

# El diseño como sistema comunicacional difusor del patrimonio musical en Valparaíso

Proyecto de Título

Autor

**Yan Godoy Tordoya**

Profesora Guía

**Pilar Pantoja Ferroni**

Escuela de Diseño  
Universidad de Valparaíso  
2013



## Agradecimientos

El presente proyecto es un esfuerzo en el cual fueron participe varias personas, ya sea leyendo, opinando, corrigiendo, alentando o acompañandome en los buenos y malos momentos.

Agradezco a Pedro Godoy, mi padre, y a mis hermanos Alberto y Pedro, quienes han demostrado su apoyo incondicional durante toda mi vida. También agradezco a mi querida abuelita Silvia, quien siempre ha entregado mucho de su cariño y apoyo hacia mi.

A mi querida profesora Pilar por haberme apoyado en todo momento, entregándome confianza y teniendo paciencia en la dirección y elaboración de este trabajo.

Gracias también a Mackarena, Camila, Madeline y todos mis amigos quienes han depositado en mí todo su cariño, apoyo y confianza.

Gracias a todos.

## Prefacio

Durante mi etapa como estudiante universitario transcurrida en la ciudad de Valparaíso, descubrí esta maravillosa ciudad y su valioso aporte a Chile desde el punto de vista económico, histórico, patrimonial y cultural. En mi opinión personal, esta ciudad reúne gran parte del patrimonio cultural de nuestro país, lo cual queda además de manifiesto con la declaración de la UNESCO<sup>1</sup>, en donde se le otorga a Valparaíso el título de ciudad patrimonio de la humanidad.

Por lo anterior dicho, esta ciudad representa el escenario idóneo para el desarrollo de diversas actividades culturales que promuevan la realización de expresiones artísticas, entre las cuales podemos mencionar carnavales, ferias costumbristas y festivales musicales.

El presente proyecto de título surgió del interés por la música y su relación con el mundo de las imágenes, en una ciudad donde la realización de este tipo de festivales refuerzan la identidad de Valparaíso. En este sentido, el festival llamado Rock Carnaza es uno de los principales eventos de esta categoría que se realiza, el cual tiene las características de gratuidad, promoción de artistas nacionales, entre otras

Sin embargo, he logrado constatar que este tipo de eventos no cuentan con la publicidad necesaria para una adecuada promoción bajo el escenario comunicacional de hoy en día, por lo tanto, es necesaria la creación de una propuesta que se ajuste al contexto actual.

---

1

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

## Introducción

En la actualidad es muy importante la contribución que se realiza desde el mundo de las comunicaciones, tanto para el desarrollo comercial como cultural.

Bajo esta premisa es difícil imaginar cómo sería la sociedad sin la existencia de los medios de comunicación, a través de los cuales fluye información de manera constante y masiva.

Es necesario señalar que el diseño cumple un rol fundamental en el ámbito de las comunicaciones, ya que mediante sus aspectos metodológicos como lo son la observación, la conceptualización y formalización, se puede gestionar de manera proactiva un modelo que permita configurar respuestas a los distintos problemas y necesidades que nacen de la sociedad moderna.

En el entorno actual, marcado por los efectos de la globalización, crece la necesidad, por parte de los distintos países, no sólo de desarrollar diversas facetas del ámbito comercial, sino de difundir su propia cultura

de manera global y local, para así lograr un mayor desarrollo.

En Chile el organismo encargado de difundir parte de nuestra cultura es el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). Este concepto se plasma claramente en la Misión de esta institución, que se define como *"Promover un desarrollo cultural armónico, pluralista y equitativo entre los habitantes del país, a través del fomento y difusión de la creación artística nacional; así como de la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural chileno, adoptando iniciativas públicas que estimulen una participación activa de la ciudadanía en el logro de tales fines"*.<sup>2</sup>

En este mismo ámbito, se debe reconocer entre las funciones de este organismo, la de *"Apoyar la participación cultural, la creación y difusión artística, tanto a nivel de las personas como de las organizaciones que éstas forman y de la colectividad nacional toda, de modo que encuentren espacios de expresión en el*

*barrio, la comuna, la ciudad, la región y el país, de acuerdo con las iniciativas y preferencias de quienes habiten esos mismos espacios"*.<sup>3</sup>

En este contexto, nace el programa denominado Escuelas de Rock, mediante el cual se gestiona y difunde el rock y la música popular chilena. Dicho programa organiza cada año en Valparaíso el evento llamado Rock Carnaza, donde se promueven distintos exponentes de la música nacional.

No obstante, se observa una palpable necesidad de intervención por parte del diseño, en lo que a comunicación de este evento se refiere.

Por lo tanto, lo que se busca con el presente proyecto es generar una propuesta innovadora, vinculando al diseño con el patrimonio musical actual de Valparaíso y tomando en cuenta los enfoques comunicacionales que existen hoy en día, con el fin de abrir mejores posibilidades de desarrollo para nuestra cultura musical.

2 Ministerio de Cultura, CNCA, Gobierno de Chile. Extraído desde <http://www.cultura.gob.cl/institucion/quienes-somos/>

3 Ministerio de Cultura, Op. Cit. En <http://www.cultura.gob.cl/institucion/quienes-somos/>

# Índice

Agradecimientos [3]  
Prefacio [4]  
Introducción [5]

## Capítulo 1: Marco Referencial

1.1 Cultura [8]  
    1.1.1 Cultura en Chile [9]  
1.2 Patrimonio Cultural [10]  
    1.2.1 Patrimonio Cultural Intangible [11]  
1.3 Rock Carnaza [12]  
1.4 Lollapalooza como referente [13]  
1.5 Construcción de la marca [18]  
    1.5.1 Identidad corporativa [19]  
    1.5.2 Ejemplos de construcción de marca [20]  
1.6 Evolución de la Imagen corporativa [24]  
1.8 Primeras Conclusiones [25]

## Capítulo 2: Formulación de Proyecto

2.1 Presentación Del Proyecto [27]  
2.2 Diagnóstico [29]  
2.3 Objetivos [32]  
    2.3.1 Objetivo General [32]  
    2.3.2 Objetivos Específicos [32]  
2.4 Fundamento [33]  
2.5 Conceptualización [36]  
2.6 Usuario [37]  
2.7 Cliente [38]  
2.8 Business Model Innovation [39]

## Capítulo 3: Metodología

3.1 Metodología de trabajo [41]  
3.2 Etapas del proyecto [42]  
3.3 Definición de instrumentos [42]  
3.4 Aplicación de instrumentos [43]

## Capítulo 4: Desarrollo Formal

4.1 Génesis formal [45]

## Capítulo 5: Gestión del Proyecto

5.1 Producto de Diseño [54]  
5.2 Evaluación financiera [55]  
5.3 Ciclo de vida del Proyecto [56]

## Capítulo 6: Presupuesto

## Capítulo 7: Conclusiones

## Capítulo 8: Referencias

8.1 Bibliografía [63]

# Capítulo 1:

## Marco Referencial

## 1.1 Cultura

Son muchas las definiciones existentes en relación al término cultura. Sin embargo en el marco de este proyecto se tomarán en cuenta sólo algunas acepciones que delinear el ámbito en el cual se realiza el proyecto.

En un comienzo se puede decir que la palabra cultura proviene de cultivo, proceso mediante el cual se “cultivan” las artes, las ciencias, y todo lo que rodea al ser humano como sociedad. En este sentido se adopta la siguiente definición, la cual dice que *“la cultura puede considerarse como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”* (Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, MONDIACULT, México, 1982). De esta manera la cultura pasa a ser la base del comportamiento humano. He allí su importancia para el desarrollo de la sociedad en general.

*“la cultura de un país refleja su historia, instituciones, costumbres, actitudes y configuración del poder. La cultura es la fuente de nuestro progreso y creatividad”.*

Héctor Ariel Olmos



Imagen 1:  
Fotografía Estudiantina  
Fuente: Guía para la  
gestión de proyectos culturales

### 1.1.1 Cultura en Chile

El organismo encargado de promover y difundir la cultura en Chile es el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), el cual tiene por objetivo *"apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país"*.

el CNCA fue creado por la Ley 19.891, la cual entró en vigencia el 23 de agosto de 2003, y fue promulgada el 31 de julio del mismo año por el entonces Presidente de la República, don Ricardo Lagos Escobar.

Los programas que lleva a cabo este organismo son los siguientes:

**Escuelas de Rock**, cuya misión es fidelizar audiencias y públicos a través de procesos de

formación artística, gestión, difusión del rock y la música popular chilena.

**Servicio País Cultura**, el cual promueve el desarrollo artístico de personas y comunidades, contribuyendo a su desarrollo humano y favorecer una construcción conjunta de país, al rescatar el patrimonio e identidad local.

**Lee Chile Lee**, tiene como misión poner en valor a la lectura y los lectores de nuestro país.

**Educación Artística**, con la misión de contribuir al fomento de la educación artística a través de la gestión del conocimiento.

**Sello Regional**, cuyo fin es contribuir al desarrollo regional aportando a un mayor acceso a los bienes artísticos y culturales de los habitantes de cada región.

**Acceso Regional**, el cual tiene por objetivo

ampliar el acceso a bienes y servicios artísticos y culturales a la población de zonas geográficas más aisladas.

Por otra parte existen diferentes Fondos de Cultura, que son recursos destinados anualmente por la Ley de Presupuesto de la Nación para incentivar el desarrollo de las artes, la cultura y la conservación del patrimonio artístico y cultural de Chile.

Con los recursos de los distintos fondos se llevan a cabo concursos de proyectos, ejecutando programas propios de cada fondo, en los cuales se entregan premios y reconocimientos. Cada fondo cuenta con un Directorio que define las líneas de acción, y es administrado por una Secretaría dependiente del Departamento de Fomento de las Artes e Industrias Creativas.



Imagen 2:  
Fotografía Danza  
Fuente: Guía para la  
gestión de proyectos culturales



Imagen 3:  
Fotografía Carnaval  
Fuente: Guía para la  
gestión de proyectos culturales

## 1.2 Patrimonio Cultural

El concepto “patrimonio” es un término que se relaciona con el conjunto de bienes y derechos que una persona o institución posee.

Al agregarle la palabra “cultural” se incluye la cultura y herencia dentro de un grupo social determinado, el cual debe ser sostenido y preservado.

*“El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios; así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias tendientes a la satisfacción de ciertas necesidades culturales de la comunidad” (INC-OEA. Documento base del Seminario sobre información para el desarrollo cultural del Departamento de Tacna y proyección regional, 1984).*

El patrimonio puede ser protegido mediante leyes, pero también con actitudes y valores por parte de los ciudadanos, ya que el patrimonio cultural es derecho y además obligación de todas las personas.



Imagen 4:  
Intervención Urbana

Fuente: Guía para la  
gestión de proyectos culturales

## 1.2.1 Patrimonio Cultural Intangible

El patrimonio cultural intangible es aquella parte inmaterial creada por el ser humano, la cual está inmersa en la sociedad.

La idea de patrimonio cultural intangible coincide con la acepción de cultura citada anteriormente, definida como “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales (...) intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social” y que abarcan los “modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. Este enunciado da cuenta de la naturaleza dinámica del patrimonio cultural intangible, ya que está sujeto a transformaciones en el tiempo.

Algunos elementos que ejemplifican esta idea son la poesía, los modos de vida, la religión, la música, los modismos locales, los mitos y leyendas, los bailes festivos o los trajes que identifican a cada región de un país.



Imagen 5:  
*Mil tambores 2012*  
Fuente: Elaboración propia



Imagen 6:  
*Mil tambores 2012*  
Fuente: Elaboración propia

## 1.3 Rock Carnaza

El evento llamado Rock Carnaza nace en la ciudad de Valparaíso durante el año 2007, organizado por el Centro de Extensión (Centex) y el programa Escuelas de Rock del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. A contar del año 2010 se suma la Universidad de Valparaíso a la organización del evento. Al respecto David Carrillo, director de Extensión y Comunicaciones de la UV, señala que *"Para la Universidad de Valparaíso es motivo de gran satisfacción participar como organizador de esta nueva versión de Rock Carnaza, una de las actividades que realizamos en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Nuestra participación en este evento es parte de nuestra misión de universidad pública y estatal, que busca contribuir al desarrollo del arte y la cultura en la región y en el país"*.

El evento se crea como una idea de volver al origen, a la simpleza de la música. Como se señala en el artículo titulado 3° Festival Rock Carnaza en Valparaíso *"surgió el concepto de Carnaza, del rock aperrado, sólo con cuerdas y voz"*<sup>4</sup>.

Este festival está orientado a promover mayormente a intérpretes nacionales. Se puede decir también que *"se trata de encuentros únicos e irrepetibles entre artistas de diferentes generaciones y estilos musicales, incluyendo rock, pop, folclore y hasta una representante de rock retro polinésico"* (Rock Carnaza: 21 artistas y tres días gratis en Valparaíso, en [www.corriente.cl](http://www.corriente.cl), 2012).

Imagen 7:

Rock Carnaza 2010

Fuente: [http://userserve-ak.last.fm/serve/\\_/52917679/Rock+Carnaza+2010+afichecarnaza2010.jpg](http://userserve-ak.last.fm/serve/_/52917679/Fuente: http://userserve-ak.last.fm/serve/_/52917679/Rock+Carnaza+2010+afichecarnaza2010.jpg)



Imagen 8:

Rock Carnaza 2011

Fuente: <http://www.laultimapapita.com/wp-content/uploads/2011/11/RC20113.jpg79707a5>



Imagen 9:

Rock Carnaza 2012

Fuente: <http://www.elfracaso.cl/programacion-oficial-del-festival-gratuito-rock-carnaza-2012/>



## 1.4 Lollapalooza como referente

El evento llamado Lollapalooza es un amplio referente al momento de hablar de eventos musicales, ya que es considerado uno de los más multitudinario e importante a nivel mundial.

Este evento nace en Estados Unidos el año 1991, organizado por el ex vocalista de la banda Jane's Addiction, Perry Farrell. A partir de ese año se realizó anualmente hasta 1997. Al año siguiente se suspende la realización del evento, el cual luego de 6 años fue revivido en el año 2003. Una de las características de Lollapalooza consistía la idea de un festival inusual e itinerante, que viajaba por distintas ciudades de Estados Unidos, llevando consigo la música como espectáculo a lugares en donde nunca antes había estado.

A partir del año 2011 el festival salió de las fronteras de Estados Unidos para iniciarse una versión anualmente en Chile. En las 3 versiones que van a la fecha el número de asistentes ha sobrepasado las 100.000 personas.

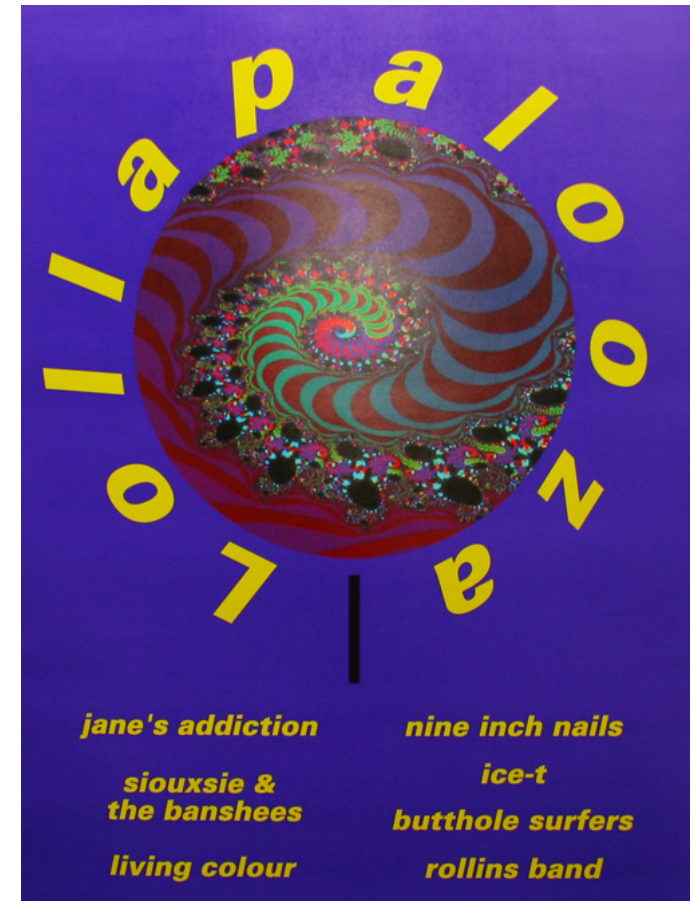


Imagen 10:  
Poster Lollapalooza 1991

Fuente: [http://www.lollapalooza.com/dostuff/history/1991\\_poster\\_lg.png](http://www.lollapalooza.com/dostuff/history/1991_poster_lg.png)



Imagen 11:

Poster Lollapalooza 2013

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=618867491461494&set=a.397568423591403.112599.179259232088991&type=1&theater>



Imagen 12:

Poster n°2 Lollapalooza 2013

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=548055738542670&set=a.397568423591403.112599.179259232088991&type=1&theater>

Imagen 13:

*Pearl Jam Lollapalooza 2013*

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=625280850820158&set=a.397568423591403.112599.179259232088991&type=1&theater>

**Lollapalooza**  
CHILE 2013







Imagen 15:  
 Facebook Lollapalooza Chile 2013  
 Fuente: <http://www.facebook.com/lollapaloozachile>

Imagen 16:  
 Twitter Lollapalooza Chile 2013  
 Fuente: <https://twitter.com/lollapaloozacl>



## 1.5 Construcción de la Marca

La marca es la fuerza propulsora que permite marcar la diferencia entre una empresa y sus competidores. La marca ha de guiar una empresa, dictando las decisiones estratégicas que se deben llevar a cabo.

Es un activo estratégico, el cual da garantía y confianza. Busca fidelizar a los consumidores, a quienes debe conectar y entregar experiencias únicas, ya que como señala *"son los consumidores los que hacen exitosa una marca"*.

El posicionamiento de una marca es la ubicación estratégica en el mercado. Es la clave para fidelizar a los consumidores.

Una declaración de posicionamiento en el mercado define quién eres, y cuales son tus ventajas competitivas en el mercado.

La intención de la construcción de una marca consiste en que las personas sientan que tú eres la única solución a sus problemas.

- Crear valor en la empresa
- Elevar los ingresos
- Mantener las fortalezas de la empresa
- Aumentar rango de consumidores
- Crear fidelidad en los consumidores

### 1.5.1 Identidad Corporativa

La Identidad Corporativa puede definirse como la representación y el reflejo de las características, los valores y principios propios de una organización. En dicha representación cobra gran importancia la *Identidad Visual*, mediante la cual se comunica la personalidad de la organización.

Los elementos que constituyen la Identidad Visual son el logotipo, isotipo y el eslogan. A partir de la construcción de esta identidad se pueden aplicar estos conceptos al área industrial, audiovisual, editorial, y todos aquellos medios gráficos mediante los cuales se canaliza la imagen visual.

## 1.5.2 Ejemplos

A continuación se presentan algunos ejemplos de construcción de marca a través de algunos manuales corporativos de distintas instituciones y empresas del medio nacional e internacional.





Ciudad  
Patrimonio  
de la  
Humanidad  
**CHILE**

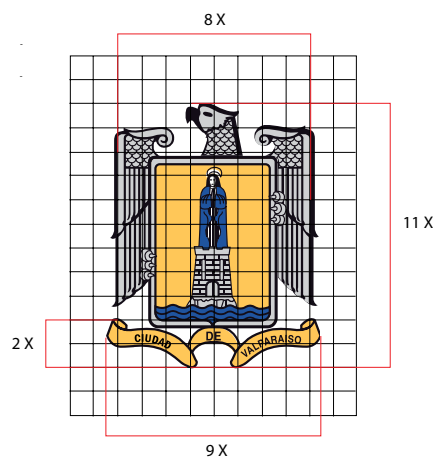
## Ilustre Municipalidad de Valparaíso

MANUAL DE NORMAS CORPORATIVAS

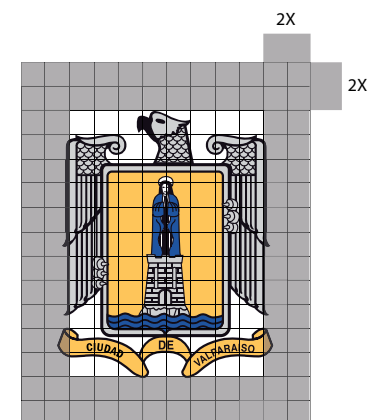
**mejorValparaíso**  
Ilustre Municipalidad de Valparaíso

Imagen 17:  
*Manual Corporativo Municipalidad de Valparaíso*  
Fuente: <http://www.municipalidaddevalparaiso.cl/manual/Manual%20Corporativo%20web.pdf>

■ GRILLA DE CONSTRUCCIÓN



■ ÁREA DE AUTONOMÍA





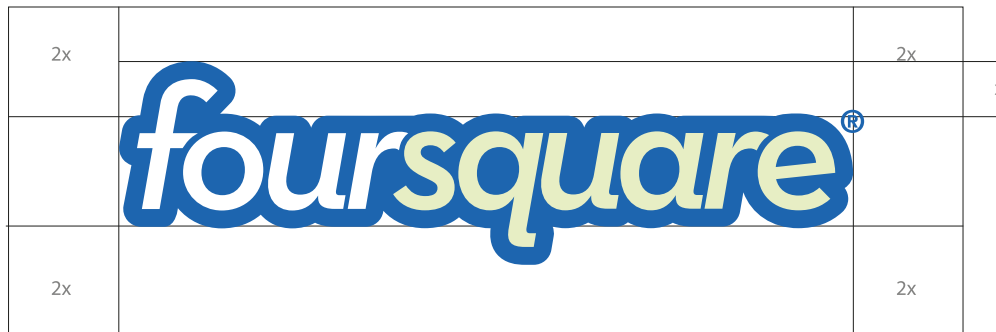
Boxed logos for on-air use



This is a suggested palette.



Imagen 18:  
Manual Corporativo MTV2  
Fuente: <http://www.nfgraphics.com/20-manuales-de-identidad-corporativa-en-pdf/>



## LOGO USAGE

Our logo is the touchstone of our brand and one of our most valuable assets. We must ensure proper usage.

The preferred way to use the foursquare logo is over a white/light background or on foursquare blue. Every attempt must be made to do this.

If the logo must be placed on a dark background or color options are limited then the foursquare logo can be knocked out and used in one color.

Please observe the clear space around the logo to maximize visual effectiveness. Nothing should intrude into this specified clear space.

Imagen 19:  
Manual Corporativo Foursquare  
Fuente: <http://www.nfgraphics.com/20-manuales-de-identidad-corporativa-en-pdf/>

## Evolución de la imagen corporativa

Hoy en día nos vemos bombardeados por imágenes corporativas provenientes de los distintos medios de comunicación. Sin embargo estas imágenes no se nos han presentado de manera súbita, sino más bien como parte de un proceso comunicacional que evoluciona en conjunto con las propias empresas y a la vez con la tecnología. Esta evolución forma parte de las estrategias comunicacionales de una empresa, para lograr así mayor desarrollo comercial. Es por eso que el diseño va adquiriendo protagonismo como agente gestor de ideas e innovación.

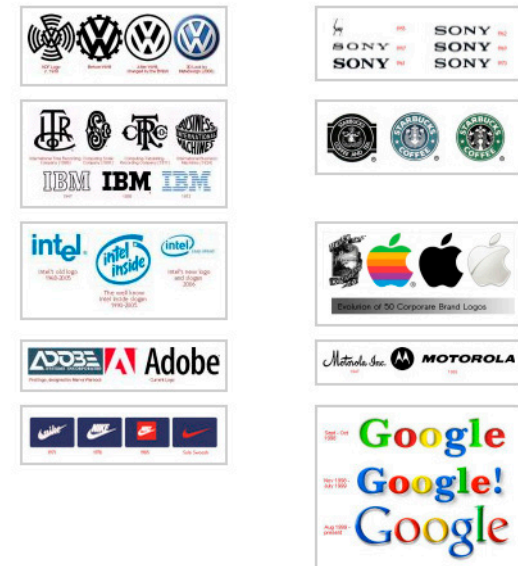


Imagen 20:  
Evolución de Marcas

Fuente: <http://ejecant.wordpress.com/2009/12/21/la-evolucion-de-la-imagen-corporativa/#>

## Primeras conclusiones

Sin duda los avances tecnológicos han permitido el desarrollo del *diseño* como disciplina, otorgando nuevos conocimientos y herramientas que permiten ampliar el horizonte en el ámbito profesional.

Los eventos musicales, un medio de expresión cultural del ser humano, se encuentran en constante cambio y pueden ser abordados desde una perspectiva estratégica. La esencia metodológica del diseño permite llevar a cabo una sinergia integradora entre la música y las distintas disciplinas del campo comunicacional.

Por otra parte difundir parte de la cultura nacional proporciona un crecimiento identitario como país. En este sentido el proyecto actúa como una ventana cultural, a través de la cual distintas personas del medio nacional e internacional pueden acercarse más a nuestra cultura. Otros beneficiarios directos son los propios artistas e intérpretes de la música, ya que se les puede dar un impulso comunicacional en su desarrollo como portadores y difusores de la cultura.

Aquellos diseñadores íntegros que posean conocimientos proyectuales, técnicos y culturales tendrá una gran ventaja en el ámbito de la comunicación y la tecnología, medios que siguen en desarrollo y que permiten obtener una mayor calidad de vida.

## **Capítulo 2:**

### **Formulación de Proyecto**

## 2.1 Presentación del Proyecto

Valparaíso ostenta la categoría de puerto principal, condición que lo ha llevado a obtener una gran riqueza cultural, puesto que es un lugar donde confluyen personas y culturas provenientes de distintas partes del mundo.

Con el pasar del tiempo, se ha seguido incrementando esta riqueza cultural, haciendo de Valparaíso probablemente el mayor referente nacional al momento de hablar de cultura.

Este crecimiento cultural es promovido por el Estado a través del CNCA, mediante sus distintos programas y Fondos Culturales. La idea central del presente proyecto es gestionar la comunicación y difusión del

festival llamado Rock Carnaza, desprendido del programa Escuelas de Rock, con el fin de potenciar el crecimiento de artistas nacionales que utilizan este tipo de eventos para hacer llegar su música a un mayor número de personas, y a la vez ampliar el espectro cultural del común de la gente (partiendo en el medio local y extendiéndose al medio más amplio).

El potencial cultural que alberga Valparaíso debe ser dado a conocer a una mayor cantidad de personas, por lo que este proyecto se basa en una nueva propuesta comunicacional, tomando en cuenta los actuales paradigmas comunicacionales, que se han ido transformando y adoptando con el pasar del tiempo.

## ¿De que manera interviene el diseño en la música?



Figura 1:  
*Evento musical Rock Carnaza*  
Fuente: Entrevista a Otto Grawe, Diseñador  
Universidad de Valparaíso, 2012

## 2.2 Diagnóstico

Valparaíso, pese a ser uno de los mayores referentes culturales a nivel nacional, está lejos de lograr mover un mercado musical más amplio. Esto debido principalmente a que existe un problema cultural a nivel nacional, en el que las personas demandan un consumo de la identidad musical propia, y sin embargo, no están muy dispuestos a pagar por ello, sino que prefieren hacer uso del “pirateo” entorno a la música.

Otro problema con el cual se enfrenta la música a nivel nacional es la difícil profesionalización de los artistas. Esto debido a que la industria discográfica ha sufrido grandes cambios, a partir de la digitalización de la música, en un mercado que sigue transformándose.

Por último, otra de las barreras con las que se encuentra la música es la impuesta por los medios de comunicación, los cuales también han sufrido cambios relevantes, principalmente por el desarrollo del medio llamado Internet.

*“es entonces indispensable aumentar y ensanchar en nuestras sociedades, el acceso a la cultura tanto en su creación como en su goce, y convertirla en el vehículo más eficaz de integración y de inclusión”.*

*Claudio Di Girólamo*

## ¿Por qué no se logra un mayor mercado musical en Chile?

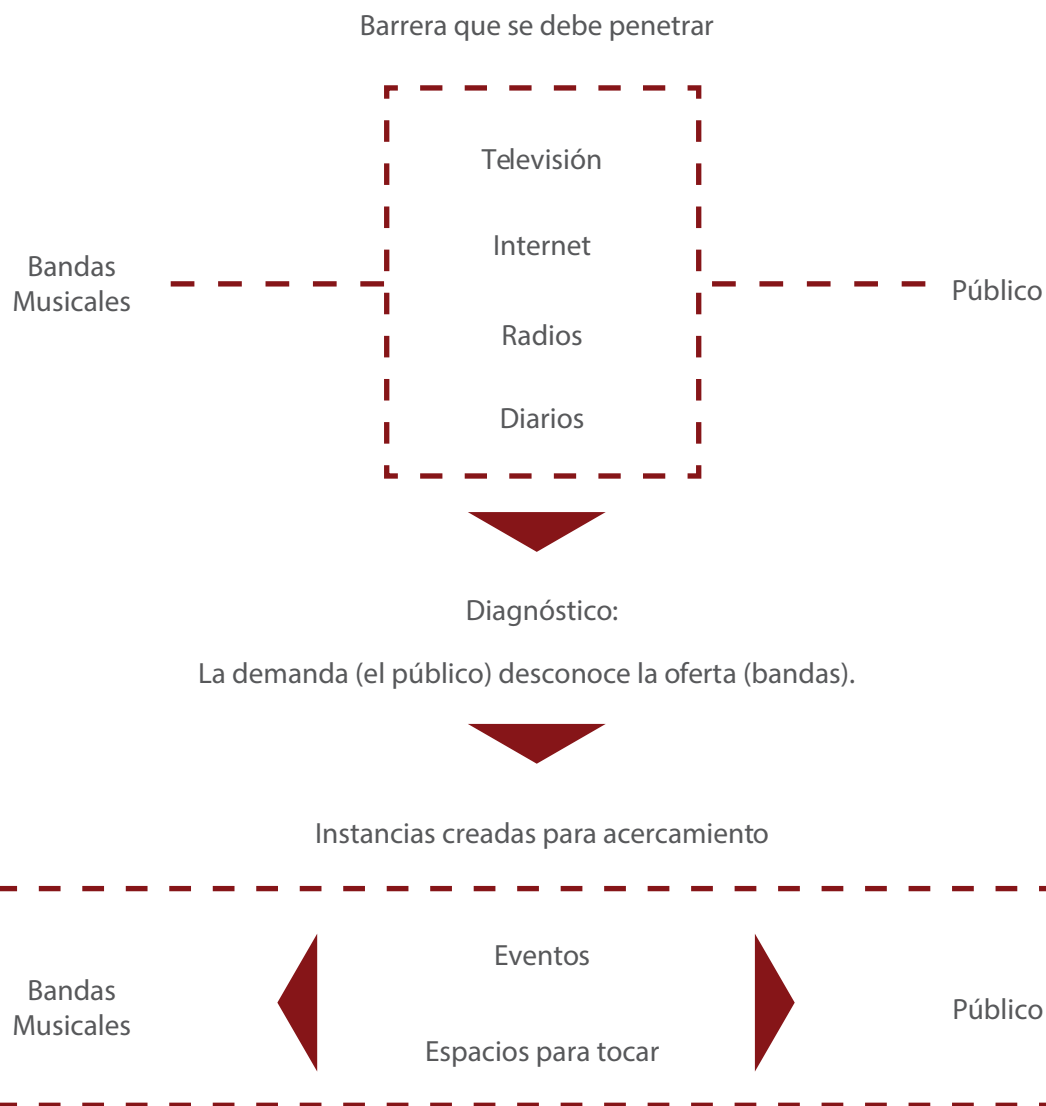


Figura 2:  
*Mercado musical en Chile*  
Fuente: Entrevista a Patricio González, Director  
de Escuelas de Rock, Valparaíso, 2012

## ¿Cuál es el Estado del Arte del Rock en Valparaíso?

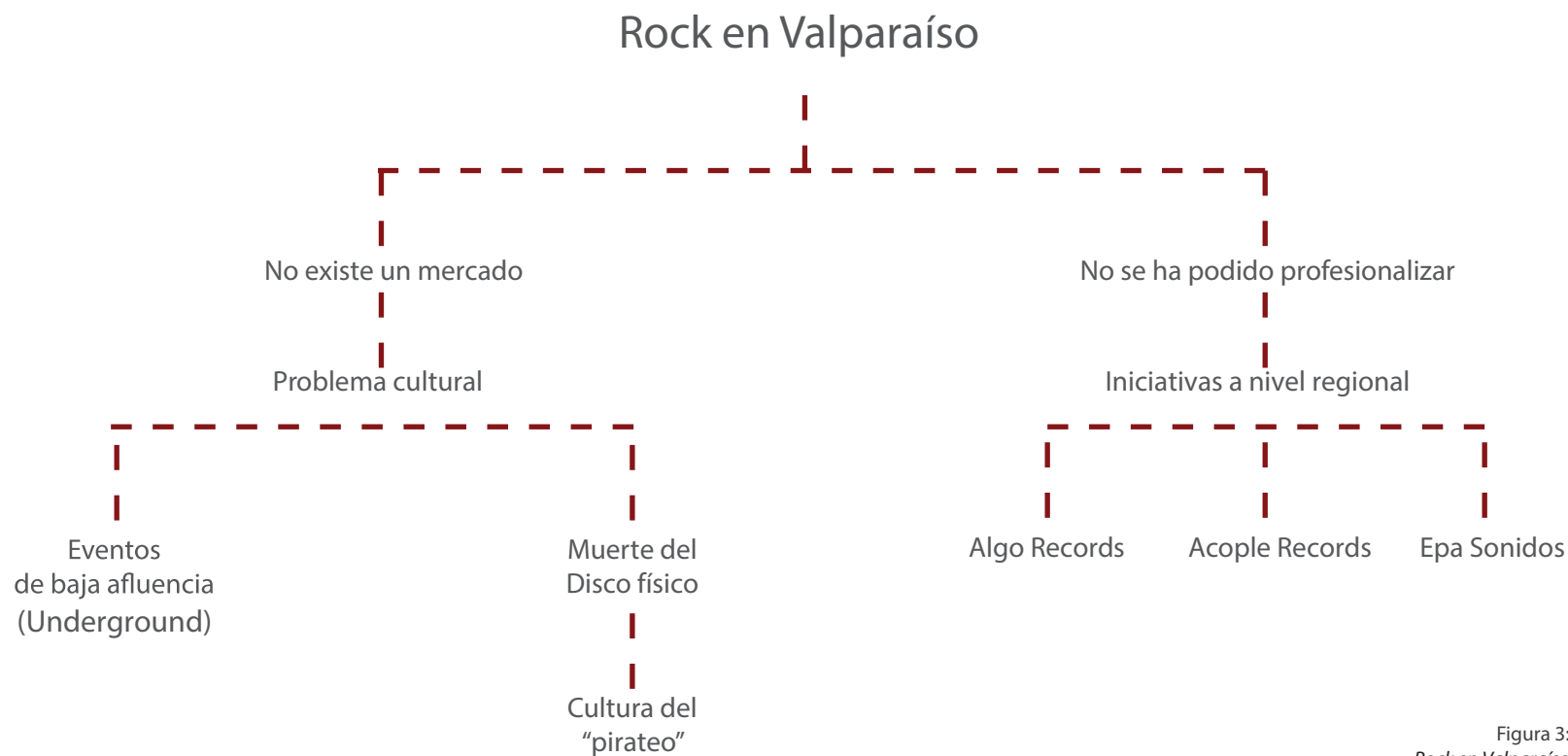


Figura 3:  
*Rock en Valparaíso*  
Fuente: Entrevista a René Cevalco, periodista  
Radio Valentín Letelier, Valparaíso, 2012

## 2.3 Objetivos

### 2.3.1 Objetivo General

Promover la cultura, vinculando el Diseño con el Patrimonio musical actual de Valparaíso.

### 2.3.2 Objetivos Específicos

Promover exponentes de la cultura local.

Difundir parte del patrimonio musical actual de Valparaíso.

Fomentar el uso de nuevos códigos comunicacionales.

## 2.4 Fundamento

*"Fortalecer la cultura es la única manera de participar desde nuestra propia identidad en el mundo globalizado.*

*Desarrollar la cultura significa dotar de instrumentos idóneos a las personas para fortalecer sus valores, comprender el mundo en el que viven, asumirlo y participar de los cambios. Por eso, la cultura debe estar en el centro de nuestra idea de desarrollo".*

*Chile Quiere Más Cultura. Definiciones de Política Cultural 2005-2010*

El presente proyecto se enmarca en una política cultural, la cual señala que "Fortalecer la cultura es la única manera de participar desde nuestra propia identidad en el mundo globalizado" (Chile Quiere Más Cultura. Definiciones de Política Cultural 2005-2010, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes).

Nace a partir de la necesidad de dar a conocer la cultura musical de Valparaíso a través de Internet como medio de comunicación masiva.

Bajo esta premisa, surge la iniciativa de llevar a cabo un proyecto de diseño que permita abrir las posibilidades de desarrollo en la difusión de la cultura musical surgida desde Valparaíso, por medio de una

plataforma audiovisual.

La principal causa de esta falencia en la comunicación de nuestra cultura es la baja accesibilidad ofrecida por los medios. Por lo tanto, esta iniciativa pretende generar una instancia para dar a conocer a los ciudadanos parte del patrimonio intangible de Valparaíso, expresado por medio de autores y exponentes nacionales.

El proyecto se lleva a cabo en conjunto con la organización encargada de la gestión y difusión del rock nacional, llamada Escuelas de Rock, específicamente en la comunicación del evento Rock Carnaza a realizarse durante el presente año 2013.

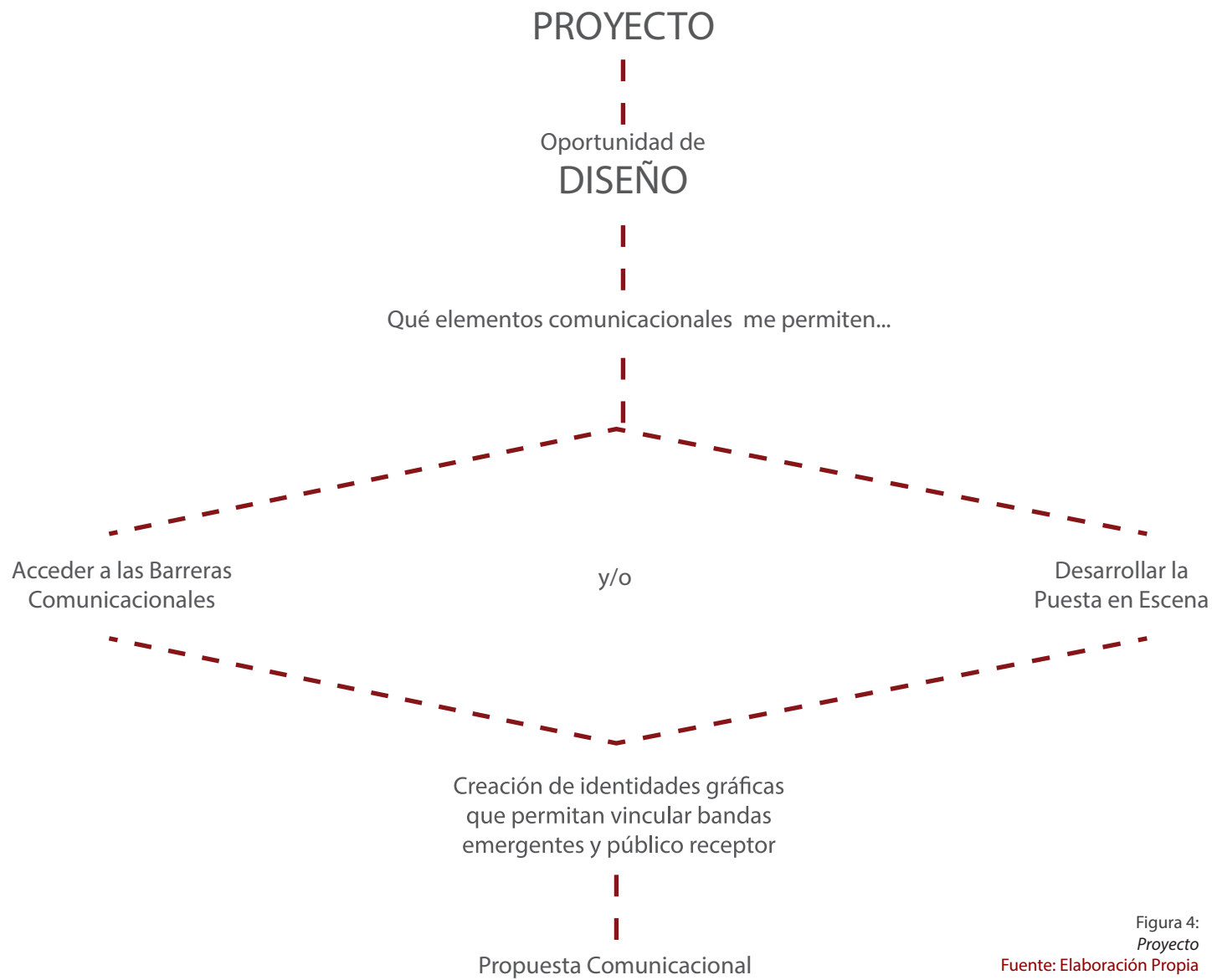


Figura 4:  
*Proyecto*  
Fuente: Elaboración Propia

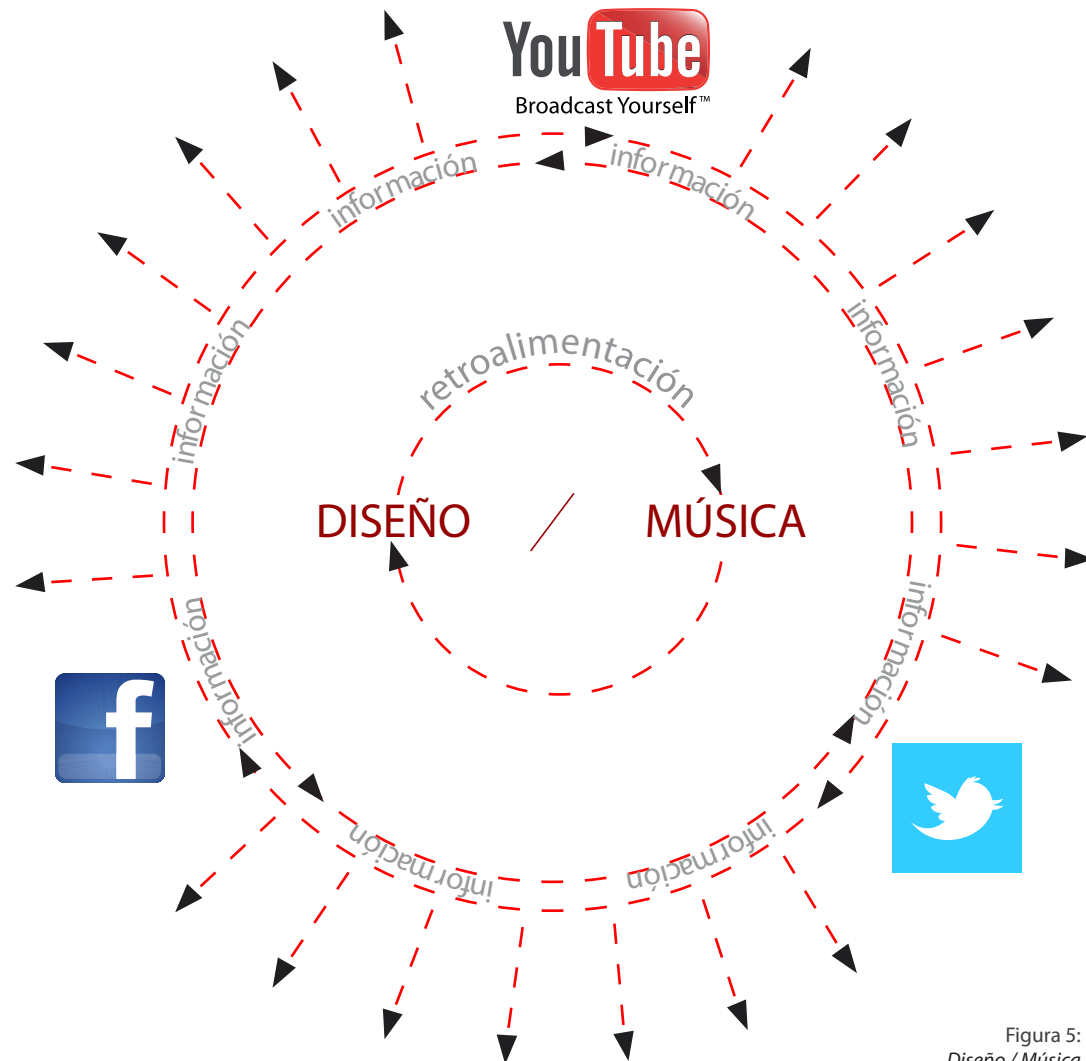


Figura 5:  
Diseño / Música  
Fuente: Elaboración Propia

## 2.5 Conceptualización

El presente proyecto está enfocado hacia la creación de una propuesta innovadora desde el punto de vista de la imagería. Por otra parte, el eje central que se busca intervenir también es un concepto de carácter inmaterial como lo es la música. Mezclar ambas ideas abstractas puede resultar difícil de representar. Sin embargo se puede decir que la música puede ser representada por objetos tangibles como instrumentos, o los propios intérpretes que pueden simbolizar (como íconos) a la música, o a un estilo en particular de esta.

Como se dijo anteriormente Rock Carnaza nace con la idea de volver al “origen y a la simpleza de la música”. Como *concepto visual* se busca la creación de una *identidad* que haga caso de esta premisa de lo *simple* o del *origen de las cosas*. Por esta razón, se trabaja con un lenguaje que hagan alusión, justamente a poder plasmar las *ideas*, como muchas veces lo hacemos para lograr visualizarlas y entenderlas, a través de *lápiz y papel*.

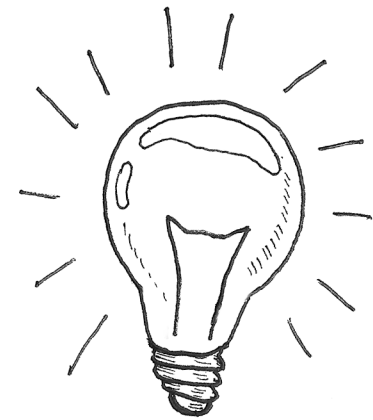


Imagen 21:  
Ampolleta

Fuente: Elaboración propia

## 2.6 Usuarios

Los usuarios potenciales del presente proyecto son las instituciones organizadoras del evento: Escuelas de Rock y Universidad de Valparaíso a través de su Dirección de Extensión y Comunicaciones.

Por otra parte, otros potenciales usuarios del proyecto son los artistas de la música chilena que participen en el evento.

Por último, en esta categoría también se visualizan todos aquellos ciudadanos “consumidores de cultura”, ubicados en las distintas comunas en la región Valparaíso. Sin embargo la intención del proyecto es traspasar los límites de la región, difundiendo información relativa al festival hacia regiones más alejadas del país.

## 2.7 Cliente

Los clientes del presente proyecto pueden ser el Gobierno de Chile, a través de su Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y su respectivo programa denominado Escuelas de Rock.

La Ilustre Municipalidad de Valparaíso.

El Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)

Marcas o entidades privadas interesadas en auspiciar y patrocinar eventos musicales.



## 2.8 Business Model Innovation

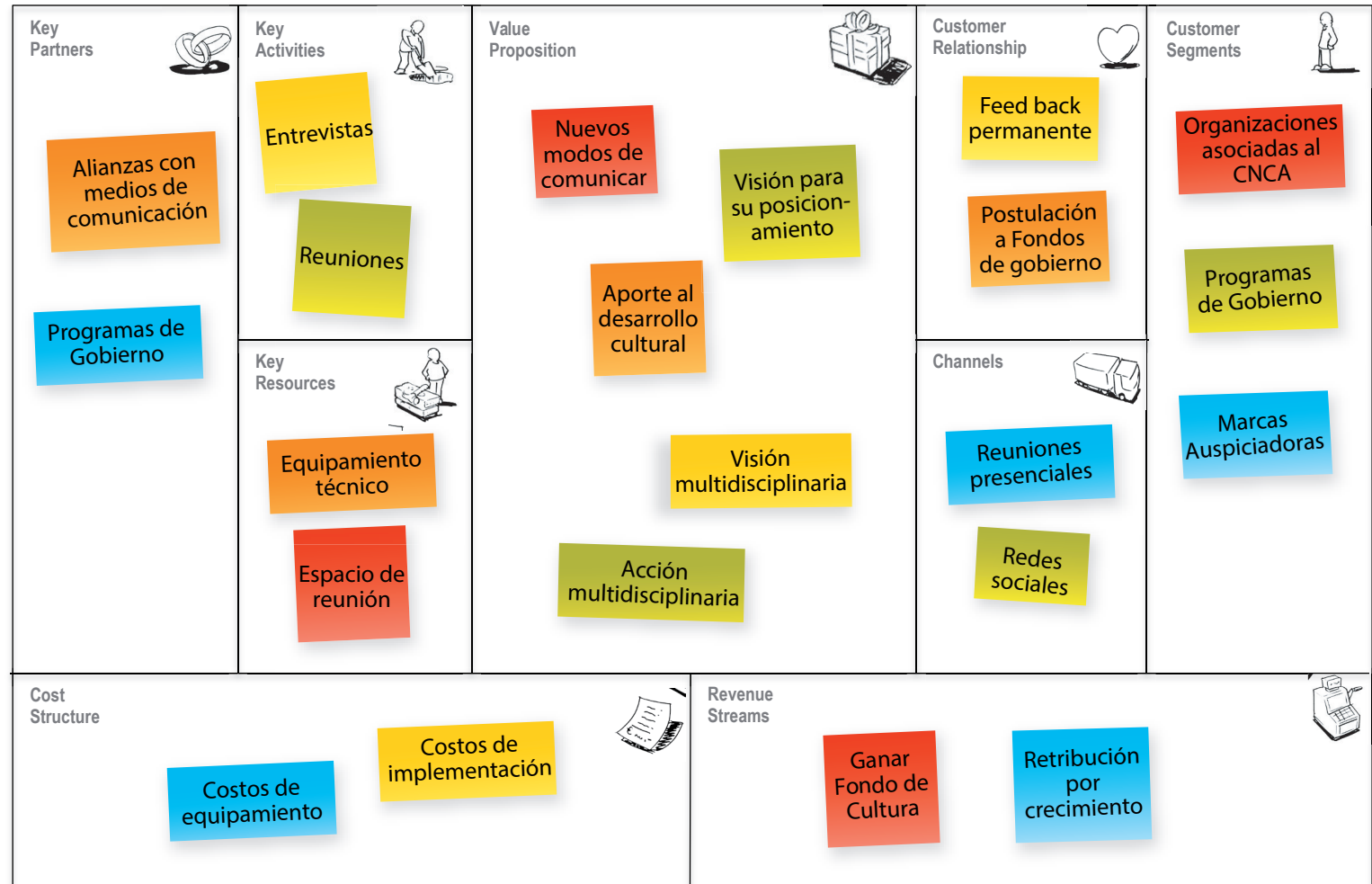


Figura 6:  
BMI  
Fuente:  
Elaboración Propia

## Capítulo 3:

### Metodología

### 3.1 Metodología de Trabajo

Es del caso hacer notar que este proyecto se apoya en la búsqueda de información para fundamentar su desarrollo.

Bajo este contexto, la metodología de la investigación utilizada en el presente proyecto es de carácter cualitativa y exploratoria, ya que para desarrollar el tema propuesto es necesario indagar y recopilar información para establecer antecedentes generales.

El factor cualitativo está determinado por la observación, ya que por medio de ésta se puede identificar, contextualizar, clasificar y profundizar ideas.

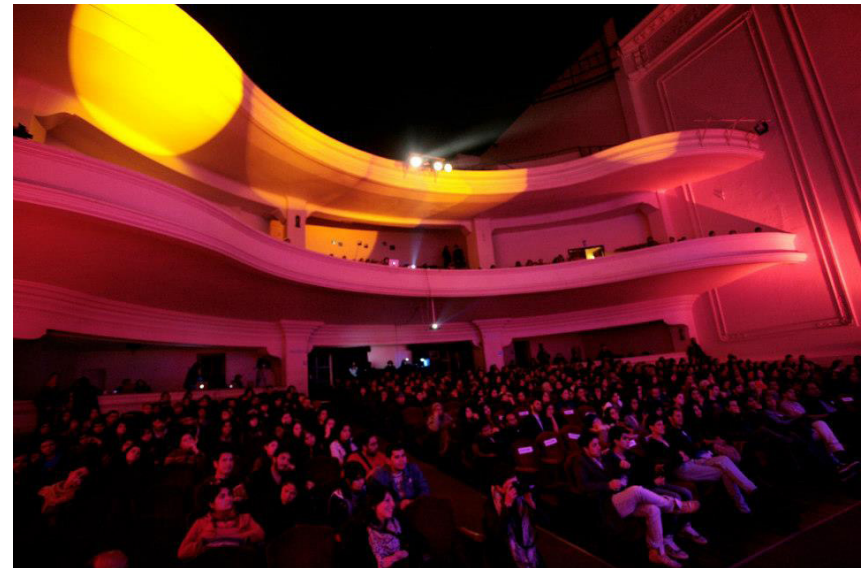


Imagen 22:

*Teatro Municipal Rock Carnaza 2012*

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=526401187370329&set=a.526400777370370.125571.120719447938507&type=3&theater>

## 3.2 Etapas del Proyecto

Las etapas que componen el proyecto son las siguientes:

1. Observación del entorno.
2. Detección de problemática.
3. Exploración indagatoria (establecer estado del arte).
4. Esbozo del Proyecto.
5. Estructuración del Proyecto.
6. Establecimiento de objetivos.
7. Definición de códigos gráficos.
8. Elaboración de códigos gráficos.
9. Diseño de formatos
10. Planificación de Sistema de Producto
11. Implementación del Proyecto
12. Evaluación del resultados

## 3.3 Definición de Instrumentos

Los instrumentos utilizados para recopilar información relacionada con este proyecto son:

- La observación.
- Entrevistas no estructuradas y diálogos con profesionales relacionados con el ámbito musical.

Mediante la observación se capturó una imagen vivencial *in situ* del evento en sí, con ocasión de Rock Carnaza en su versión 2012.

A través de la realización de entrevistas no estructuradas se recopiló información base para la preparación de mapas conceptuales.

### 3.4 Aplicación de Instrumento

En la aplicación del instrumento metodológico de observación sé registró mediante imágenes representativas la esencia de Rock Carnaza: La simpleza, la cercanía, la mezcla de estilos y exponentes de distintas generaciones de artistas como parte del espectáculo.

Esta vivencia se integra con el proyecto, en una primera instancia, en la conceptualización, y posteriormente creando una coherencia entre las ideas mencionadas y la propuesta formal.

Entre las entrevistas no estructuradas llevadas a cabo se seleccionaron aquellas con mayor aporte conceptual e informativo. Estas corresponden a:

Otto Grawe, diseñador de la Universidad de Valparaíso y Director Ejecutivo del evento Rock Carnaza 2012.

Patricio González, Director de Escuelas de Rock, representante del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

René Cevalco, periodista de la radio Valentín Letelier.

Imagen 23:

*Tamara Aguila Rock Carnaza 2012*

Fuente: Elaboración propia



Imagen 24:

*Airelavaleria Rock Carnaza 2012*

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=526401007370347&set=a.526400777370370.125571.120719447938507&type=3&theater>



## Capítulo 4:

### Desarrollo Formal

## 4.1 Génesis Formal

El desarrollo formal está enfocado a dar una nueva imagen reforzando la identidad y la esencia del evento Rock Carnaza. Para esto se hizo un traspaso de lo expresado en la conceptualización hacia el universo formal.

A continuación se presentan algunas piezas gráficas que dan cuenta de la evolución de la propuesta visual en términos formales.

The image shows the current logo for 'Rock Carnaza'. The word 'ROCK' is in a bold, uppercase, sans-serif font. 'CARNAZA' is written in a highly stylized, cursive script that flows from the 'K' and ends with a long, sweeping tail.

Actual logotipo utilizado

The image shows a proposed new logo for 'Rock Carnaza'. 'ROCK' remains in the same bold, uppercase, sans-serif font. 'CARNAZA' is written in a cursive script, but the strokes are more regular and controlled than in the current logo, with less extreme flourishes.

Propuesta con trazos más regulares

## Propuesta Cromática

 C=10,74  
M=0 R=237  
Y=29,75 G=253  
K=0 B=199

 C=2,7  
M=14,14 R=251  
Y=65,23 G=217  
K=0,01 B=212

 C=0  
M=50,95 R=255  
Y=90,27 G=147  
K=0 B=22

 C=24,11  
M=70,95 R=174  
Y= 67,73 G=87  
K=15,88 B=71

 C=100  
M=100 R=0  
Y= 100 G=0  
K=100 B=0

## Propuesta Tipográfica

Later On

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

a b c d e f g h i j k l m n

o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! / ( ) = ? , + ; .

La propuesta tipográfica tiene que ver con los conceptos de simpleza y origen, por lo que se escogió la fuente "Later On" que simula los trazos simples hechos por un lápiz.

## Primeras propuestas de ilustración

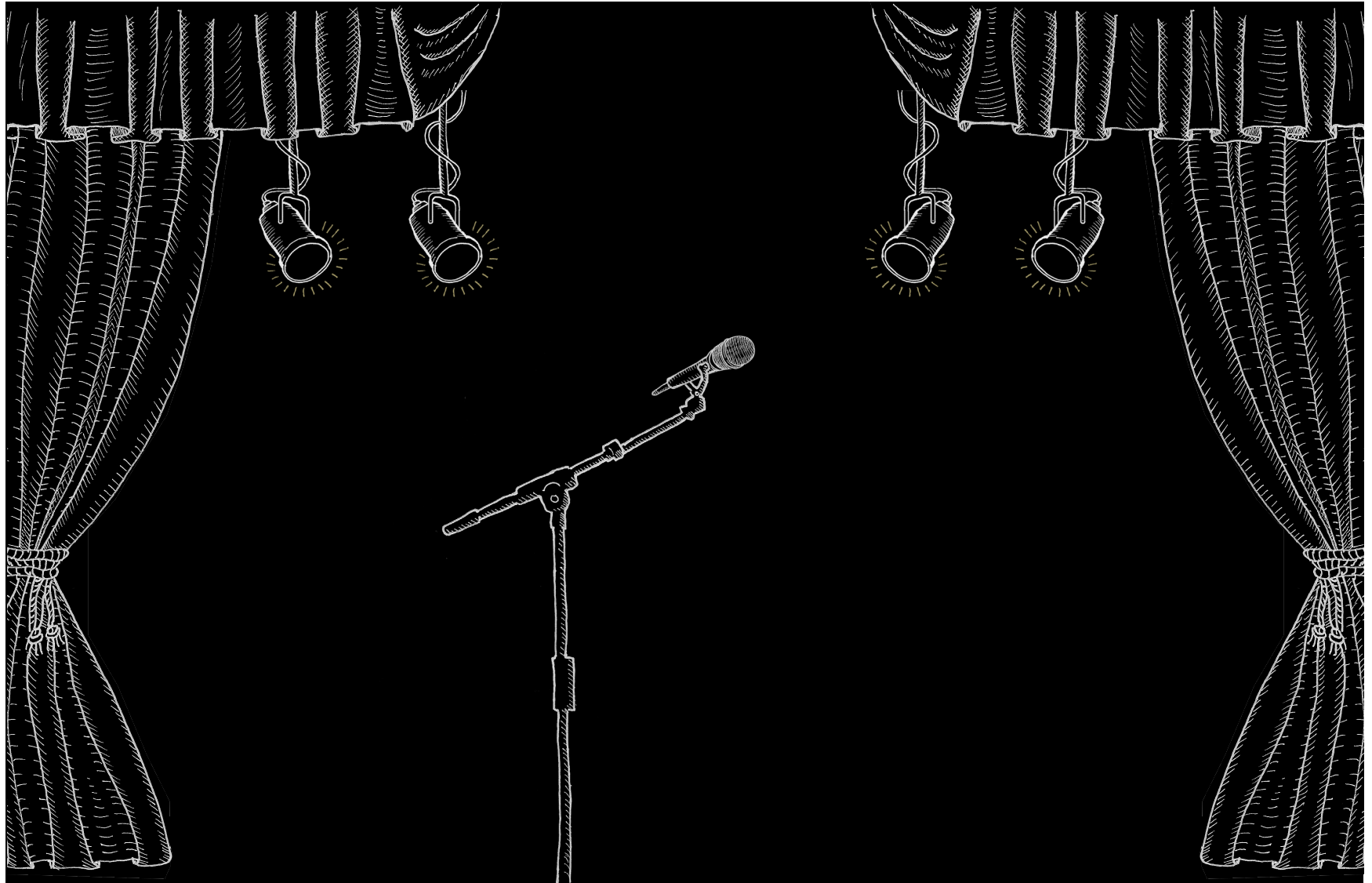


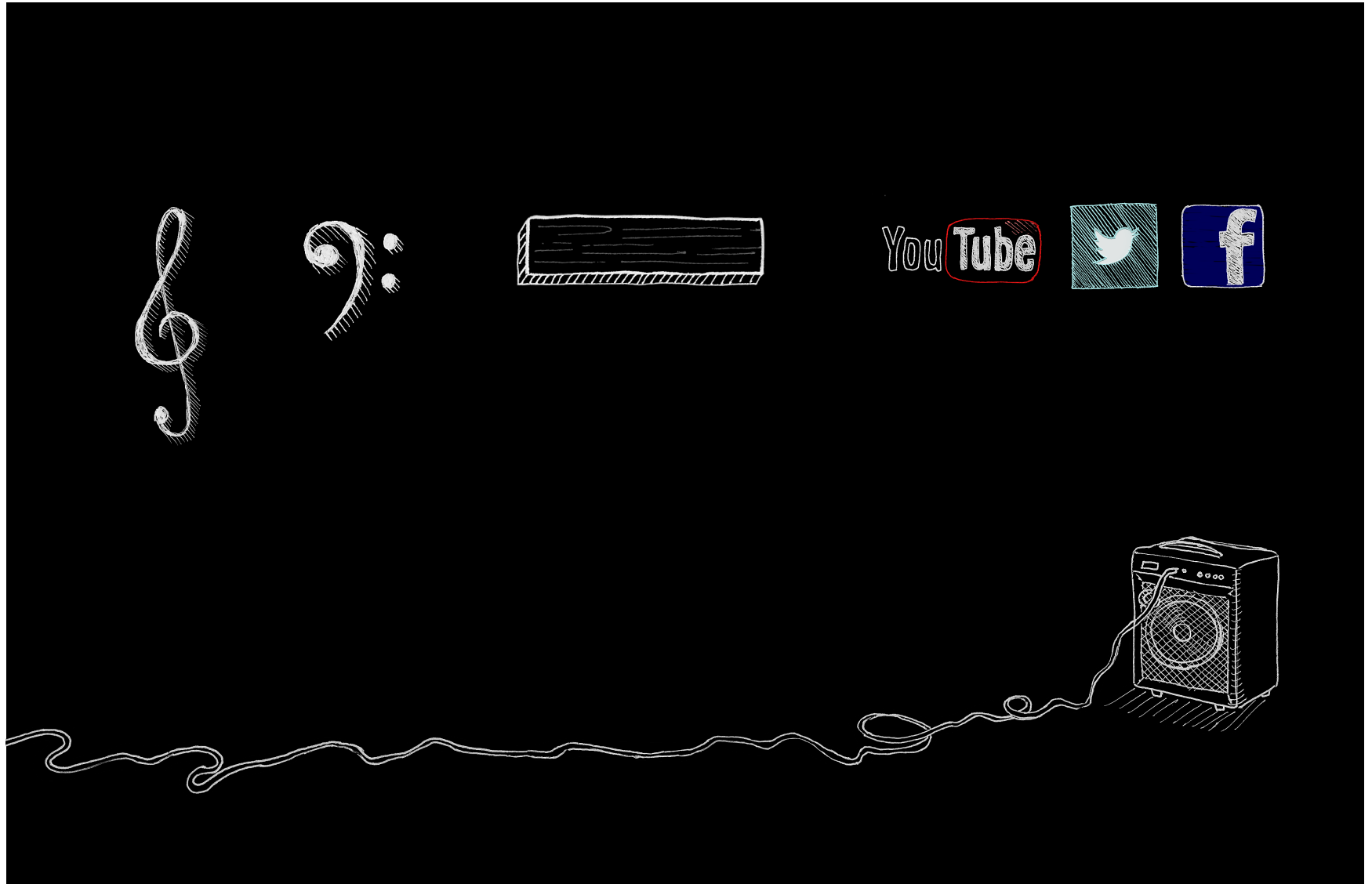
Se propone trabajar con un lenguaje simplificando las figuras representadas. Ambas propuestas son muy rígidas en relación a los conceptos esenciales de Rock Carnaza, por lo que se busca simplificar aún más las ilustraciones, teniendo como resultado una propuesta hecha en base a líneas de lápiz sobre papel pero en colores negativos (ver página siguiente).





Propuesta de Ilustración







Interfaz Sitio web

Interfaz Facebook



Interfaz Twitter



## **Capítulo 5:**

### **Gestión del Proyecto**

## 5.1 Producto de Diseño



Figura 7:  
*Producto de Diseño*  
Fuente: Elaboración Propia

## 5.2 Evaluación financiera

Una de las fuentes de financiamiento potenciales relevantes para este Proyecto lo constituyen los Fondos Cultura Concursables que otorga el Ministerio de Cultura, a través del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA). Los principales Fondos referidos a esta materia son los siguientes:

### **FONDART (Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes)**

Ámbito Nacional de Financiamiento.

Línea de Fomento de las Artes de la Visualidad.

Entrega financiamiento total o parcial para proyectos de creación y producción o sólo producción de obras de artes de la visualidad que aporten al desarrollo artístico y cultural de país.

Monto máximo financiado por el CNCA: \$ 30.000.000.

Cofinanciamiento: corresponde a los recursos no entregados por el CNCA y que son necesarios para la adecuada realización del proyecto.

Duración máxima del proyecto: 12 meses.

### **Fondo de la Música**

Ámbito Nacional de Financiamiento.

Línea de actividades presenciales.

Modalidad de Festivales de Trayectoria. Esta modalidad ofrece financiamiento parcial para la producción de festivales de trayectoria con al menos cinco versiones realizadas dentro del territorio nacional.

Monto máximo financiado por el CNCA: \$ 50.000.000.

Cofinanciamiento: corresponde a los recursos no entregados por el CNCA y que son necesarios para la adecuada realización del proyecto. Monto mínimo de cofinanciamiento: 25% sobre el total del monto solicitado.

Duración máxima del proyecto: 36 meses (hasta tres versiones de Festival).

### 5.3 Ciclo de vida del Proyecto

Las pretenciones del proyecto son de seguir desarrollando los distintos aspectos que tengan relación con la comunicación del evento Rock Carnaza.

Al ser un festival que se realiza una vez al año existe un lapso muy amplio de tiempo, en el cual se puede planificar nuevas estrategias que ayuden a promover y desarrollar.

A modo de propuesta se puede tomar en cuenta el hecho de movilizar el evento a otras regiones, con el fin de difundir nuestra propia cultura musical a ciudades menos desarrolladas culturalmente. También se lograría con esto refrescar el público asistente y posicionarse en otros contextos, ya que Chile como país cuenta con una gran riqueza y variedad geográfica de norte a sur.

## Capítulo 6:

### Presupuesto

### 1. Remuneraciones

| Realización             | Cantidad | Duración (meses) | Valor Unitario/mes (\$) | Total a Pagar (\$) | Observaciones                                            |
|-------------------------|----------|------------------|-------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------|
| Diseñador               | 1        | 2                | 800.000                 | 1.600.000          | Dirección del Proyecto, coordinación, producción gráfica |
| Diseñador Web           | 1        | 2                | 600.000                 | 1.200.000          | Diseño e implementación sitio Web                        |
| Periodista              | 1        | 1                | 500.000                 | 500.000            | Documentación, redacción, entrevistas                    |
| Ingeniero Comercial     | 1        | 1                | 500.000                 | 500.000            | Asesoría, apoyo part-time                                |
| Subtotal Remuneraciones |          |                  |                         | 3.800.000          |                                                          |

### 2. Costos de difusión

| Realización                 | Cantidad | Costo Unitario (\$) | IVA 19% | Total a Pagar, IVA incl. (\$) | Observaciones                                         |
|-----------------------------|----------|---------------------|---------|-------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Productora                  | 1        | 3.500.000           | 665.000 | 4.165.000                     | Fotografía/Filmación/Edición del Evento               |
| Dominio Sitio Web           | 1        | 8.403               | 1.597   | 10.000                        | Derechos por Dominio Sitio Web                        |
| Hosting Sitio Web           | 1        | 25.210              | 4.790   | 30.000                        | Alojamiento Sitio Web                                 |
| Pendones PVC con atril      | 10       | 20.000              | 3.800   | 238.000                       | Pendones promocionales con atril porta pendones       |
| Impresión Gigantografías    | 2        | 105.000             | 19.950  | 249.900                       | Impresión de gigantografía publicitaria color 5x3 mt  |
| Arriendo Gigantografías     | 2        | 650.000             | 123.500 | 1.547.000                     | Arriendo de espacio para exhibición de gigantografías |
| Volantes                    | 2000     | 70                  | 13      | 166.600                       | Impresión de volantes promocionales color             |
| Afiches                     | 100      | 850                 | 162     | 101.200                       | Impresión de afiches promocionales color              |
| Avisos radiales             | 30       | 70.000              | 13.300  | 83.300                        | Avisos en radio local, 30 días                        |
| Publicaciones periódicas    | 30       | 200.000             | 38.000  | 238.000                       | Publicaciones en diario local, 30 días                |
| Subtotal Costos de Difusión |          |                     |         | 6.829.000                     |                                                       |

### 3. Costos Totales del Proyecto

| Costos de Desarrollo           | Valor (\$) |
|--------------------------------|------------|
| Remuneraciones                 | 3.800.000  |
| Difusión                       | 6.829.000  |
| Imprevistos (5% de los costos) | 531.450    |
| Total                          | 10.629.000 |

## Capítulo 7:

### Conclusiones

## Conclusiones

No se puede negar la importancia que tiene el desarrollo cultural para el ser humano en los distintos niveles de la sociedad. Es por esto que en la elaboración del presente proyecto se busca aportar, desde la perspectiva del diseño, al desarrollo de un tipo en particular de expresión humana, cultural y artística, como lo es la música.

Con respecto a la música podemos decir que es un activo intangible de gran valor, que va más allá de lo material o lo comercial. Este concepto cumple la importante misión de enaltecer y enriquecer el espíritu del ser humano.

El presente proyecto está orientado a difundir, hacia los ciudadanos, este activo creado por distintos intérpretes nacionales, los cuales dan a conocer parte de su obra en espectáculos en vivo como lo es en el caso de Rock Carnaza.

Creo que en este ámbito tan valioso, el diseño tiene mucho que aportar como disciplina, ya que otorga una visión amplia en cuanto a lo que a comunicación se refiere. También es valioso el aporte que entrega desde el punto de vista metodológico, ya que en una primera instancia la tarea de *observar* permite descubrir nuevas posibilidades, nuevas formas de enfrentarnos al mundo y los desafíos que se nos presentan a lo largo de la vida.

Por otra parte la tarea de *conceptualizar* nos permite abrir nuestra mente y mezclar la parte racional con la emocional para dar una visión concreta aterrizada desde el mundo de las ideas. Y finalmente, hacer el traspaso de la conceptualización al mundo material, de las formas y colores, nos permite expresar la creatividad de manera tangible para dar respuesta las situaciones observadas.

La motivación que me ha llevado a desarrollar este proyecto nace de mi amor por la música, además de otras expresiones artísticas, y las ganas de poder generar de alguna manera un aporte a este arte. Creo que es importante poner nuestras habilidades, capacidades e intelecto, al servicio de la sociedad en que vivimos, ya que es desde nuestro propio universo que se comienza por aportar un pequeño grano de arena para resolver problemas y/o necesidades de las personas en una sociedad cultural que no es más que la expresión del ser humano *cultivada* durante muchos siglos.

Si podemos ganarnos la vida ayudando y aportando para que todas las personas tengan una vida mejor, nuestra tarea como diseñadores será más gratificante.

## Capítulo 8:

### Referencias

## 8.1 Bibliografía

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. Business model generation.

M<sup>a</sup> Begoña Etxebarria Robledo / Francisco Sánchez Fuente Diseño de un modelo de gestión basado en la proactividad organizacional. Revista de Dirección y Administración de Empresas. Número 15, diciembre 2008. Extraído el 03 de diciembre de 2012 desde [http://www.enpresa-donostia.ehu.es/p256-content/es/contenidos/informacion/euempss\\_revista/es\\_revista/adjuntos/15\\_8.pdf](http://www.enpresa-donostia.ehu.es/p256-content/es/contenidos/informacion/euempss_revista/es_revista/adjuntos/15_8.pdf)

Capriotti, Paul. 2009. Branding corporativo. pp. .Extraído el 03 de febrero de 2013 desde <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. 2009. Guía para la gestión de proyectos culturales. Extraído el 30 de octubre de 2011 desde <http://es.scribd.com/doc/29187382/Guia-Gestion-Proyectos-Culturales>

Costa, Joan, Artículo: La imagen de marca. Extraído el 05 de febrero de 2013 desde <http://s3.amazonaws.com/lcp/comunicacion-organizacional/myfiles/Costa.pdf>

Fondos Cultura, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Extraído el 02 de febrero de 2013 desde <http://www.fondosdecultura.gob.cl/>

Hernández, Fernández, Baptista, 2006. Metodología de la Investigación. Editorial: Mc Graw-Hill. cap. 5.

La Tercera, Vida, muerte y resurrección de Lollapalooza. Extraído el 30 de noviembre de 2012 desde <http://www.latercera.com/noticia/entretencion/2011/03/661-355181-9-vida-muerte-y-resurreccion-de-lollapalooza.shtml>

Lollapalooza festival, una parte de su historia. Extraído el 30 de enero de 2013 desde <http://www.surfalsurdelmundo.cl/?p=3599>  
Manual Corporativo Municipalidad de Valparaíso. Extraído el 12 de enero de 2013 desde <http://www.municipalidaddevalparaiso.cl/manual/Manual%20Corporativo%20web.pdf>

Muñoz, Carmen. 2008. Conceptos y esquema básico de un proyecto cultural. Extraído el 30 de agosto de 2011 desde <http://es.scribd.com/doc/56283325/Esquema-basico-proyecto>

Rock Carnaza: 21 artistas y tres días gratis en Valparaíso. Extraído el 10 de marzo de 2013 desde <http://www.corriente.cl/noticias/rock-carnaza-21-artistas-y-tres-dias-de-shows-gratis-en-valparaiso/#more-676>

Romero, Álvaro. 2001. Patrimonio y educación. Extraído el 03 de enero de 2013 desde [http://www.uta.cl/masma/patri\\_edu/patrim.htm](http://www.uta.cl/masma/patri_edu/patrim.htm)

Tipos de Patrimonio. Extraído el 07 de enero de 2013 desde <http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>  
UNESCO, Definición. pp. 4-5. Extraído el 28 de febrero de 2013 desde <http://www.unesco.org/new/es>

## Índice de imágenes

Imagen 1 [página 8]

*Fotografía Estudiantina*

Fuente: Guía para la gestión de proyectos culturales

Imagen 2 [página 9]

*Fotografía Danza*

Fuente: Guía para la gestión de proyectos culturales

Imagen 3 [página 9]

*Fotografía Carnaval*

Fuente: Guía para la gestión de proyectos culturales

Imagen 4 [página 10]

*Intervención Urbana*

Fuente: Guía para la gestión de proyectos culturales

Imagen 5 [página 11]

*Mil Tambores 2012*

Fuente: Elaboración propia

Imagen 6 [página 11]

*Mil Tambores n°2 2012*

Fuente: Elaboración propia

Imagen 7 [página 12]

*Rock Carnaza 2010*

Fuente: [http://userserve-ak.last.fm/serve/\\_/52917679/Rock+Carnaza+2010+afichecarnaza2010.jpg](http://userserve-ak.last.fm/serve/_/52917679/Rock+Carnaza+2010+afichecarnaza2010.jpg)

Imagen 8 [página 12]

*Rock Carnaza 2011*

Fuente: <http://www.laultimapapita.com/wp-content/uploads/2011/11/RC20113.jpg?9707a5>

Imagen 9 [página 12]

*Rock Carnaza 2012*

Fuente: <http://www.elfracaso.cl/programacion-oficial-del-festival-gratuito-rock-carnaza-2012/>

Imagen 10 [página 13]

*Poster Lollapalooza 1991*

Fuente: [http://www.lollapalooza.com/dostuff/history/1991\\_poster\\_lg.png](http://www.lollapalooza.com/dostuff/history/1991_poster_lg.png)

Imagen 11 [página 14]

*Poster Lollapalooza 2013*

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=618867491461494&set=a.397568423591403.112599.179259232088991&type=1&theater>

Imagen 12 [página 14]

*Poster Lollapalooza n°2 2013*

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=548055738542670&set=a.397568423591403.112599.179259232088991&type=1&theater>

Imagen 13 [página 15]

*Pearl Jam Lollapalooza 2013*

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=625280850820158&set=a.397568423591403.112599.179259232088991&type=1&theater>

Imagen 14 [página 16]

*Sitio Web Lollapalooza Chile 2013*

Fuente: <http://www.lollapaloozacl.com>

Imagen 15 [página 17]

*Facebook Lollapalooza Chile 2013*

Fuente: <http://www.facebook.com/lollapaloozachile>

Imagen 16 [página 17]

*Twitter Lollapalooza Chile 2013*

Fuente: <http://twitter.com/lollapaloozachile>

Imagen 17 [página 21]

*Manual Corporativo Municipalidad de Valparaíso*

Fuente: <http://www.municipalidaddevalparaiso.cl/manual/Manual%20Corporativo%20web.pdf>

Imagen 18 [página 22]

*Manual Corporativo MTV2*

Fuente: <http://www.nfgraphics.com/20-manuales-de-identidad-corporativa-en-pdf/>

Imagen 19 [página 23]

*Manual Corporativo*

Fuente: <http://www.nfgraphics.com/20-manuales-de-identidad-corporativa-en-pdf/>

Imagen 20 [página 24]

*Evolución de Marcas*

<http://ejecant.wordpress.com/2009/12/21/la-evolucion-de-la-imagen-corporativa/#>

Imagen 21 [página 36]

*Ampolleta*

Fuente: Elaboración propia

Imagen 22 [página 41]

*Teatro Municipal Rock Carnaza 2012*

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=526401187370329&set=a.526400777370370.125571.120719447938507&type=3&theater>

Imagen 23 [página 43]

*Tamara Aguila Rock Carnaza 2012*

Fuente: Elaboración propia

Imagen 24 [página 43]

*Airelavaleria Rock Carnaza 2012*

Fuente: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=526401007370347&set=a.526400777370370.125571.120719447938507&type=3&theater>

## Índice de figuras

Figura 1 [página 28]

*Evento musical Rock Carnaza*

Fuente: Entrevista a Otto Grawe, Diseñador Universidad de Valparaíso, 2012

Figura 2 [página 30]

*Mercado musical en Chile*

Fuente: Entrevista a Patricio González, Director de Escuelas de Rock, Valparaíso, 2012

Figura 3 [página 31]

*Rock en Valparaíso*

Fuente: Entrevista a René Cevalco, periodista Radio Valentín Letelier, Valparaíso, 2012

Figura 4 [página 34]

*Proyecto*

Fuente: Elaboración propia

Figura 5 [página 35]

*Diseño / Música*

Fuente: Elaboración propia

Figura 6 [página 39]

*BMI*

Fuente: Elaboración propia

Figura 7 [página 54]

*Producto de Diseño*

Fuente: Elaboración propia

