERO ROMANERO Y DANZAS
- CONVERSACIONES
- CANTO A LO DIVINO
- RELATOS CAMPESINOS

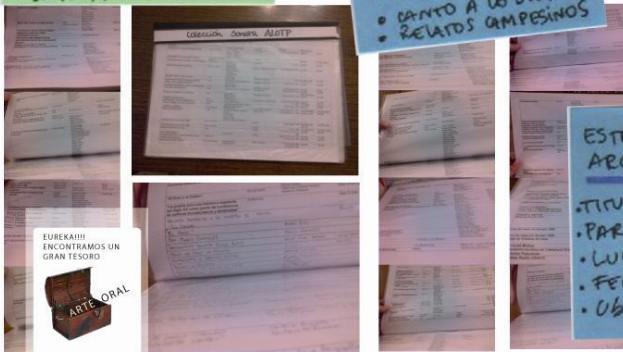
EL DILEMA ESTA EN "ENVASAR" LA ORALIDAD DE LA MANERA MÁS PROPICIA



DIRECCIÓN Y GESTIÓN

ARCHIVOS Y DOCUMENTOS - LOGÍSTICA -

TRAS PASO Y ARCHIVO.



ESTRUCTURA DE ARCHIVO.

- TÍTULO
- PARTICIPANTE
- LUGAR
- FECHA
- UBICACIÓN

observación
de campo

05

EL ARCHIVO DE LITERATURA ORAL Y TRADICIONES POPULARES

El Archivo de Literatura Oral y Tradiciones Populares creado en la Biblioteca Nacional tiene como misión valorar, reunir, conservar y difundir el patrimonio de la cultura tradicional de nuestro pueblo. En estos años se ha realizado una gran cantidad de registros orales, a través de trabajos en terreno y por donaciones de investigadores con entrevistas a autores, cantares, payadores, cuentos, leyendas, rezadores. También oficios y trabajos; cocina, medicina, fiestas y religiosidad popular.

Este soporte está destinado al uso de estudiantes, profesores y estudiosos del folclore, reconociendo así nuestro patrimonio inmaterial como fuente válida para el estudio de diferentes disciplinas: historia, antropología, música, literatura, sociología, periodismo, etc. En esta tarea hemos seguido la inspiración de Roberto Lenz quien hace más de un siglo inició los estudios científicos del folclore, y de muchos otros investigadores del saber tradicional como Antonio Azevedo Hernández, Diego Muñoz, Toboado Piro Saavedra, Juan Torres Bohaverria y Fidel Sepúlveda Irazo.

Además, el Archivo cuenta con otras colecciones registradas en video, fotografías y diagramas: cuadernos manuscritos de poetas populares y niños, tarjetas de nombres, tarjetas y sellos del mundo rural.

De valioso patrimonio que también conserva y difunde entre otros la Biblioteca Nacional es la colección de Lira Popular, la iniciada por Roberto Lenz y donada a la Biblioteca Nacional en 1938 y la que perteneció a Almirante de Almirante de Avila, adquirida en 1990. Esta valiosa colección impresa es cada vez más investigada como una gran fuente del patrimonio popular de finales del siglo XIX y XX.

Muy importante para el incremento de nuestras colecciones ha sido la compra a finales de 2008 del Archivo personal del profesor Roberto Lenz que contiene valiosos documentos manuscritos de sus investigaciones bibliográficas y en terreno sobre sus estudios de la cultura del pueblo, "el alma del pueblo" como él decía, y estudios sobre los magisteros.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN [ESCENARIO ACTUAL]

INICIATIVAS DE PRESERVACIÓN TRADICIÓN ORAL

BARRERAS DE ACCESIBILIDAD PARA LA COMUNIDAD

¡LEVAN LA ORALIDAD A LO POR CE MATERIAL!

REPORTES OBSOLETOS NO DISTRIBUYE LA TRADICIÓN

Apuntes y notas del investigador

OBS DE CAMPO

Algunas características de los registros orales: oralidad, espontaneidad, variabilidad, etc. En la práctica, el registro oral es un proceso de construcción de memoria y de construcción de identidad. El registro oral es un proceso de construcción de memoria y de construcción de identidad. El registro oral es un proceso de construcción de memoria y de construcción de identidad.



CONCLUSIÓN

La institución DIBAM posee el registro más grande de Chile en cuanto a literatura oral, las cuales se encuentran almacenadas en la red bibliotecas a lo largo del país. Estas colecciones se encuentran soportadas por formatos obsoletos que no cumplen la función de difundir la tradición, ya que quedan sujetos al dominio y manipulación de la institución y no de la comunidad.

Por otra parte se observa que para acceder a la tradición hay que efectuar un trámite de afiliación protocolar por medio de un aval que respalde al usuario, para este llegue a manipular los contenidos.

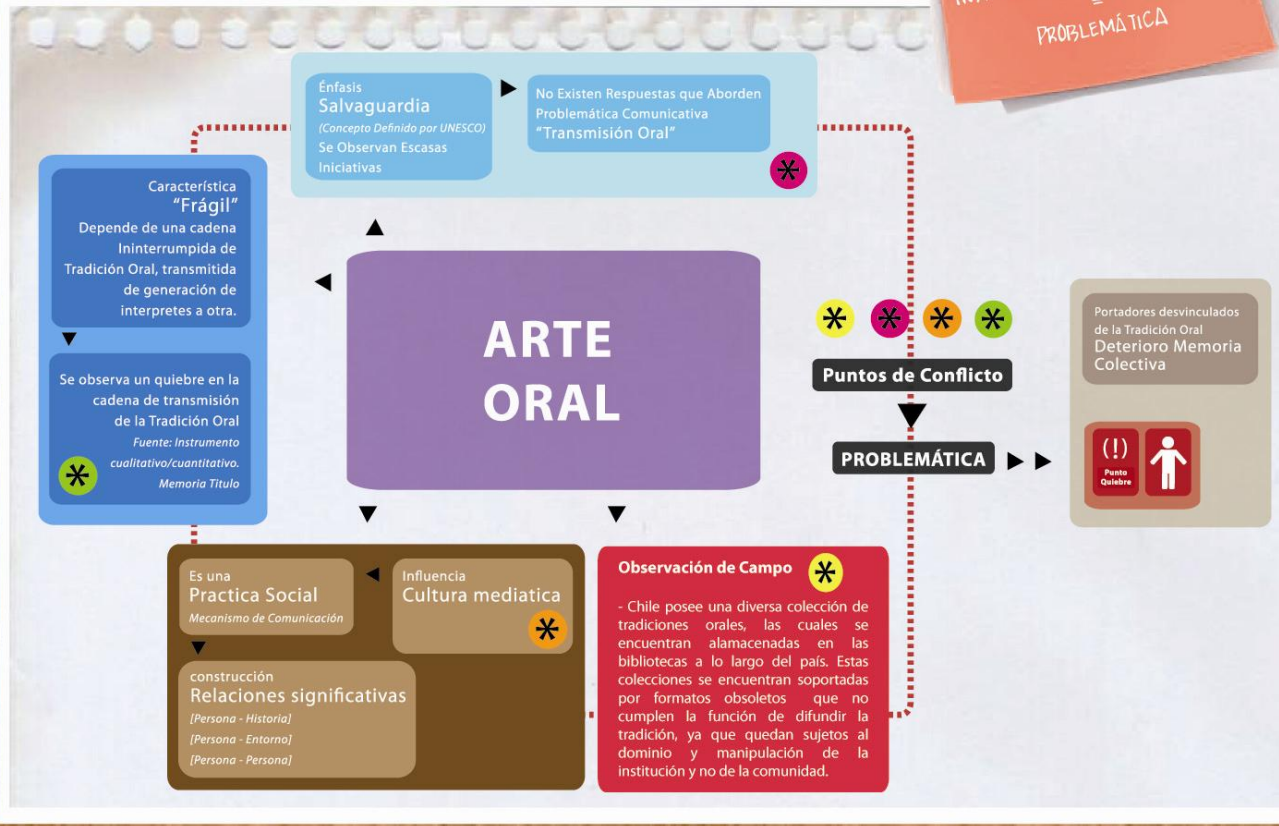
A partir de la visita se logra descubrir que los soportes de audio aun no están disponibles para el público afiliado a la biblioteca, además se manifiesta que solo Biblioteca Nacional posee el dominio de estos soportes.

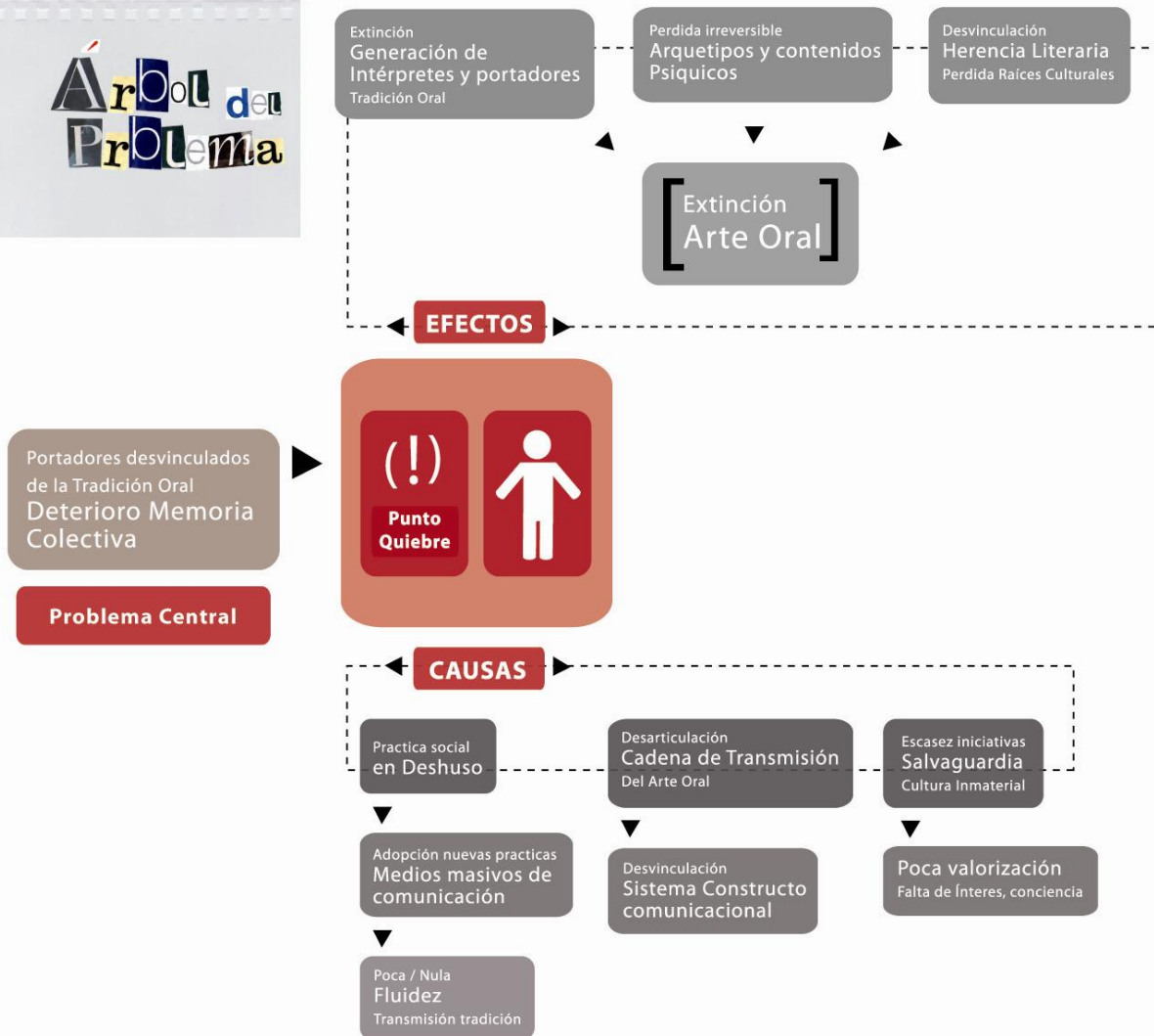
Por último se concluye que hay un quiebre en el sistema ya que la comunidad se encuentra desvinculada de la herencia cultural oral.

Problemática

06

ESTADO DEL ARTE
+
OBSERVACION DE CAMPO
+
INSTRUMENTO DE INVESTIGACION
=
PROBLEMÁTICA









Capítulo: II

Proyecto

EN ESTA OPORTUNIDAD
LA PIZARRA DE
220 x 280 M.
AYUDA A PONER EN PLANO
LAS ESTRATEGIAS Y
POSIBLES SOLUCIONES.

01

Aspectos generales



NOMBRE DEL PROYECTO

Diseño de una plataforma sesorial auditiva que permite cultivar y Transmitir el Arte Oral a lo largo del país

PALABRAS CLAVE

- Design experience
- Nuevos Medios
- Tecnología emergente
- Cultura oral

En el ámbito investigado, logramos vislumbrar cuales son las características de nuestra área de acción. En primer lugar observamos que el Arte Oral se encuentra almacenado mayoritariamente por las distintas instituciones que conforman la red de bibliotecas a lo largo del país, y en una porción menor podemos apreciarlo en librerías y disquerías. Por otra parte los productos (libros / CD) que se han realizado a la fecha, los cuales intentan preservar y difundir el Arte Oral a lo largo de la nación solo se enfocan en la manera de contener la "oralidad" descuidando el proceso de transmisión, el cual se basa principalmente en el acto verbal de la comunicación. En consecuencia se deja en manifiesto que solo de esta forma se "cultiva" el Arte Oral encadenando una serie de intérpretes que van portando la oralidad, los unos a los otros, construyendo de esta manera lo que llamamos "Arte Oral".

A raíz de lo anteriormente señalado, es que el presente proyecto pretende dirigir todos sus esfuerzos y encausar todos los caminos por medio de la metodología de trabajo del diseño, para diseñar una nueva manera de "cultivar y transmitir" el Arte Oral en la mente de un usuario y asegurar con ello un proceso de expansión entre sus redes sociales.



POLÍTICO

Ámbito internacional: *

Ley 1037 de 2006. Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París, 17 de octubre de 2003.

La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, denominada en adelante "la UNESCO", en su 32ª reunión, celebrada en París del veintinueve de septiembre al diecisiete de octubre de 2003, Refiriéndose a los instrumentos internacionales existentes en materia de derechos humanos, en particular a la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948, al Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966 y al Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966, Considerando la importancia que reviste el patrimonio cultural inmaterial, crisol de la diversidad cultural y garante del desarrollo sostenible, como se destaca en la Recomendación de la UNESCO sobre la salvaguardia de la cultura tradicional y popular de 1989, así como en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural de 2001 y en la Declaración de Estambul de 2002,

aprobada por la Tercera Mesa Redonda de Ministros de Cultura, Considerando la profunda interdependencia que existe entre el patrimonio cultural inmaterial y el patrimonio material cultural y natural, Reconociendo que los procesos de mundialización y de transformación social por un lado crean las condiciones propicias para un diálogo renovado entre las comunidades pero por el otro también traen consigo, al igual que los fenómenos de intolerancia, graves riesgos de deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio cultural inmaterial, debido en particular a la falta de recursos para salvaguardarlo, Consciente de la voluntad universal y la preocupación común de salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, Reconociendo que las comunidades, en especial las indígenas, los grupos y en algunos casos los individuos desempeñan un importante papel en la producción, la salvaguardia, el mantenimiento y la recreación del patrimonio cultural inmaterial, contribuyendo con ello a enriquecer la diversidad cultural y la creatividad humana, Observando la labor trascendental que realiza la UNESCO en la elaboración de instrumentos normativos para la protección del patrimonio cultural, en particular la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural de 1972, Observando además que todavía no se dispone de un instrumento multilateral de carácter vinculante destinado a salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial, Considerando que convendría mejorar y completar eficazmente los acuerdos, recomendaciones y resoluciones internacionales existentes en materia de patrimonio cultural y natural mediante nuevas disposiciones relativas al patrimonio cultural inmaterial,

Considerando la necesidad de suscitar un mayor nivel de conciencia, especialmente entre los jóvenes, de la importancia del patrimonio cultural inmaterial y de su salvaguardia, Considerando que la comunidad internacional debería contribuir, junto con los Estados Partes en la presente Convención, a salvaguardar ese patrimonio, con voluntad de cooperación y ayuda mutua, Recordando los programas de la UNESCO relativos al patrimonio cultural inmaterial, en particular la Proclamación de las obras maestras del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad, Considerando la inestimable función que cumple el patrimonio cultural inmaterial como factor de acercamiento, intercambio y entendimiento entre los seres humanos, Aprueba en este día diecisiete de octubre de 2003 la presente Convención.

Disposiciones generales

Artículo 1: Finalidades de la Convención

La presente Convención tiene las siguientes finalidades:

- a) la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial;
- b) el respeto del patrimonio cultural inmaterial de las comunidades, grupos e individuos de que se trate;
- c) la sensibilización en el plano local, nacional e internacional a la importancia del patrimonio cultural inmaterial y de su reconocimiento recíproco;
- d) la cooperación y asistencia internacionales.



Ámbito nacional:

La Convención de Unesco para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, fue ratificada por Chile el año 2008, y hoy se cuenta con un Inventario Nacional Priorizado de Patrimonio Inmaterial, que se basa en los registros que la propia ciudadanía entrega. A partir de ese inventario, el comité de expertos en patrimonio cultural inmaterial, integrado por diversas instituciones y universidades, ha seleccionado a los Bailes Chinos, las cofradías del norte del país que muestran su fe a través de la música y el baile, para que se convierta en la primera postulación oficial de nuestro país a integrar la Lista Representativa de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad de la Unesco.

El Consejo de la Cultura tiene como parte de su misión “contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación”, tarea que también recoge la política cultural, tanto en la dimensión material como inmaterial del patrimonio. “En ambas dimensiones hemos trabajado los últimos años, buscando con especial énfasis que las personas valoren las tradiciones, la historia y la memoria como parte de nuestra identidad.” ✨
Fomento a la creación artística y a las industrias creativas. En este sector, quizás más que en cualquier otro, se desarrollan la creatividad y la innovación y, sobre todo, bienes que tienen una doble dimensión: valor económico para sus inversionistas y gestores, pero también valor cultural, generando un impacto en toda la sociedad en tanto contribuye al bienestar de las personas, al atractivo turístico de las ciudades e incluso a construir una imagen internacional atractiva y de largo aliento.

Económico

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes otorga el Patrocinio a iniciativas y proyectos que sean relevantes para el desarrollo cultural del país y que tengan relación con las artes visuales, teatro, danza, música, audiovisual, literatura, artesanía, patrimonio (tangible e intangible), fotografía, gestión cultural, arquitectura y diseño. Otro tipo de manifestaciones sociales quedan excluidas del patrocinio de este servicio.

Las iniciativas y proyectos del ámbito cultural pueden tener diversos formatos, sean éstos, publicaciones, exposiciones, intervenciones, exhibiciones, itinerancias, entre otras. Las iniciativas y proyectos del ámbito cultural pueden tener capacidad de integrar a otras personas e instituciones, evento en el cual deberán comprobar dicho apoyo mediante una carta oficial de patrocinio o auspicio, según corresponda.

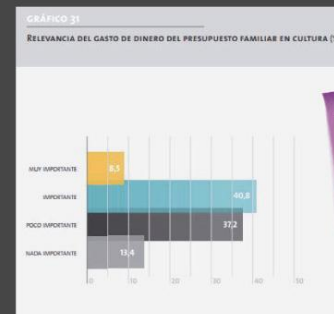
FONDART línea financiamiento de diseño:

Financiamiento total o parcial de creación y producción de productos -bienes o servicios- de significación cultural que aporten innovación en el campo del Diseño. Se entenderá por innovación para el presente concurso, la incorporación de capital humano especializado o especificidad tecnológica. El monto máximo destinado para cada proyecto es de \$20.000.000 (veinte millones de pesos chilenos).

FONDART Línea de financiamiento Conservación y Difusión del Patrimonio. Tiene como objeto entregar financiamiento total o parcial para proyectos que contribuyan a la preservación, conservación y difusión del patrimonio cultural del país.

Modalidad de patrimonio inmaterial: esta modalidad ofrece financiamiento total o parcial para proyectos de formación, difusión e investigación en áreas de espectáculo, prácticas sociales, rituales y festividades. El monto máximo financiado por el CNCA para cada proyecto en esta modalidad es de \$10.000.000 (diez millones de pesos chilenos)

Según la segunda encuesta nacional de participación y consumo cultural ENPCC (2011) La cultura en el presupuesto familiar: Un 8,5% de las personas entrevistadas considera que el gasto en cultura es un ítem muy importante en el presupuesto familiar. A ello se suma un 40,8% que lo califica como importante. A su vez, un 37,2% señala que el gasto en este aspecto es poco importante, y un 13,4% lo cataloga como nada importante. Esto demuestra que la mitad de la población encuestada no considera a la cultura como parte de su presupuesto familiar. ✱



Socio – cultural

Las encuestas de Consumo Cultural (de los años 2005 y 2009) que indican que la cultura no está llegando a los sectores más desaventajados de la sociedad chilena: mientras el segmento social ABC1, promedia un 30,6%, de asistencia a los distintos eventos culturales, el segmento E lo hace con un desalentador 2,6%. ❄

Las encuestas de Consumo Cultural en relación a los resultados de 2005, se observa que la radio y la televisión son los medios más usados por la población entrevistada. En cambio, diarios y revistas fueron los medios menos usados en ambos periodos.

Radio: Datos generales: Se observa que un 89% de las personas de 15 años o más escucha radio durante la semana. ❄

Percepción de acceso a la cultura: El 66,7% de las personas considera que acceder a la cultura es más fácil que hace cinco años; el 20,5% estima que es igual que hace cinco años y un 12,8% cree que es más difícil.

Percepción de acceso a la cultura en relación a los padres: El 84,5% de los encuestados siente que sus padres tuvieron menor acceso a la cultura que ellos. ❄

Percepción de la influencia de la cultura extranjera comparada con cinco años atrás: > El 68% de las personas entrevistadas cree que existe más influencia extranjera que hace cinco años.> Un 14,6% de la población estima que la influencia extranjera en el país es igual que hace cinco años.> La proporción de personas que cree que la influencia extranjera es menor que hace cinco años registra un 11,8% ❄



Tecnológico

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, con el objetivo de promover las creaciones de vanguardia y actualizar las políticas culturales en proyectos de innovación, crea durante el 2011, el Área de Nuevos Medios en el Departamento de Fomento e Industrias Creativas. Dentro de las múltiples categorías mencionamos a: Arte Sonoro, Instalaciones de inmersión de imagen y/o audio, Arte interactivo, entre otras.*

La Biblioteca Nacional de Chile dispone de una colección denominada Archivo literatura oral, dispone de una colección sonora, este importante fondo cuenta con dieciocho colecciones, alrededor de 500 horas de grabaciones en terreno, de entrevistas a cultores, cantoras, conversaciones, encuentros de poetas, vigilias de canto a lo divino, fiestas populares, entre otros. Actualmente estos registros se encuentran en diferentes soportes: cintas reel, cassettes, dats, cds, minidisc.*

Se observa que aun esta en proceso de migración a una plataforma de acceso y preservación de objetos digitales. Se concluye finalmente que el audio digital es el soporte tecnológico por excelencia a la hora de conservar las composiciones orales de la tradición.*

FUENTE:
HTTP://
ARCHIVO
BIBLIOTECA NACIONAL
SALAS VIRTUALES.CL/

FUENTE:
HTTP://WWW.
CULTURA.GOB.CL/
ARTES/
NUEVOS-MEDIOS/

FUENTE:
HTTP://
ARCHIVO
BIBLIOTECA NACIONAL
SALAS VIRTUALES.CL/
?q=audio/L

Ecológico

En la actualidad, la gran mayoría de los productores, artistas, profesionales y diseñadores a lo largo del país, utilizan para "envasar la tradición oral materiales como el papel y los CD's en sus distintas versiones, ante este dato inmediato es preciso analizar que contexto ecológico gira entorno al tema de los soportes para envasar el Arte

l. En primer lugar podemos señalar que "cada persona del primer mundo emplea un árbol al año en el consumo de papel y cartón. Aunque lo recuperado de la basura equivale a tres cuartas partes de árbol mas, en promedio en los países desarrollados se tira un kilogramo de papel y cartón a la semana por persona. En los EEUU la propaganda enviada por correo ya es responsable de la tala de 10 millones de arboles cada año. Los árboles absorben dióxido de carbono al crecer, y por consiguiente hacen posible nuestra atmósfera vital, entre otras cosas, reduciendo el efecto invernadero disparado por la combustión de combustibles fósiles. Por otro lado las plantaciones extensivas de coníferas, pinos y eucaliptus en entornos inadecuados causan problemas ecológicos, como el aumento de acidez de la tierra.

Pero el papel puede reciclarse fácilmente: la mitad del papel empleado en Japón y Holanda es reciclado. En algunos estados de los EE.UU. existen leyes que obligan a que los periódicos contengan por lo menos el 40% de papel reciclado.* P.S. →

El reciclaje de papel usado es evidentemente económico, re-presenta un ahorro energético entre 30 y 40% del papel hecho de pulpa virgen, y produce menos de la cuarta parte de contaminación ambiental. *

Las lavandinas a base de cloro empleadas para blanquear la pulpa son particularmente contaminantes, puesto que producen las tóxicas dioxinas. Ha surgido inquietud sobre los riesgos para la salud causados por la contaminación por dioxinas de artículos hechos con papel, como las cajas de cartón de leche, los filtros de café —utilizar filtros de tela o una cafetera con filtro metálico—, la celulosa higiénica y los pañales desechables. En respuesta a estos temores, los fabricantes han comenzado a ofrecer artículos sin blanquear o han cambiado a blanqueadores oxigenados. Actualmente, en Suecia el 90% de los productos de papel no están blanqueados. Pero hay que exigir que el reciclado de calidad se obtenga por procesos diferentes al destintado químico y blanqueado.” *

Por otra parte “los discos compactos o CD, tanto de música como de DVD, son principalmente de plástico policarbonato. La parte que almacena la información está recubierta por dos capas de plástico, que suelen unirse con un pegamento tóxico y altamente contaminante si se quema, lo que también anula la posibilidad de que el plástico de un DVD pueda ser reciclado cuando ya no sirve para su objetivo originario. Por esta razón, la empresa Duradisc está intentando llegar al DVD ecológico. Hasta el momento han dado un gran paso al eliminar una de las capas de plástico, lo que en consecuencia evita el uso del pegamento tóxico, y lo que podría llevar a una reducción de la mitad del gasto energético de tres grandes industrias, más una reducción a la mitad del uso de plástico en estas mismas industrias.”



Ante todo queda en evidencia la importancia que reviste el Arte oral en el ámbito Internacional y nacional, por lo que se deduce que: si se crea un modelo macro adaptable a cualquier destino cultural que posea "Arte Oral" entre su gente, estaríamos creando un instrumento multilateral de carácter vinculante que acerca la cultura oral a los habitantes del territorio, ¡punto importante! ya que para el diseñador (quien escribe) es de vital importancia contribuir al desarrollo de la cultura inmaterial a lo largo del país, y por que no? A lo largo del globo terráqueo.

Por otro parte se identifican fuentes de financiamiento para proyectos de Diseño con significación cultural, ¡segundo punto importante! Ya que hoy en día los diseñadores, se ven forzados aceptar trabajos mal remunerados y mal valorados, es por ello que no existe otra vía que la autogestión de un emprendimiento, posicionando al diseñador en la cabeza de la empresa, controlando cada estrategia de la cultura organizacional. Sin duda que para la sociedad es de suma importancia

que se promuevan tipos de practica social como el Arte Oral, que implica siglos de historia, una herencia de la cual todos tocamos parte, es por ello que se enfocan los esfuerzos por acercar a toda la comunidad a participar de este noble proyecto que intenta llevar al ámbito personal un habito que contiene la más pura esencia de los antepasados que habitaron las tierras que se encuentran hoy en día con una espesa capa de cemento.

Por otro lado, se manifiesta la importancia de generar nuevos soportes que permitan llevar a un nuevo contexto la tradición oral, pensando en el ser humano y en aquellos robustos lazos que ha forjado con la tecnología, por lo tanto queda de tarea para el diseño encontrar una respuesta tecnológica que contribuya a apaliar el daño causado por la cultura mediática.

Por último se observa la importancia que tiene hoy en día la materialidad de los productos masivos, por el influyente impacto que recibe el medioambiente, es por ello que se pretende trabajar con materiales que ayuden a contribuir al desarrollo sustentable del planeta.

A raíz de anteriormente señalado, se anexa en el apartado final una investigación exploratoria denominada: **"El Diseñador rompe prejuicios a través de la innovación de materias primas."** Realizada el año 2007 en la asignatura **"Cultura y Diseño VI"** impartida por el Profesor Octavio Muñoz. Y se deja en manifiesto el profundo agradecimiento por los conocimientos adquiridos en ese periodo de estudio. **"así se hace escuela"** dice mi profesor guía Rodrigo Vargas.

0.4

matriza
foda

IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

Librerías
Libros
Soporte escrito

Disquerías
CD's, DVD's,
Audiolibros
películas

WEB
Podcast, audiolibros



- Reconocimiento de la marca: int / ext
- Atención personalizada en el PDV
- Especialización profesional
- Cultura Organizacional
- Capacidad de instalación

- Mensaje no diferenciado
- Ausencia en los medios
- Nulo seguimiento Post- Venta al producto

- Crecimiento del mercado
- Amplios canales de distribución
- Acceso a proveedores de Tecnología
- Apertura de mercados

- Amplia oferta de sustitutos
- Entrada competidores
- Entrada de competidores Extranjeros
- Inexistencia de barreras proteccionistas de entrada

Impactos

0.5

En cuanto al impacto Sociocultural, se demostrará un cambio en la manera de cultivar y transmitir la cultura oral, la comunidad aprenderá de sus raíces por medio de la enseñanza no formal, esto quiere decir que se aprenderá de una manera “no tradicional” mediante el aprendizaje cognoscitivo auditivo, se aprenderá reforzando los contenidos del Arte oral propios del contexto. Por lo tanto se recalca que el énfasis será reconstruir el imaginario colectivo de tiempos pasados a través de la oralidad.

En ámbito político, se definirá una nueva herramienta sistémica de carácter multilateral y vinculante, que propiciará la formación de vínculos significativos que establecerá la comunidad con el entorno sociocultural, medioambiental y con sus pares más cercanos.

En el ámbito tecnológico Se vislumbrará un mejoramiento en la instancia educativa cultural a través de los medios tecnológicos emergentes.

En Cuanto al impacto económico, se develará una nueva manera de generar fuentes de trabajo a través del negocio del “culturtainment” (este concepto nace de la relación: cultura + entretenimiento = cultura entretenida)

El impacto medioambiental se verá notablemente fortalecido, ya que se reforzará la utilización de materias primas sustentables, además de la reutilización de desechos tecnológicos que causan un nocivo daño al medio ambiente.

análisis competitivo

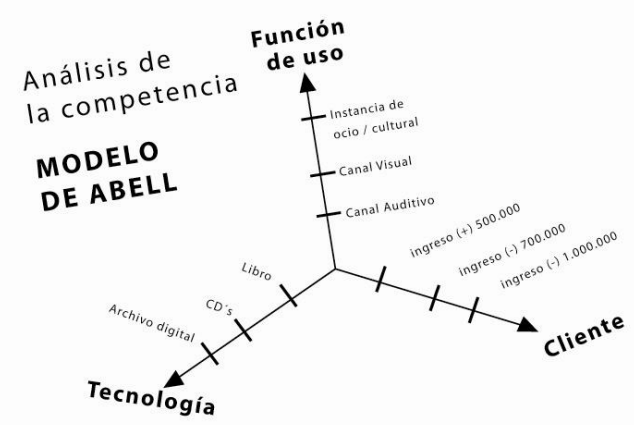
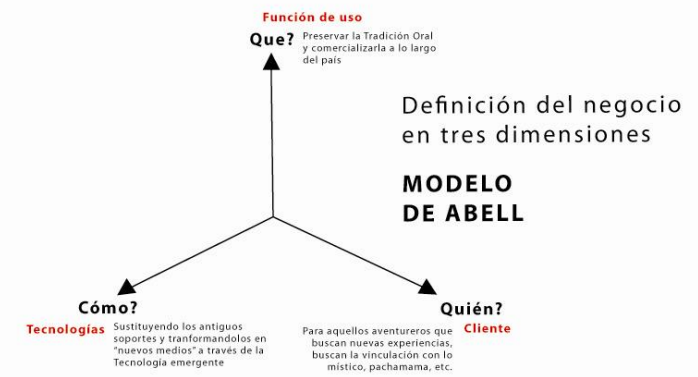
0.6

DESCRIPCIÓN:
 La característica de diferenciación del proyecto, es constituir un "nuevo medio soportado por las tecnologías emergentes, el cual está enfocado para un segmento específico.

El marco de la definición tridimensional del negocio del profesor Derek F. Abell de Harvard es un modelo que se puede utilizar para definir el negocio de una compañía. La definición de un negocio es un tema que no se debe tomar a la ligera. En su libro "Definiendo el Negocio: El punto de partida del planeamiento estratégico" Abell dice que la manera estándar de observar un negocio solo en dos dimensiones (los productos y los mercados) tiene serios defectos. Él sugiere un modelo tridimensional, con los tres siguientes vectores:

1. Grupos de clientes atendidos. Categorías de clientes. (QUIEN)
2. Funciones atendidas al cliente. Necesidades del cliente. (QUE)
3. Tecnologías utilizadas. La manera en que las necesidades están siendo satisfechas (CÓMO)

FUENTE: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Modelo-Tridimensional-Del-Negocio-Abell/2280176.html>



Perfil del usuario

0.7

El proyecto es de carácter cultural, por lo cual el usuario estaría establecido solo por dos parámetros fundamentales, uno sería el interés por conocer y portar la tradición oral; y el otro sería Interés mínimo que alcance a dimensionar y valorar el diseño contenido en esta muestra de la tradición oral chilena.

Características demográficas. Infante, adolescente, adulto o anciano. De cualquier estrato socioeconómico Estilo de vida. Habla de una persona que busca constantemente la forma de conectarse con la cultura para otorgarle un sentido significativo al entorno en el que habita

Motivos. Accede al producto mediante la satisfacción de la experiencia del viaje en el plano de la conexión con el imaginario y la transportación a escenarios ficticios que lo conectan con lo ancestral.

Personalidad. Son personas curiosas, reflexivas, cultas, vanguardistas e intelectuales

Valores. Planificados, familiares, tradicionalistas, amistosos, patrióticos, saben escuchar y son agudos locutores.

Creencias y actitudes. Fuerte inclinación por creencias ancestrales (indígenas, espirituales, etc.) también se inclina por las tradiciones familiares. Muestran gran interés cuando escuchan a alguien que les habla, y reflejan sentimientos de agrado cuando están compartiendo en grupo.

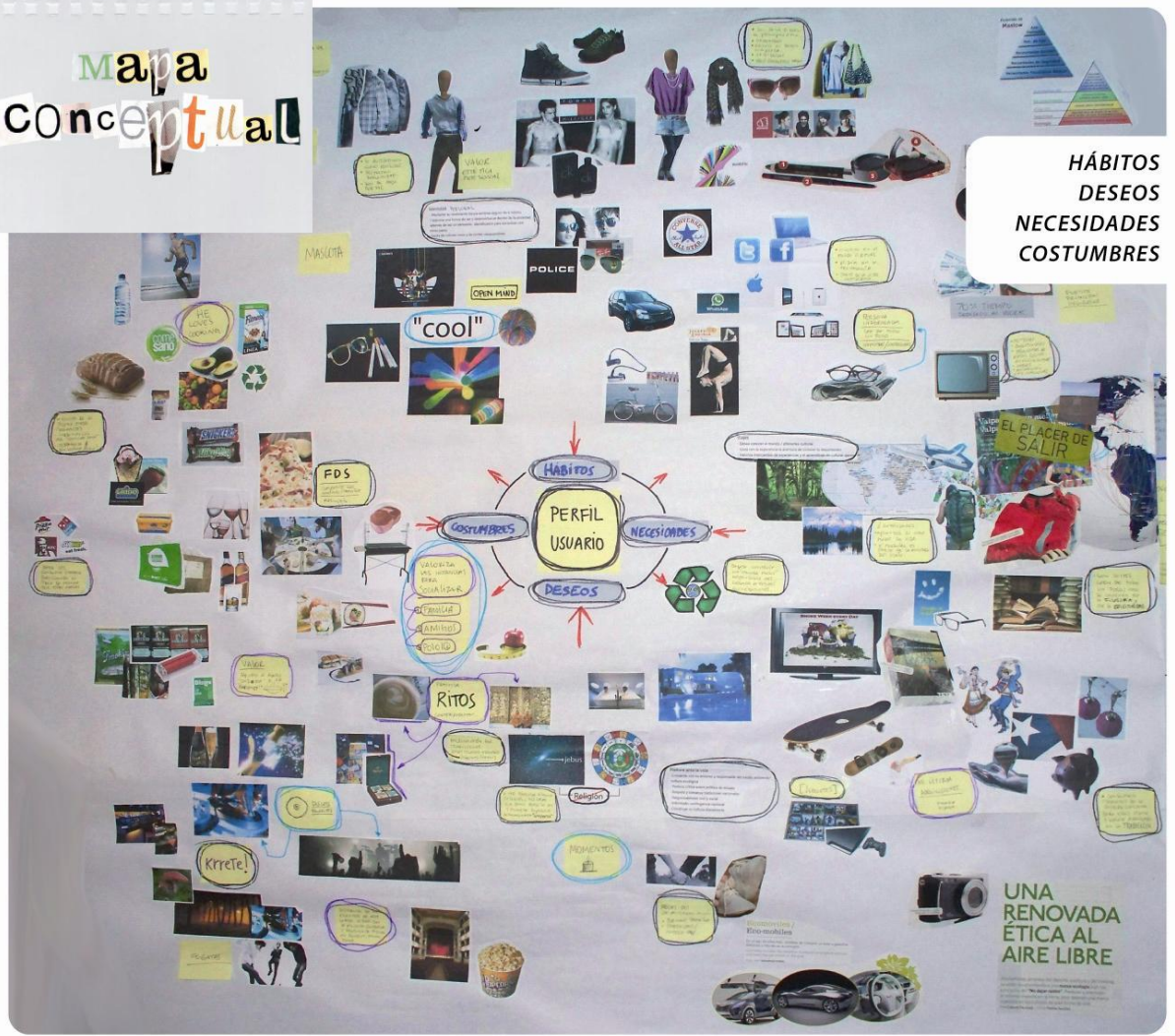
Percepción: buscan estímulos mediante la vivencia memorable de la experiencia que surge en el contacto con el medio ambiente. Olfato, tacto, gusto, vista, oído y el sexto sentido que se refiere al sentir del alma.

Aprendizaje: favorece los cambios positivos que se producen a través de la experiencia, de acuerdo con la conexión que se genera en la creación del viaje imaginario. Se busca cultivar y transmitir el arte oral recompensado por el vínculo que establece el usuario con la tradición oral a través del acto comunicacional (decodificación del mensaje).

Finalmente el usuario se define como cualquier persona natural, que tenga un interés mínimo de experimentar el producto.

Mapa Conceptual

8.1



HÁBITOS
DESEOS
NECESIDADES
COSTUMBRES

0.9 Tema del proyecto

La misión del proyecto es vincular a la comunidad con la tradición oral, a través de los nuevos soportes generados por nuevas tecnologías emergentes, rescatando el Arte Oral de los viejos soportes que no logran el cometido de cultivar y transmitir la tradición oral.

La misión del proyecto es posicionarse en el mercado, como una entidad responsable de cultivar las raíces de nuestra cultura, las cuales solo podemos percibir con el alma. Se visiona que el proyecto deberá alcanzar su máxima maduración, en un lugar físico y accesible, en donde cada habitante tenga la posibilidad de acceder al tesoro invaluable, el cual nosotros definimos como Arte Oral.

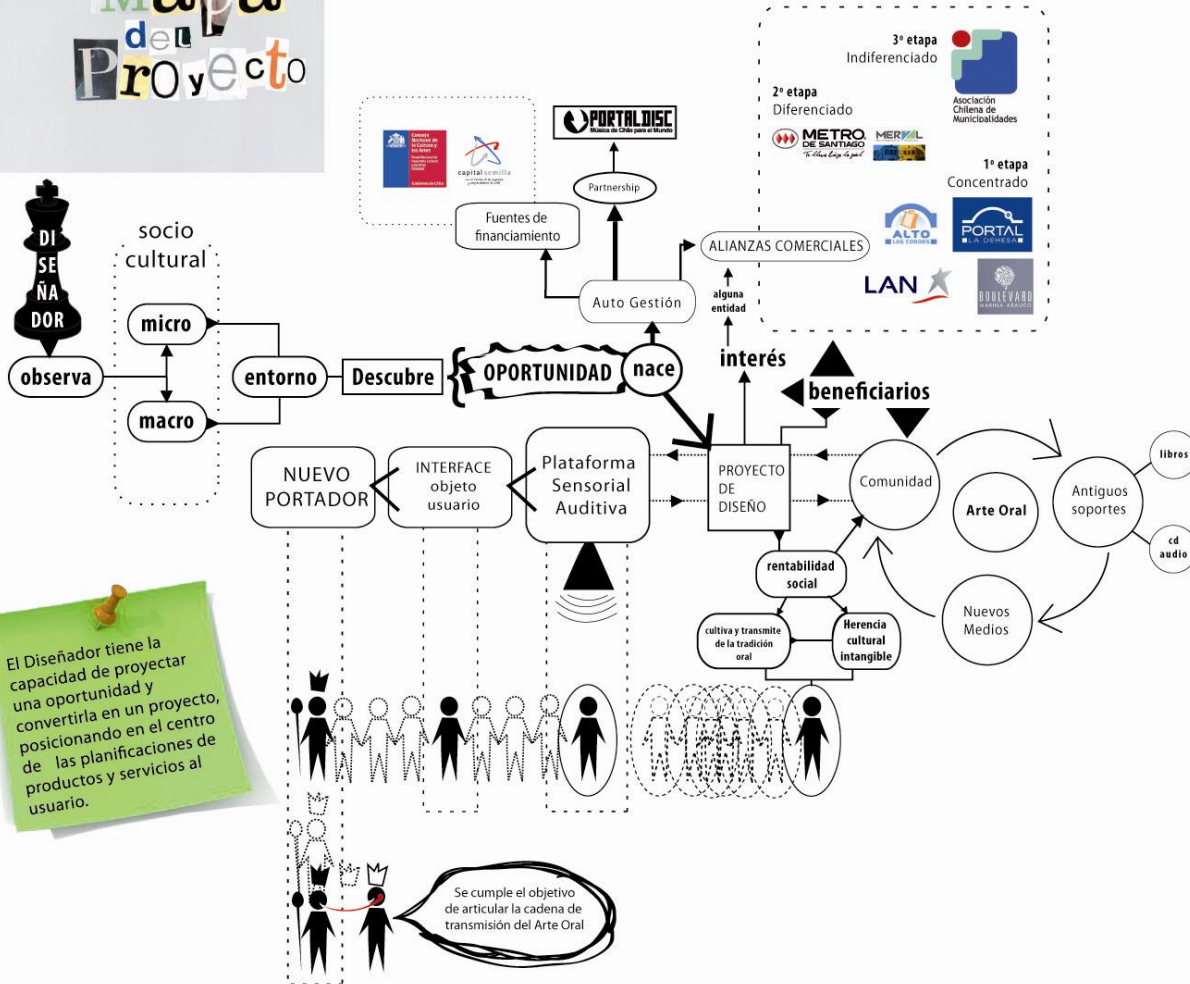
Se declara como meta del proyecto, construir una plataforma con la implementación de nuevos soportes, que conformen un nuevo contexto basado en una experiencia imaginaria que vincule al usuario con la cultura oral.

EL objetivo del proyecto es ser rentable en el plazo de un tres años, vale decir, que el proyecto deberá quemar la primera de posicionamiento en el mercado, dirigiendo la cadena de valor a un público objetivo determinado; para luego en tres años más diversificar la oferta en diversos segmentos; culminado su última etapa en los próximos 5 años en la diferenciación de los productos y servicios.



Mapa del Proyecto

1.0



El Diseñador tiene la capacidad de proyectar una oportunidad y convertirla en un proyecto, posicionando en el centro de las planificaciones de productos y servicios al usuario.

Se cumple el objetivo de articular la cadena de transmisión del Arte Oral

Estrategias de marketing

1.1

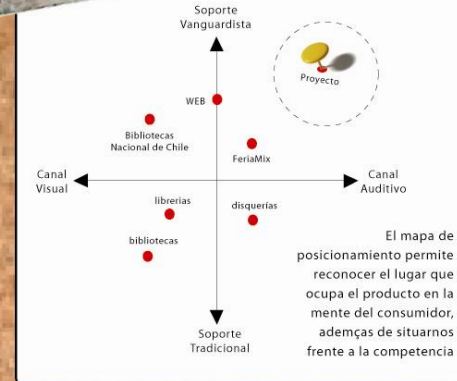
Se establecen tres estrategias de marketing:
 a) Concentrado - a - **Corta plazo**
 b) Diferenciado - a - **mediano plazo**
 c) Indiferenciado - a - **largo plazo**

A) CONCENTRADO
 El objetivo de esta etapa es llegar a una alta proporción en un mercado restringido, por lo tanto se puede elegir como destino, un solo segmento socioeconómico ABC1. Al centrarse en un solo segmento el proyecto podría generar importantes recursos económicos, potenciando la producción, promoción y distribución. Por otra parte el posicionamiento de la marca en este segmento específico puede mejorar, debido a una mejor comprensión de los consumidores, acrecentando las ventas y la fidelización.

B) DIFERENCIADO
 En esta etapa se piensa ampliar los horizontes abarcando nuevos segmentos, pero con productos y servicios específicos para cada uno de ellos. El proyecto pretende reforzar su posición en diferentes segmentos a lo largo del país.

C) INDIFERENCIADO
 Esta es la última etapa a la cual se aspira. El enfoque de la línea de productos permite reducir al mínimo los costos de producción y transporte. Se piensa que en esta etapa el proyecto se mantiene por sí mismo, ha adquirido un nivel de maduración que permite sustentarlo gracias a la fidelización de la marca.

MAPA DE POSICIONAMIENTO



Partnership.

Se define la alianza estratégica con toda empresa o entidad que se suscriban en el área de la cultura y el transporte, ya que lo que pretende el proyecto es potenciar los atributos del producto a través de la experiencia cultural relacionada con el viaje.

Se identifica como potenciales clientes a:



1.2

Aspectos Específicos

Oportunidad!!!
transformar la
tradición oral en
un bien de
consumo

PROPUESTA CONCEPTUAL.

Se propone recrear el paradigma de transmisión del Arte Oral, a través del diseño de una experiencia sensorial auditiva, generada por una plataforma de interfaces, cuya función es representar el rol del emisor del proceso de comunicación, el cual tiene por objetivo: transmitir una serie de arquetipos que configuran la narrativa del Arte Oral, mediante un relato que se compone de una serie de códigos que el usuario interpretará de acuerdo a su marco referencial.

Objetivo general

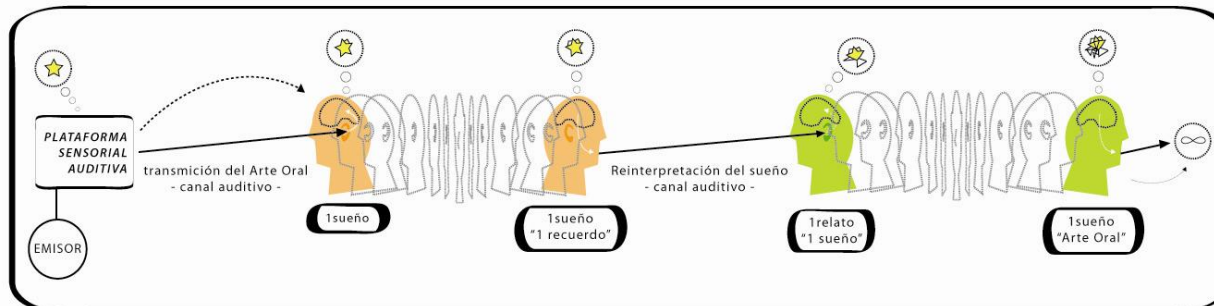
Promover el Arte Oral a un estado activo dentro de la sociedad, utilizando el diseño para estimular la capacidad imaginativa del usuario vinculándolo con sus pares y con su herencia literaria, configurando de esta manera un "sistema comunicacional" que genera el traspaso de la tradición y permite perpetuarla en el tiempo.

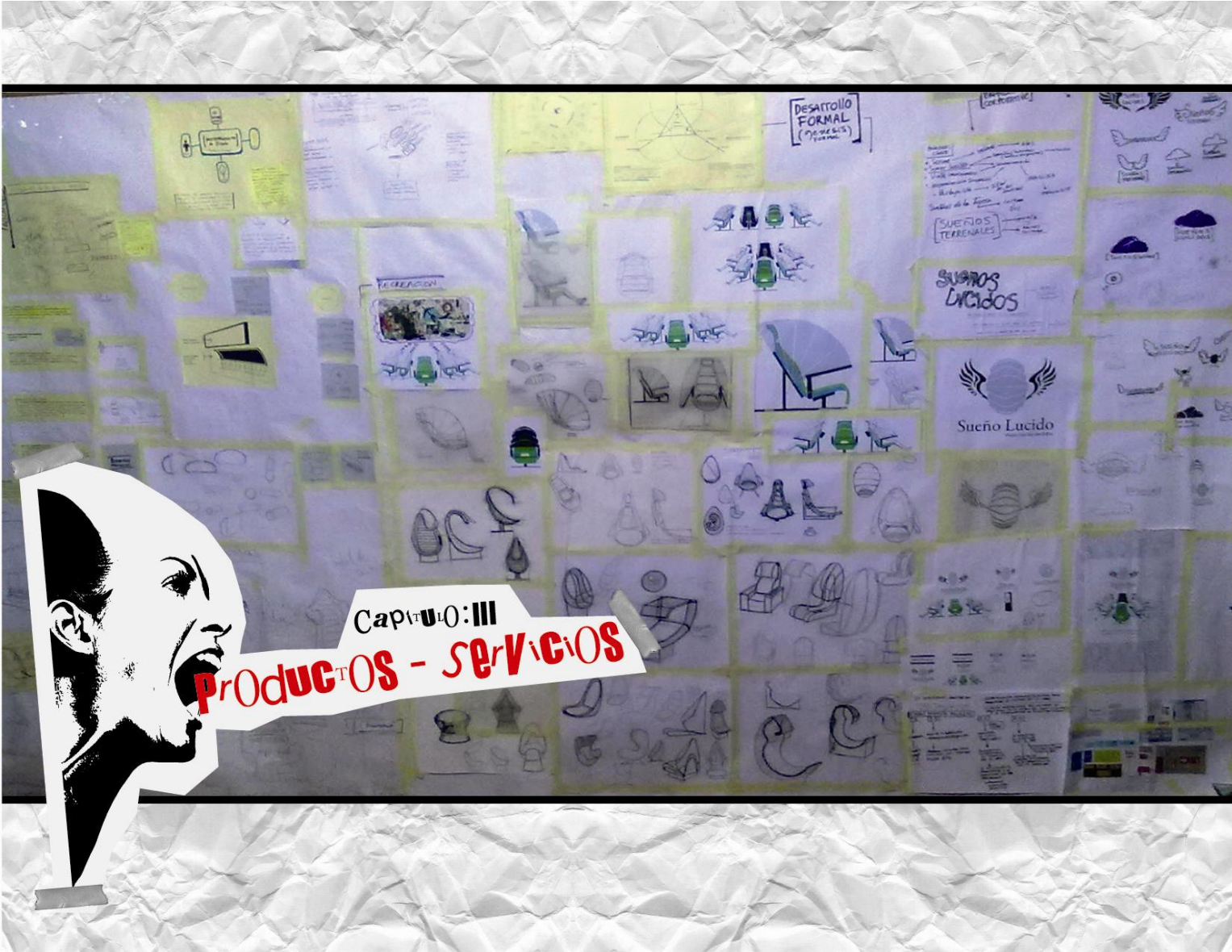
Objetivos Específicos

Rescatar las composiciones narrativas folclóricas que permanecen alojadas en la memoria colectiva de la comuna, para así convertirla en un insumo que nos permita moldear y diseñar su proyección.

Actualizar el patrimonio intangible de la comuna, revelando recursos que aun no han sido explotados y que necesitan ser promovidos para evitar su extinción.

Acercar la cultura folclórica a la comunidad, proyectando atributos que la destaquen y proyecten frente a territorios extranjeros.





DESARROLLO FORMAL (noche 1)

SUEÑOS TERRENALES

SUEÑOS LUCIDOS

Sueño Lucido

Capitulo: III

PRODUCTOS - SERVICIOS

Producto

0.1

FUNDAMENTO DEL PRODUCTO

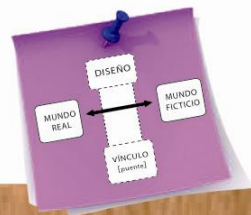
Desde la Perspectiva Proyectual del diseño:

Es un modelo sistémico que favorece un emprendimiento de Diseño en el área cultural, se trata empero de una plataforma de acción que opera a través de tres soportes tecnológicos, que generan una interfase sensorial auditiva con un usuario, las cuales pretenden configurar un contexto en donde la cultura oral sea llevada al plano personal.

Desde la Perspectiva Conceptual del Diseño

Es un "enlazador de mundos" consiste en una capsula que transporta a un usuario a un escenario ficticio, un viaje que parte desde lo imaginario y que visita las raíces de la cultura inmaterial, para explorarlas profundamente y perpetuarlas en la memoria.

En palabras más técnicas es el envase inmaterial que contiene el arte oral.



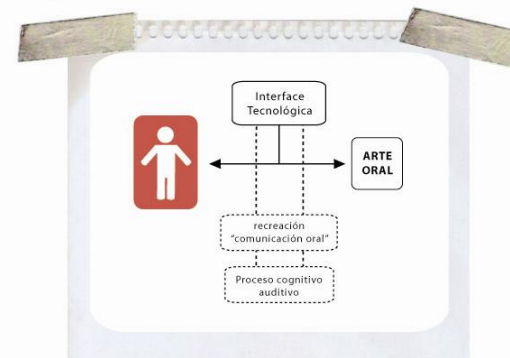
Desde la Perspectiva Conceptual del Diseño

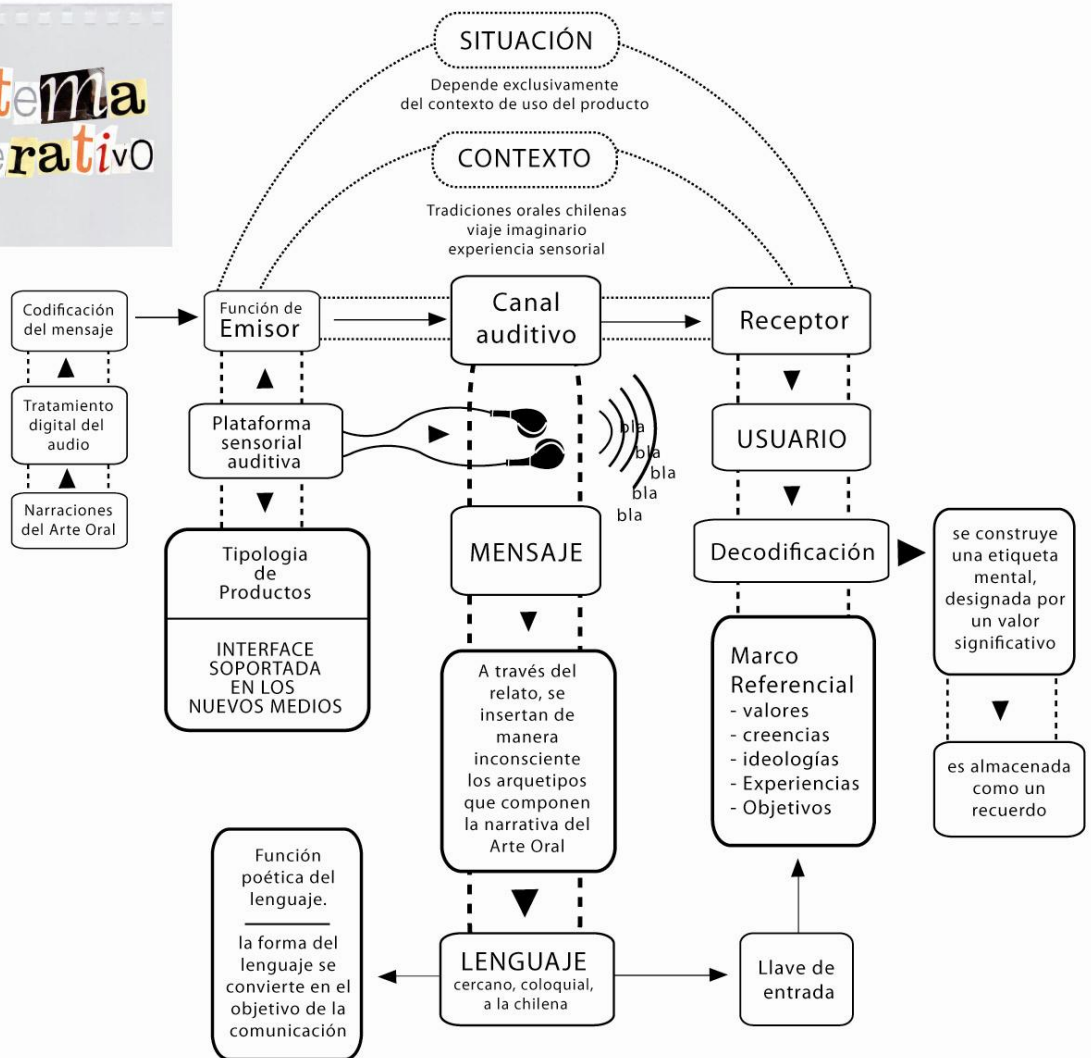
Es un "enlazador de mundos" consiste en una capsula que transporta a un usuario a un escenario ficticio, un viaje que parte desde lo imaginario y que visita las raíces de la cultura inmaterial, para explorarlas profundamente y perpetuarlas en la memoria.

En palabras más técnicas es el envase inmaterial que contiene el arte oral.

Desde la Perspectiva Objetual del Diseño

Es una plataforma sensorial auditiva, que se conforma por 3 productos, cada producto es considerado una interface soportada en los nuevos medios, la cual tiene como función generar una experiencia sensorial auditiva. Cada interface vincula al un usuario con la Cultura Oral, mediante la recreación de un acto comunicacional netamente oral, de esta manera se favorece a un proceso de aprendizaje cognitivo auditivo interno, en el cual se pretende insertar los arquetipos propios del arte oral en el imaginario del usuario.





Sistema Producto

0.3

Plataforma sensorial Auditiva
que permite cultivar y transmitir
el Arte Oral a lo largo del País.

DISEÑO de Interface
sensorial auditiva -
TIPOLOGÍA DE PRODUCTOS

Diseño de ARCHIVOS de audios
correspondientes a
narraciones del Arte Oral
CONTENIDOS ORALES dependen del
contexto cultural. Ej: Arica, Ovalle, etc.

Diseño del Sistema Operativo
"Experiencia sensorial auditiva"

Diseño, desarrollo y producción
de productos.

Diseño de fuentes laborales
EQUIPO DE TRABAJO

Diseñador de proyectos_
AUTOR

Diseñador gráfico_
AUTOR

Ingeniero en Sonido_
Prestación de Servicios

Programador_
prestación de servicios

"Maestros chasquillas"
Prestación de servicios

Chofer_
Prestación de servicios

Operarios de interfaces_
Prestación de servicios

Cajera_
Prestación de servicios

Staff de promotores_
Prestación de servicios

PRO
DUC
TO

Diseño de un Sistema
Estratégico enfocado en
la creación y producción
de Productos y Servicios
destinados a Cultivar y Transmitir
el Arte Oral a lo largo del País

COMU
NICA
CIÓN

SER
VI
CIO

Herramienta que reconstruye el paradigma de la
transmisión del Arte Oral

Los productos desempeñan el rol de Emisor del
proceso comunicacional oral.
PUENTE COMUNICACIONAL. vincula usuario con la
cultura oral.

Llave de entrada: LENGUAJE VERBAL. se trata de un
lenguaje cercano, amigable, a la chilena, el cual da
paso a la reflexión y aun importante proceso de
instrospección personal que radica dentro de la
significación y valorización del contenido para cada
usuario.

Nueva formas de comunicación, APRENDIZAJE NO FORMAL_
Relación "usuario - nuevos medios"

Elementos clave: Identidad / Brand
- Nombre - Logo - Color - Fuente
Formatos: Sport radial, sitio web, afiche, pendón,
catálogo.

Se definen Productos /
Servicios vinculantes, cultivan
y transmiten el Arte Oral, a
través de la plataforma
sensorial auditiva

Interface Emocional
(producto)
CONFIGURAN EL CONTEXTO
EN EL LUGAR DESEADO

Interface tecnológica
(servicio)
EXPERIENCIA DE
TELETRANSPORTACIÓN
SENSORIAL

Interface Multimedia
(servicio)
ADQUISICIÓN DE BIENES
INMATERIALES

Cultura Organizacional
Atención personalizada en el PDV
Especialización profesional
capacidad de instalaciones
múltiples


Utilización del tiempo
de ocio y
entretenimiento del
usuario

Beneficios para el usuario
basados en la experiencia de
uso. Contribuye a poner en
marcha el mecanismo
imaginario, estimulando el
lado derecho del cerebro


Desarrollo de la Propuesta

0.4


Tipología de: PRODUCTOS - SERVICIOS

- 

{ SUEÑO LÚCIDO }

Interface Sensorial Auditiva que genera una experiencia imaginaria a través de lenguaje verbal.
- 

{ TÓTEM }

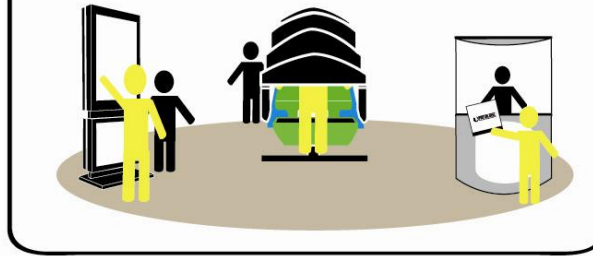
Interface Multimediale que genera la descarga de archivos de audio en formato Podcast.
- 

{ SUEÑOS ENVASADOS }

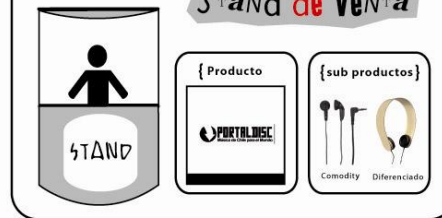
Interface Emocional Flyer de descarga directa (archivos Podcast) mediante la web Portaldisc.com



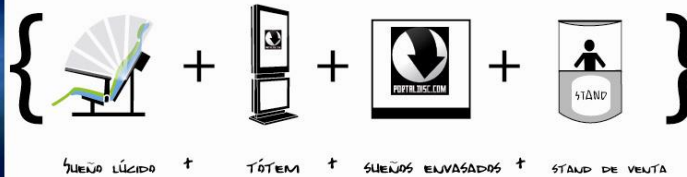
Despliegue en escena



Stand de venta



Detalle de la oferta global



Brand estrategia corporativa

0.5

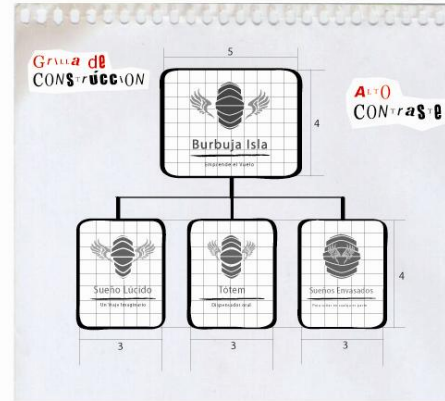
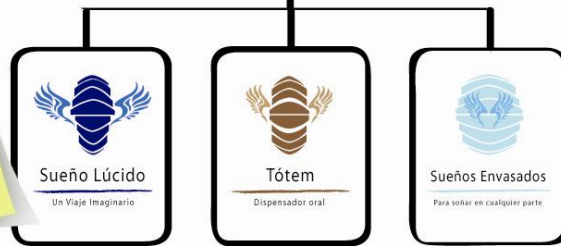


El alineamiento de estas marcas forma una poderosa sinergia que suma todos los productos para configurar la **Plataforma Sensorial Auditiva**



APLICACIÓN de marca

Los colores corporativos de la marca paraguas se piensan estratégicamente para establecer alianzas estratégicas, como por ej:



ESTRATEGIA de MARCA

Se propone utilizar estratégicamente la creación de una marca paraguas, es decir que todos los productos que puedan surgir, se cobijaran bajo una gran marca que los fusionará y permitirá cohesionar los elementos corporativos. Se debe señalar que cada producto poseerá patrones y códigos gráficos similares a la marca que liderará la estrategia de identidad corporativa, así mismo se conservarán fuentes y tamaños tipográficos.

Sincronía del color

Cada identidad de marca poseerá un color correspondiente a los 4 elementos (fuego, agua, tierra, aire) como una estrategia interna que los unifica a los productos con la marca paraguas. Además cada uno simboliza una característica de su elemento; El fuego (Isla burbuja) fusiona el conjunto; el agua (Sueño Lúcido) hace fluir la imaginación, la tierra (Tótem) demuestra la autonomía, y por último el aire (Sueños envasados) permite que el ARTE ORAL fluya con completa libertad!!!

PSICOLOGÍA DEL COLOR

Se cuenta que los 4 elementos fueron designados por los ancestrales sumerios, Fuego, Agua, Tierra, Aire, encierran un gran poder simbólico; en algunas tradiciones se considera un 5 elemento designado como "éter" (un elemento etéreo) del cual se conforman los cuerpos astrales, los espíritus, hadas, etc. A modo de entendimiento el quinto elemento de esta estrategia es el Alma o espíritu del USUARIO!!!

Fuente A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, Ñ, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z

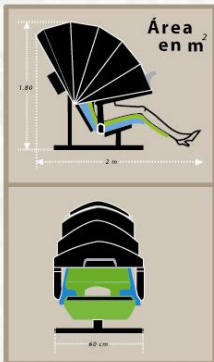
Myriad Pro Regular a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, ñ, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z

PANTONE Cromático

	C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0		C: 15 M: 100 Y: 90 K: 10		C: 35 M: 60 Y: 80 K: 25		C: 25 M: 40 Y: 65 K: 0
	C: 85 M: 50 Y: 0 K: 0		C: 70 M: 15 Y: 0 K: 0		C: 30 M: 10 Y: 10 K: 0		C: 60 M: 10 Y: 5 K: 0

Sueño
Lúcido

0.6



Este producto tiene como color base el Azul, el cual simboliza el "agua" así como fluye el agua, fluye la imaginación, fluye la comunicación, y fluye la tradición!



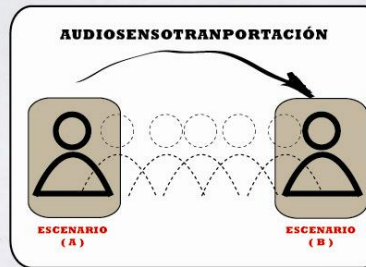
DESCRIPCIÓN

El producto es una Interface sensorial auditiva, que genera una experiencia imaginaria individual, proporcionada por la recreación del acto comunicacional verbal, el cual es emitido por un sistema reproductor de sonido.

Sueño Lúcido tiene la capacidad de resguardar a un USUARIO y proporcionarle la conexión a un par de audífonos, su forma funcional se compone de un asiento y se acopla a una estructura que bloquea el sentido de la visión, cuyo motivo es modificar perceptualmente el espacio y el tiempo. Formalmente adopta rasgos físicos de un "huevo" (en la etapa de desarrollo embrionario) y de un "chanchito de tierra" (en su forma de autodefensa personal).

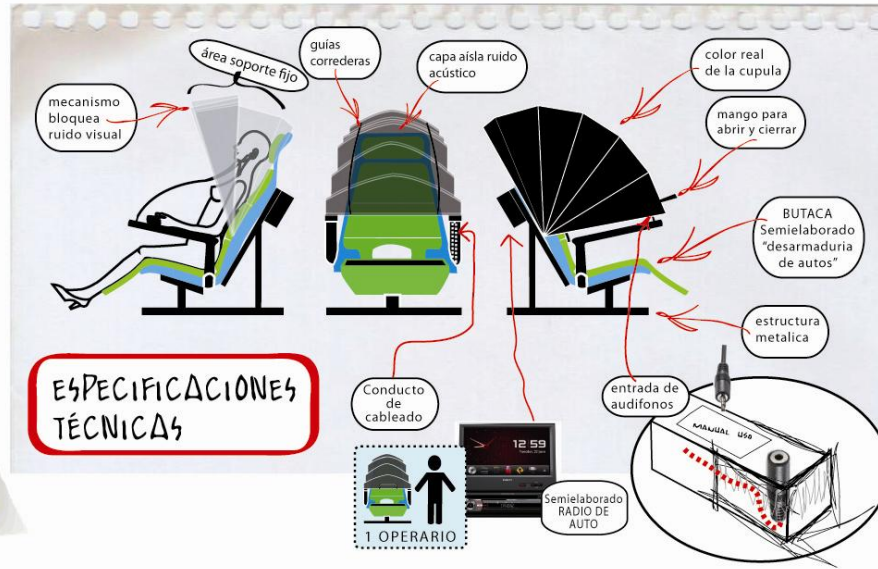
¡UN SUEÑO HECHO REALIDAD!

Sueño Lúcido se autodefine como UN TELETRANSPORTE, un artefacto de "Audiosensotransportación" esto quiere decir, que el producto transporta a un usuario (X) de un escenario (A) a un escenario (B), sin necesidad de moverse. ¡ES UN SUEÑO HECHO REALIDAD!



Diseño Experiencia

6.1



FASE 1

- El usuario se sienta
- El usuario se conecta con un par de audífonos de su propiedad, o bien, adquiere unos en el stand de venta.
- Un operario baja la cortina visual.

Se genera el "Aislamiento"

FASE 2

- Comienza la transmisión...
- Se invita al usuario a relajarse
- MOMENTO DE INTROSPECCIÓN
- Desapego al mundo real
- Se enaltecen los sentidos
- Estado Alfa.

Comienza el "VIAJE IMAGINARIO"

FASE 3

- En esta fase se construye en la mente del usuario el mensaje que se desea transmitir.
- NARRACIÓN DE UN RELATO

Proceso "COGNITIVO AUDITIVO"

FASE 4

- Concluye el ciclo de transmisión
- Se incentiva al usuario a contar el relato escuchado a sus pares cercanos

Objetivo "TRANSMISIÓN ARTE ORAL"

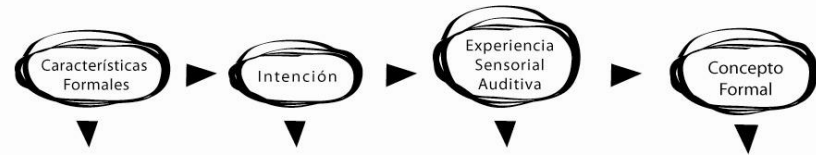
FASE 4

- RETIRADA DEL USUARIO
- Se incentiva la compra de alguno de los productos (catálogo de productos)

Estrategia venta "FEEDBACK"

Génesis formal

6.2



PALABRAS CLAVE

- Envolver
- Contener
- Confort
- Acoger
- Resguardar
- Aislamiento individual

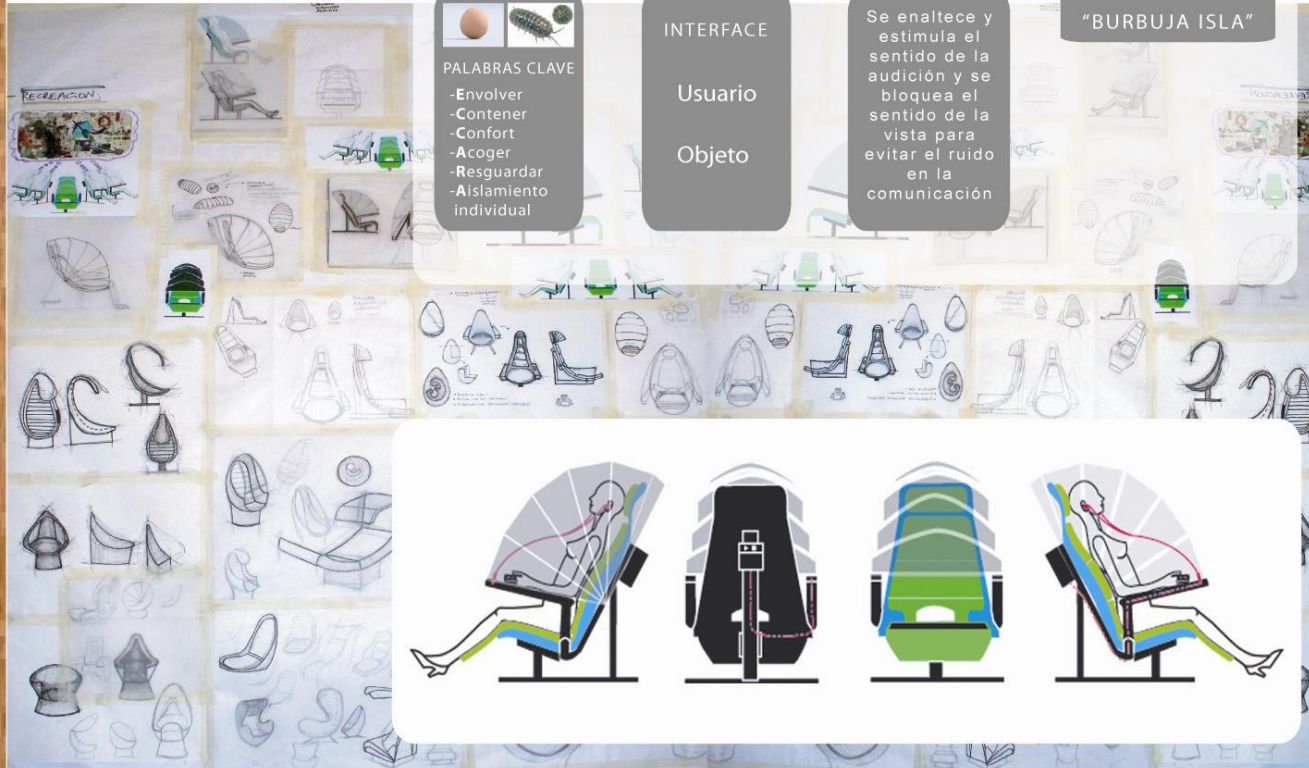
INTERFACE

Usuario

Objeto

Se enaltece y estimula el sentido de la audición y se bloquea el sentido de la vista para evitar el ruido en la comunicación

"BURBUJA ISLA"



Tótem

0.7



Tótem

Dispensador oral

DESCRIPCIÓN

El Producto es una Interface Multimedia, que a través de un Hardware tecnológico facilita la difusión y transmisión del Arte Oral.

Esta compuesto principalmente por una pantalla touch, la cual permite la adquisición de bienes inmateriales generados por una plataforma de descarga (proporcionada por Partnership PORTALDISC).

Tótem, tiene la capacidad de descargar en un par de segundos una serie de archivos digitales de audio, a cualquier soporte habilitado que posea el usuario (llámese Iphone, blackberry, o Galaxy) Formalmente adopta los rasgos físicos de un "tótem indígena" he de ahí su nombre y su relación con el elemento Tierra.

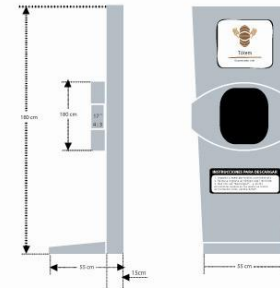


Este producto tiene como base colores tierra, por ende simboliza la "tierra" mediante la tecnología este producto nos demuestra la solidez y autonomía que brinda el elemento.

Monitor TOUCHSCREEN 17" LCD pantalla touchsreen OPEN FRAME Resistiva, Ratio formato 4:3 amplia visión

- ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:
- RESOLUCIÓN: 1280 x 1024
- CONTRASTE: DC 7000 : 1
- TIEMPO DE RESPUESTA: 5MS DE MEGARESPUESTA
- TOUCHSCREEN: MIKRODIN
- SISTEMA: RESISTIVO 5IV
- ESPESOR: GLASS 2 MM
- CONEXIÓN: VCA + USB 2.0
- ALIMENTACIÓN 220V
- SISTEMA DE AGARRE: 4 PERNOS DE FIJACIÓN.
- COMPATIBLE CON: MAXI REST, OASIS MACOMANDA BAR PRO, ETC.

PLANIMETRIA



0.8

Sueños Envasados



INSTRUCCIONES PARA DESCARGAR

1. Ingresa a www.portaldisc.com/vesicula
2. Raspa e ingresa el código aquí incluido
3. Haz Clic en "descargar"... y Listo!

En instantes tendrás en tus manos un tesoro de invaluable valor, ¡aprovechalo!!!

¡DESCARGA YA!

CODIGO DE DESCARGA: **02529433880215**

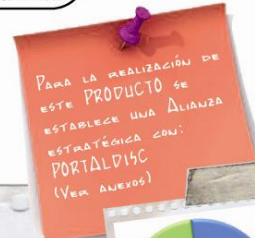
www.islaburbuja.cl



El producto basa su ideología de ser en el elemento aire, ya que su principal característica es posicionar al Arte Oral en este soporte etéreo, imitando el gesto de soplar un diente de león.



PLAN PILOTO: ANTE ORAL DE PANQUIPULLI

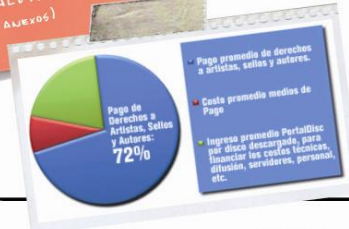


DESCRIPCIÓN

El Producto es una interface Emocional, esto quiere decir que el producto genera un vínculo emocional con el USUARIO. En definitiva se trata de un sueño envasado, de ahí que se piensa utilizar como SLOGAN publicitario la frase "para soñar en cualquier lugar" vale decir que se considera como una herramienta para llevar el Arte Oral a la vida cotidiana del USUARIO.

Sueños envasados, a parte de ser un producto que se considera como una herramienta clave para cultivar la cultura oral, se considera un producto amigable con el medio ambiente, ya que cada postal esta considerada para ser impresa en un soporte biodegradable proporcionado por nuestro PARTNERSHIP PORTALDISC, el cual entrega el producto listo para ser distribuido.

El producto en si mismo es un soporte basado en un nuevo medio emergente, cuya función principal es contener el Arte Oral. Se plantea como estrategia de ventas potenciar el concepto de un regalo, ya sea para sí mismo o para alguien cercano. Se trata de una postal de descarga, la cual se formaliza vía internet en una plataforma completamente personalizada para la marca.



RITO CAUSA / CONSECUENCIA



Propuesta Argumental

0.9



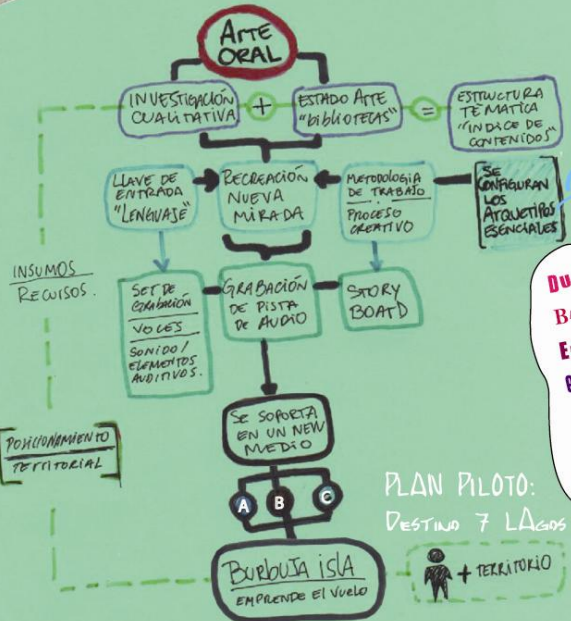
Rana Ojarasca
Sur de Chile, Región de los Ríos
[rasgos formales del arquetipo adaptados]
Los límites distribucionales de esta especie son desde los 37°S, Cautín, Región de la Araucanía hasta los 39°S, Valdivia, Región de los Ríos y entre los 13m (Bosque San Martín, provincia de Valdivia y 980m de elevación (Rucamanque)

[ARQUETIPOS]

El Duende de la Ojarasca

Amanita muscaria
Hongos chilenos
Región de los ríos

La Mística Amanita muscaria



Duende de la Ojarasca
Brujos y maldiciones
El poder de la Amanita
El diablo y el campesino
Cuervos asesinos
La isla de los 7 lagos
El secreto del bosque

- 7 LAGOS
- 7 DESTINOS
- 7 LEYENDAS
- 7 POSTALES
- 7 MOTIVOS
- 1 PLATAFORMA

PLAN PILOTO:
DESTINO 7 LAGOS

Burbuja Isla
Emprende el vuelo

IDEAS PARA UTILIZAR Y FINANCIAR LAS "POSTALES DE DESCARGA":

1. Venderlas en malls "estrategia de rentabilidad" (Toda la utilidad 100% ganancia)
2. Utilizarlas como material promocional o como premios en concursos de los malls.
3. Utilizarlas para fomentar la asistencia a eventos culturales regalando una "Postal de Descarga" a todos o parte de los asistentes a un determinado evento.
4. Utilizarlas para hacer un canje publicitario con una radio, revista, marca, etc.
5. Utilizarlas para negociar la contratación de un evento, ofreciendo una cantidad determinada de "Postales de Descarga" para libre uso del contratante.
6. Crear una red de venta de "Postales de Descarga" a través de amigos y seguidores del grupo.
7. Ofrecer a una marca que "auspicie" el costo de fabricación de las postales, incluyendo su logo en las propias postales, poniendo un banner de la marca en el sitio web www.burbujaisla.cl y/o entregando una cantidad de postales para libre uso del cliente

SUGERENCIAS DE PARTNERSHIP



COSTOS

10



PRESUPUESTO SUEÑO LÚCIDO (CIFRAS EN PESOS CHILENOS)

Mano de obra:

Obra completa: \$ 800.000

(Equipo de trabajo)

Maestro constructor metálico: 600.000

Ayudante: 200.000

Materias Primas:

2_ Tubo de aluminio 6 mt.....	\$36.000
6_ Perfil 50 x 50 x 3mm.....	\$42.800
4_ Perfil 20 x 30 x 3 mm.....	\$17.500
2_ Plancha de alveolar 4mm 1.05 x 2.90 (color negro).....	\$24.450
1lt_ Pintura sintética.....	\$12.000
2kg_ Soldadura.....	\$4.200
2_ Aislante acústico.....	\$18.000
12_ Tornillos roscatlas 5/8	\$ 500
2_ Disco corte.....	\$5200
12_ Auto perforante.....	\$3200
1kg_ Alambre.....	\$2.200
1_ Soldadura estaño.....	\$2600
1_ Pasta de soldar.....	\$1.110
1 caja_ Remaches.....	\$2350

Tecnologías / Herramientas:

Remachadora
Esmeril
Caladora
Taladro
Destornillador
Dobladora de tubos
Maquina Soldar
Huincha de medir
Escuadra
Compas
Herramienta cautín

Las herramientas son facilitadas por el "maestro" es por eso que se piensa estrategicamente como pieza clave, ya que posee el conocimiento del "hacer" y además dispone de una variada gama de herramientas tecnológicas, por lo que se reducen costos al poseer la Tecnología.

Semielaborados



Butaca Nissan Tiida
Precio: \$130.000

BUTACA DE SUEÑO LÚCIDO

Esta pieza la cotizamos en la desarmaduría de autos "San Francisco", ubicada en: Los morros c/n San Francisco. Se recalca el pensamiento ecológico del proyecto

1 Cable Audio plug 3.5 10mt



Precio: \$3.490

COLECCIÓN DE AUDIO DE SUEÑO LÚCIDO



El nuevo modelo CM5 de Changan forma parte de una nueva era dentro de los furgones compactos en nuestro país.

Una de sus mayores particularidades es su potente motor de 1.3 litros, el cual desarrolla 81 Hp, cargando sin problemas hasta 525 Kg. Tiene un largo de 3,8 m, un ancho de 1,5 m y un alto de 1,9 m.

Precio: \$4.510.100



PANEL DE CONTROL DE SUEÑO LÚCIDO

Presupuesto Sueños Envasados (Cifras en pesos chilenos)

Mano de obra:

Obra completa: \$ 1.100.000

(Equipo de trabajo)

1_ Diseñador gráfico: \$300.000

1_ Ingeniero/a de sonido: \$400.000

1_ Guionista: \$350.000

7_ Narrador: \$50.000



Ejecución del proyecto: 30 días hábiles

Semielaborados

POSTALES DE DESCARGA:

2.000 unidades_Precio: \$400.000
(\$200 UNIDAD)

1_ Gastos de envío: \$5.000

Cabe hacer hincapié que nuestro Partnership ofrece el servicio de fabricación personalizada de las postales, es decir, solo es necesario mandar el diseño y ellos se encargan de la producción y envío del producto.

En el anexo final se encuentra un detalle de los aspectos generales del Partnership

Resumen de costos:

SUEÑO LUCIDO:

Mano de obra: \$ 800.000

Materias Primas: \$ 172.110

Semielaborados: \$ 4.671.580

TOTAL: 5.643.690

TOTÉM

Mano de obra: \$ 750.000

Materias Primas: \$ 142.500

Semielaborados: \$ 449.990

Total: 1.341.990

SUEÑOS ENVASADOS

Mano de obra: \$ 1.100.000

Materias Primas: \$ 0

Semielaborados: \$ 405.000

Total : 1.505.000

BURBUJA ISLA

Director general

12_ meses \$700.000

Total: 8.400.000

Retorno:
\$ 5.000.000
2 mil unidades
vendidas
(\$2500 c/u)

Monto Total: \$16.890.680

(Dentro del rango de la línea Diseño del FONDART [monto máximo otorgado por proyecto 20.000.000])

- considerar agregar: bencina, publicidad, packaging, tarima PDV, etc)

Presupuesto Tótem
(Cifras en pesos chilenos)



Mano de obra:

Obra completa: \$ 250.000
(Equipo de trabajo)
Maestro estructuras metálicas:
\$250.000
Eléctrico: \$300.000
Programador: \$200.000

Ejecución del proyecto: 15 días hábiles

Materias Primas:

3_ Perfil de fierro 50 x 50 3 mm.....	\$21.000
2_ Perfil de fierro 20 x 30 x 3 mm.....	\$9.200
1/2 lt_ Pintura sintética.....	\$6.000
1/2 kg_ Soldadura.....	\$2500
4_ Bisagras.....	\$7.200
2_ Discos de corte.....	\$3200
1 caja_ Róscalatas.....	\$2200
1_ Soldadura estaño.....	\$3200
1_ Pasta soldar.....	\$2500
3_ Plancha de acrílico de 80 x 40.....	\$85.000
8_ Tornillos roscalatas cromados.....	\$500

Tecnologías / Herramientas:

- Remachadora
- Esmeril
- Caladora
- Taladro
- Destornillador
- Dobladora de tubos
- Maquina Soldar
- Huincha de medir
- Escuadra
- Compas
- Herramienta cautín

Las herramientas son facilitadas por el "maestro" es por eso que se piensa estrategicamente como pieza clave, ya que posee el conocimiento del "hacer" y además dispone de una variada gama de herramientas tecnológicas, por lo que se reducen costos al poseer la Tecnología.

Semielaborados

Tablet Samsung XE700T1A-H01 Serie 7 Slate
\$449.990
Internet \$799.990 Acumula 4000 Puntos Nectar

Valor de cuota con Tarjeta Más
12 cuotas de \$44.991
CAE: 36.21%
Costo total: \$542.591

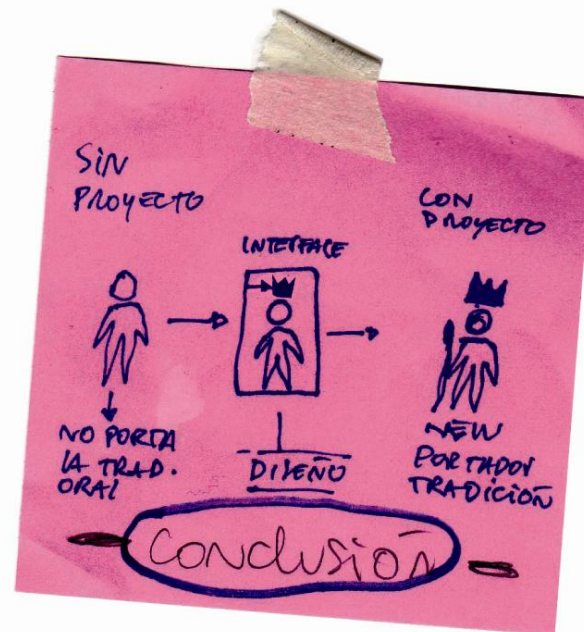
Cantidad 1 AGREGAR A LA BOLSA



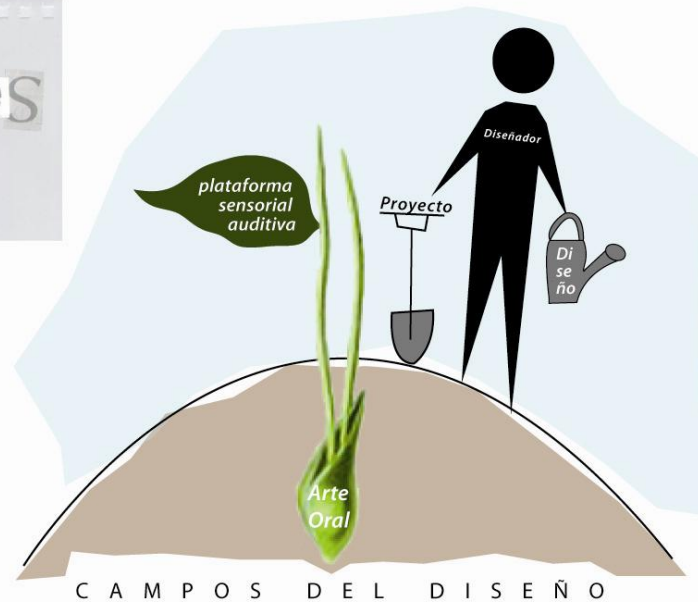
conclusiones

A lo largo del presente proyecto hemos logrado reconocer la importancia que cumple el Arte Oral en la vida de de las personas, se entiende como una practica que nos acerca mutuamente, permitiendo la cohesión de lasos significativos; no tan solo entre personas, si no también con el entorno que nos rodea, es decir que codificamos de una manera diferente la percepción que se tiene de un lugar, a través de un relato cualitativo que posee un enigmático código ancestral, el cual nos hemos empeñado en descifrar a lo largo del proceso metodológico del Diseño.

Posteriormente, podemos declarar que estamos frente a un proyecto ambicioso en términos cualitativos, ya que se pretende obtener en base a una exhaustiva búsqueda, recursos culturales ricos en significados, que aun no han sido explotados y que necesariamente deben ser catapultados a un nuevo escenario en donde el Diseño juega estratégicamente un desenfrenado partido de ajedrez



conclusiones



Por otro lado, se concluye que el presente Proyecto contribuye a fomentar la apertura de nuevas vías de desarrollo sustentable para el diseñador, el cual se ha visto marginado por la sobreexplotación de la disciplina, lo cual desde mi punto de vista, trae consigo repercusiones ¡positivas! Vale decir que se toma como un desafío para buscar nuevas vías de acceso en el mundo laboral, es por ello que el tema de la autogestión es un punto trascendental al cual hemos llegado como conclusión final.

Por último, se deja en manifiesto que es de vital importancia para el diseñador, continuar conquistando nuevos horizontes, nutriéndose de nuevos conocimientos para que en el futuro próximo, las ideas que se siembren ya hayan subido un escalafón en la cadena de evolución; vale decir que mientras más se nutre la mente de experiencias y de conocimientos, las ideas que podamos proyectar además de ser creativas tendrán un alto grado de innovación y un fuerte impacto a nivel territorial.

2. Rodríguez Musso Alejandro. El diseño como estrategia cultural. Link: <http://foroalfa.org/articulos/el-diseño-como-estrategia-cultural>
3. Echeverría Rafael: Ontología del Lenguaje, P.55. Cap.2, Ed Dolman.
4. Pensi, Jorge: + de 100 definiciones de Diseño, P.205.
5. Prat (1997) citado en Crespi, m. y Planeéis, M. (2003): Patrimonio Cultural. Ed. Síntesis, Madrid.
6. El Epeu es un relato de origen mapuche el cual narra sucesos fantásticos ocurridos en tiempos ancestrales.
7. C. G. Jung, W.F. Otto, H. Zimmer, P. Hadot, y J Layard: Hombre y sentido, Circulo Eranos III, volumen 3, P.10. Ed. Anthropolos. Mexico.
8. C. G. Jung. Citado en V.S Paulou. Sentir y crecer. "El crecimiento emocional en la infancia" P.157, Ed. Graó, de IRIF, S.L. Barcelona. 2004
9. Bettelheim Bruno: Psicoanálisis de los cuentos de hada. P.10. Ed Critica (Grijalbo Mondadori, S.A.) Barcelona.
1. Max Weber, "La interpretación de las culturas". P. 20. 1985
2. Clifford Geertz se convirtió en el "campeón de la antropología simbólica", que pone particular atención al papel del imaginario (o 'símbolos') en la sociedad. Los símbolos son el marco de la actuación social.
5. Ruiz Gil, JL "Creer y crear. El patrimonio cultural en la encrucijada de la globalización". Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. 2005.
6. PRATS, LI. "Antropología y patrimonio". Ed. Ariel. Barcelona. 1997
17. UNESCO, "Segunda serie nº20 2009 4ª edición cuadernos del consejo de monumentos nacionales", Convenciones internacionales sobre patrimonio cultural
8. La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, denominada en adelante "la UNESCO", en su 32ª reunión, celebrada en París del veintinueve de septiembre al diecisiete de octubre de 2003
9. Unesco: Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París.2003
20. UNESCO. Lin: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00006>
2. Volosky, L. "poder y magia del cuento infantil". P.36. Ed Universitaria Santiago, Chile 1995.
22. Cortázar, Raúl. "Folclor y literatura". EUDEBA. Ed. Universitaria de Buenos Aires, 1967.
23. UNESCO. Texto Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del Patrimonio Cultural Inmaterial. Link: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00053>
26. Crespi, M, y Planeéis. M. Obra completa (2003) Patrimonio Cultural. Ed.Síntesis, Madrid
27. HALBWACHS, Maurice. 1925. Le cadres sociaux de la mémoire. París: Editorial Puf.
28. KORDON, Diana; EDELMAN, Lucila. 1995. Algunas consideraciones sobre la articulación entre psiquismo y sociedad. En: Kordon et al. La impunidad. Una perspectiva psicosocial y clínica. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
30. Lipe, William D. (1984): Value and meaning in cultural resources, en H. Cleere (ed.), Approaches to the archaeological heritage, Cambridge, N. Y., Cambridge University Press, pp. 1
3. Lowenthal, D. (1985): The Past is a foreign Country, Cambridge, N. Y., Cambridge University press.
32. A. González Moreno-Navarro, C. Castilla del Pino, A. Fernández Alba; "Patrimonio: ¿memoria o pesadilla?". Barcelona 1995
33. Montoya. V. El poder de la fantasía en la literatura infantil.
34. L. s. Vigosky. La imaginación y el arte en la infancia. (2009) P.10. Ed. Akal
35. G. Bachelard. "El aire y los sueños" ensayo sobre la imaginación del movimiento. Ed. Breviarios México
37. Montoya. V. Lenguaje y Pensamiento. Link: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/lengpens.htm>
38. Ramos. J. Ensayo sobre la psicología, Link: <http://jsc-psico.blogspot.com/2011/11/la-psicologia-por-javier-meza-ramos.html>
39. Jung. C.G. Arquetipos e Inconsciente Colectivo. Ed.Paidós.
40. Palou. V. Sílvia. "Sentir y crecer. El crecimiento emocional en la infancia" P. 157, Ed. Graó, de IRIF, S.L. Barcelona. 2004.
41. Ernest Jones citado en Prat Carós, 1984, P. 125.
42. Bruno Bettelheim, El psicoanálisis de los cuentos de hadas, P.33
43. <http://www.cultura.gob.cl/artes/nuevos-medios/>
44. David Maúlen de los Reyes. Aproximación a la Caracterización de los Nuevos Medios en Chile. Definiciones y Agentes. P.20. Unidad de Estudios CNCA, abril 2012.
46. R. Ràfols y A. Colomer. El Diseño Audiovisual. P. 34. GG Diseño. 2003.



1. Anexo alianza estrategica con PORTALDISC

RE: Formulario de Contacto PortalDisc - presupuesto y detalles generales

Camila - PortalDisc <webmaster@portaldisc.com>
Para: burbujaisla@gmail.com

8 de octubre de 2012 14:32

Ricardo, te cuento a grades rasgos.

Creo que nuestra plataforma encaja super bien en tu proyecto.

Cargar el material a la pagina no tiene costo alguno. Lo que se descarga es un archivo .zip por lo que puede contener lo que tu quieras (archivos de audio, video, imágenes, etc) Lo importante es tratar que el archivo en total no supere los 300mb (puede ser más pero la tasa de descargas fallidas aumenta).

Te envío info sobre como funcionamos y las postales!

www.portaldisc.com/publicar

[postales de descarga](#)

Cualquier duda, me escribes!

Saludos!



Descarga Legal de Música
PORTALDISC.COM

Camila Donoso, Coordinadora PortalDisc
Fonos: 2777748 - 9/4898059
Cruchaga Santa María 597, Nuiña
webmaster@portaldisc.com - www.portaldisc.com

De: Ricardo Freddy Muñoz Escobar [mailto:burbujaisla@gmail.com]
Enviado el: domingo, 07 de octubre de 2012 6:21
Para: contacto@portaldisc.com
Asunto: Formulario de Contacto PortalDisc - presupuesto y detalles generales

Nombre: Ricardo Freddy Muñoz Escobar
Fonos: 77514262 - 51142548
Email: burbujaisla@gmail.com
País: Chile
Ciudad: Valparaíso

Mensaje: Hola portaldisc! junto con con saludaries y felicitarlos por este novedoso sistema. necesito información de como gestionar postales de descarga, soy un diseñador independiente y estoy trabajando en una investigación relacionada con el patrimonio oral de Chile, la idea es envasar en este innovador soporte el "Arte Oral" para ello necesito saber datos técnicos, económicos y políticas en general. El ámbito de mi proyecto es el "folklor literario" (cuentos, adivinanzas, rimas etc). de antemano les agradezco todo tipo de información que me oriente a establecer una alianza estratégica con su institución. Sin nada más que agregar y esperando una buena acogida, me despido afectuosamente. atentamente. Ricardo Muñoz Escobar Diseñador. Universidad de Valparaíso. Chile



PROPUESTA "POSTALES DE DESCARGA" PORTALDISC



MUESTRAS DE ALGUNAS POSTALES DESARROLLADAS, VER MAS MODELOS AQUI!

QUE SON LAS "POSTALES DE DESCARGA"?

La "Postal de Descarga" es un nuevo sistema de distribución y venta de música, que complementa o reemplaza al disco tradicional. Muchos de artistas ya ellos utilizan este sistema. Para ver algunos ejemplos de postales de descarga desarrolladas, haz clic [aquí](http://www.portaldisc.com). Cada "Postal de Descarga" incluye un "código de descarga" que permite descargar un disco completo en www.portaldisc.com. Las "Postales de Descarga" pueden ser completamente personalizadas con el diseño que se solicita el artista o sello.

QUEENES PUEDEN SOLICITAR LA FABRICACIÓN DE "POSTALES DE DESCARGA"?

Las "Postales de Descarga" pueden ser solicitadas por cualquier artista, sello o empresa de cualquier país que sea titular del contenido a descargar.

CUAL ES EL FORMATO DE LAS "POSTALES DE DESCARGA"?

Las "Postales de Descarga" son del mismo tamaño de la carátula de un disco (12 x 12 cm.), couché de 300 gramos e impresas en cuatricromía por ambos lados. El diseño de la portada puede ser la carátula del propio disco a descargar o cualquier otro diseño que defina el artista o sello. En el reverso se imprimen las instrucciones de descarga, los datos del disco o sello y al "código de descarga" (con un sistema de raspe "scratch off" como medida de control y seguridad).

COMO FUNCIONAN LOS "CÓDIGOS DE DESCARGA"?

Cada "Código de Descarga" es único y permite descargar un disco completo por una única vez. Cuando un usuario descarga el disco, el código queda automáticamente bloqueado. Cuando un usuario realiza la descarga, le llega un mail de aviso al artista o sello correspondiente con todos los datos del usuario (Nombre, País, Ciudad, E-mail y Edad). Además, queda un registro en el Administrador al cual tienen acceso todos los artistas o sellos.

CUAL ES EL COSTO DE LAS "POSTALES DE DESCARGA"?

El costo de las postales de descarga depende de la cantidad que se fabrique. Esta es la tabla de precios:

PRECIOS EN PESOS CHILENOS

500 unidades:	\$300	Total: \$150.000
1000 unidades:	\$250	Total: \$250.000
2000 o más unidades:	\$200	Total: \$400.000

PRECIOS EN DOLARES (Pago por PayPal)

500 unidades:	US\$0,6	Total: US\$300
1000 unidades:	US\$0,5	Total: US\$500
2000 o más unidades:	US\$0,4	Total: US\$800

Los valores indicados no incluyen IVA. PortalDisc entrega factura a los artistas y/o sellos que lo soliciten.

El costo del envío no está incluido. Costo referencial dentro de Chile: \$5.000 pesos chilenos. Costo referencial fuera de Chile: US\$30 dólares. Existe la posibilidad de adquirir solo "Códigos de Descarga". El costo es de \$100 pesos chilenos o US\$2 dólares y el pedido mínimo es de 200 unidades.

IDEAS PARA UTILIZAR Y FINANCIAR LAS "POSTALES DE DESCARGA":

1. Venderlas en recitales u otras actividades con una gran rentabilidad (Toda la utilidad es para el artista o sello)
2. Utilizarlas como material promocional o como premios en concursos.
3. Utilizarlas para fomentar la asistencia a recitales regalando una "Postal de Descarga" a todos o parte de los asistentes a un determinado evento.
4. Utilizarlas para hacer un canje publicitario con una radio, revista, marca, etc.

5. Utilizarlas para negociar la contratación de un evento, ofreciendo una cantidad determinada de "Postales de Descarga" para libre uso del contratante.
6. Crear una red de venta de "Postales de Descarga" a través de amigos y seguidores del grupo.
7. Ofrecer a una marca que "auspicie" el costo de fabricación de las postales, incluyendo su logo en las propias postales, poniendo un banner de la marca en el sitio web del artista y/o entregando una cantidad de postales para libre uso de la marca.
8. Presentar un proyecto a algún organismo de apoyo a la música. PortalDisc apoyará todas estas iniciativas enviando los documentos que se requieran (cotizaciones, cartas de apoyo, etc.)

OTROS FORMATOS:

1. Además de las Postales de Descarga, podemos desarrollar cualquier otro formato que incluya el código de descarga.
2. Para solicitar la cotización de algún formato especial, simplemente cuéntenos tu idea y la cantidad que te gustaría hacer.

COMO SOLICITAR LAS "POSTALES DE DESCARGA":

- Para solicitar "postales de descarga" o "códigos de descarga", simplemente deben contactarnos para coordinarlo.
- Contacto 1: Sebastián Milos Montes, (562) 2264815, contacto@portaldisc.com
- Contacto 2: Camila Donoso, (562) 2777748, contacto@portaldisc.com
- Dirección: Cruchaga Santa María 597, Nuthoa, Santiago, Chile, CP: 7790248.



