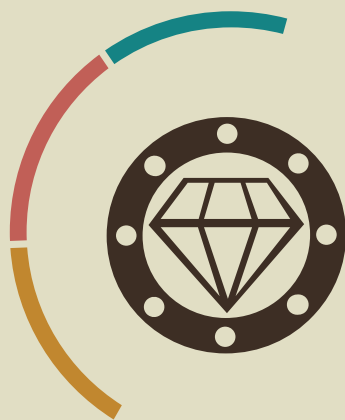




HUELLA BOHEMIA

Proyecto de Título
2014

Rescate del relato de la bohemia
en la ciudad de Valparaíso, a
través de una traducción gráfica
multimedial participativa.

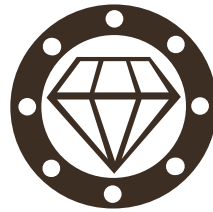
Nicolle Gómez Sepúlveda



Profesores guía: Eduardo Abarca.Omar Acevedo



Proyecto de Título



HUELLA BOHEMIA

Tema Rescate del relato de la bohemia en la ciudad de Valparaíso, a través de una traducción grafica multimedial participativa.

Alumna: **Nicolle Gómez Sepúlveda**

Profesor guía: Eduardo Abarca



Universidad
de Valparaíso
CHILE

Índice

Capítulo 1

Origen proyecto

Idea	9
Oportunidad	10
Usuario	14
Decisiones de diseño	15



Capítulo 2

Conocimientos desarrollo proyecto

Diseño	21
Diseño gráfico	22
Diseño multimedia	24
Animación	25
Ilustración	28
Definiciones	29
Decisiones de diseño	33



Capítulo 3

Proyecto de diseño

Proyecto de Título	39
Objetivos	40
Propuesta conceptual	41
Observaciones	42
Imagen visual	44
Propuesta formal	46
Story Board	48
Personajes	54
Escenarios	59
Sistema producto	64
Modelo de negocios	66



Introducción



La presente memoria explica el desarrollo del proyecto “HUELLA BOHEMIA” donde se describe el proceso del proyecto de diseño desde su origen, como idea, hasta la ejecución del mismo.

El proyecto nace desde la inquietud personal de poner en valor el patrimonio bohemio intangible de la ciudad de Valparaíso, a través de utilizar mis conocimientos y destrezas para la ilustración, motivo por el cual, vinculando estas dos aristas, es que se genera el proyecto de título, demostrando las capacidades para desarrollar un proyecto sumado a mis habilidades y conocimientos adquiridos durante el proceso académico en la carrera de diseño.

Capítulo 1



Origen 
PROYECTO
Idea.Oportunidad.Usuario



❧.Resumen.❧

En el presente capítulo se presentan los argumentos fundamentales para el desarrollo del proyecto, los cuales contemplan la idea como primer punto esencial, siguiendo con la oportunidad detectada, con al cual se desarrolla el proyecto, y el usuario al cual va dirigido.



Idea



La idea surge desde una inquietud personal, la cual se genera en mis comienzos como alumna de la Universidad, en donde una parte de estar en ella era vivir la actividad nocturna de la ciudad de Valparaíso, en donde me di cuenta que la ciudad estaba viva tanto de día como de noche, con desde el comienzo siempre me pregunte, ¿cómo habrá sido esta ciudad en su antigüedad?, ¿qué historias tiene por contarnos?, en estas calles, en las escaleras y los bares. De allí que la oportunidad de poder desarrollar el proyecto de título se vincula a esta inquietud y la potencia a través de los conocimientos adquiridos, generando un proyecto, tomando como eje central **poner en valor el patrimonio bohemio intangible de la ciudad de Valparaíso**, junto con la idea, se toman en cuenta mis capacidades y áreas de interés en el desarrollo académico, por lo cual propongo un **producto multimedial**, que rescate el patrimonio bohemio intangible y así con ello, poder **mostrarlo y hacer partícipe al usuario** de la bohemia de la ciudad.

Propuesta inicial para el proyecto

¿Qué?

Poner en valor el **PATRIMONIO BOHEMIO INTANGIBLE** de la ciudad de Valparaíso.

¿Por qué?

MOSTRAR, VINCULAR Y HACER PARTÍCIPE al usuario del relato bohemio de la ciudad de Valparaíso.

¿Cómo?

A través de un **PRODUCTO MULTIMEDIAL** que generara un rescate del patrimonio bohemio intangible de la ciudad.





Oportunidad



La oportunidad se encuentra observando la importancia de potenciar el patrimonio bohemio intangible de la ciudad, dada la importancia que se le da a la cultura en el plan de turismo para la región por parte del gobierno.

La ciudad patrimonio.

Para que Valparaíso fuera hoy una ciudad patrimonio de la humanidad, hubo un esfuerzo desde la década del 70 para lograrlo, en donde una mujer visionaria de nombre **Myriam Waisberg**, arquitecta, junto con **Cecilia Jiménez**, mujer de la misma profesión, se dedicaron a generar el material que hoy es una base esencial para analizar el patrimonio. Posterior a estudios, reuniones ciudadanas, gobiernos y pasados los años, en el año 2003 el puerto ya se podía proclamar Patrimonio de la Humanidad.

Valparaíso es una ciudad vigente que avanza recordando su pasado.



Breve historia de la joya del Pacífico

Valparaíso no fue fundado, sólo nombrado por los españoles, allá por el siglo XVI.

Pequeña aldea olvidada, no fundada, nombrada por españoles allá por el siglo XVI, se transforma en puerto de la capital del Reino, Valparaíso creciendo lentamente, sorteando ataques de piratas. La Independencia de Chile y el libre comercio son el impulso inicial para que Valparaíso llegue a ser puerto principal del Pacífico Sur, con el Estrecho de Magallanes como único paso entre los océanos.

Ciudad pionera y elegante, todo llegaba al puerto, polo comercial y atracción de santiaguinos, pobres del campo e inmigrantes de todo el mundo, donde marineros de todo el mundo que vienen y se van, la loca bohemia del puerto, que dicen, era como llegar a Nueva York.

Pero se abre el canal de Panamá, se descubre el salitre sintético, cierran bancos y comercios muchos emigran.

A Valparaíso le dura el vuelo hasta que la máquina reemplaza al estibador y llega la crisis definitiva, la ciudad empieza a caerse a pedazos y se instala la pobreza.

No obstante el habitante del puerto es valiente, nada lo desmorona y se levanta una y otra vez así como se reconstruyó tras bombardeos, inundaciones, incendios y terremotos.

Detenida en su esplendor, congelada en el tiempo, la ciudad es valiosa a los ojos de un mundo moderno, que busca la comunidad perdida, el olor de la antigüedad, el sabor de lo gastado, la historia en los trazos de las ciudades y las experiencias escondidas en los rincones del esplendor de la que alguna vez fue llamado la joya del Pacífico. Información adaptada desde: http://www.ciudaddevalparaíso.cl/inicio/patrimonio_historia_sxxi.php?id_hito=51



Plan de turismo Ciudad de Valparaíso.

¿Por qué es estratégico desarrollar el tema?

Debido a que el país necesita un aumento del desarrollo turístico, y la ciudad de Valparaíso es un escenario apto para el esparcimiento y su desarrollo, por ello y en conjunto con el pensamiento del gobierno es que se fundamenta el tema del proyecto, ya que se observa la necesidad de una mejor comunicación y difusión para aumentar así la llegada del turista.

Desde la perspectiva del gobierno es que observamos la oportunidad de aliarnos a sus objetivos, debido al interés por fomentar el turismo del país.

Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020 “Objetivos estratégicos”

1. Aumentar la importancia que tiene el turismo en la economía nacional. Esto se debe traducir concretamente en duplicar la contribución directa del turismo al PIB, pasando del 3,2% del 2011 al 6% en el año 2020.
2. Promover la creación de un gran número de pequeñas y medianas empresas, especialmente en regiones. Esto se debe traducir concretamente en generar 40.000 nuevos empleos directos y 160.000 empleos indirectos al 2020
3. Aumentar la llegada de turistas extranjeros. Esto se debe traducir concretamente en incrementar en un tercio la llegada de visitantes al 2014, pasando de los 3 millones actuales a 4 millones a fines del año 2014 y, adicionalmente, llegar a 5,4 millones de turistas al

2020, elevando su gasto promedio en un 50%.

Esta cifra se obtiene aplicando, a partir de 2015, una tasa de crecimiento promedio anual de 5,3% (tasa proyectada por la Organización Mundial de Turismo (OMT) para Sudamérica entre 2010 y 2020) sobre la meta de los 4 millones de turistas al 2014.

Visión

“Al 2020, Chile será reconocido como un destino turístico de clase mundial, siendo admirado y conocido por poseer una oferta atractiva, variada, sustentable y de alta calidad”

La industria del turismo tendrá un carácter estratégico y prioritario en el desarrollo económico del país, asegurará la prosperidad de las localidades y regiones donde está inserta y contribuirá a una mayor equidad social, equilibrio regional y a la superación de la pobreza.

El turismo será el principal promotor de la conservación del medio ambiente y del patrimonio y la identidad cultural de las comunidades.

Chile asumirá el liderazgo turístico en la región, convirtiéndose en un destino reconocido y admirado en todos aquellos aspectos en que posee ventajas distintivas como belleza natural, autenticidad, gastronomía, seguridad, calidad de su oferta, sustentabilidad y profesionalismo. Todo esto, sumado a una institucionalidad política-económica estable que contribuirá a forjar una potente y valiosa identidad de Chile como destino turístico.

Misión

El Gobierno de Chile, a través de la Subsecretaría de Turismo, busca liderar y promover los cambios para aumentar la competitividad del sector turístico.

Las acciones a realizar son interdependientes y concurren a lograr el

objetivo de satisfacer las necesidades de los turistas y agregar valor a los servicios ofrecidos, con el fin de aumentar la llegada de turistas, incrementar su gasto promedio diario y extender el tiempo de estadía en el lugar visitado.”

Política Cultural Regional 2011-2016 Valparaíso.

“No descansaremos hasta generar los canales suficientes que permitan a todos los habitantes de la región de Valparaíso acceder a la creación artística y cultural como también al reconocimiento y valorización de su patrimonio cultural”. pág. 11

“Las políticas culturales regionales para el periodo 2011-2016 han sido elaboradas en base a la ley n° 19.891, en la cual se indica que el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes tiene por objeto:

- 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
- Promover la participación de éstas en la vida cultural del país” pág. 15

“Valores

La Política Cultural Regional 2011-2016 de Valparaíso adhiere a la visión de la Política Cultural Nacional, así como a los valores, que guían el espíritu de las acciones que se propone emprender, con el fin de llevar a cabo la visión”

De lo cual rescato los siguientes puntos que están vinculados directamente con el proyecto.

- “El libre acceso al patrimonio cultural como manifestación de las diferentes culturas, así como su preservación, conservación y difusión.
- El rescate de la memoria histórica y el diálogo intercultural como motores de identidad.
- La promoción del intercambio cultural en un mundo globalizado y la internalización de la cultura chilena”. pág. 62,63.



Internet en Chile



Tomando en cuenta que internet es una herramienta esencial para hacer llegar cualquier tipo de información a los usuarios, es que está considerada como herramienta de difusión del proyecto, sumado a que somos un país con una gran aceptación a las aplicaciones emergentes, y dedicamos nuestro tiempo tanto de ocio como laborar vinculados a la red.



Según el censo 2012, cuatro de cada diez personas en Chile no saben buscar información en Internet.

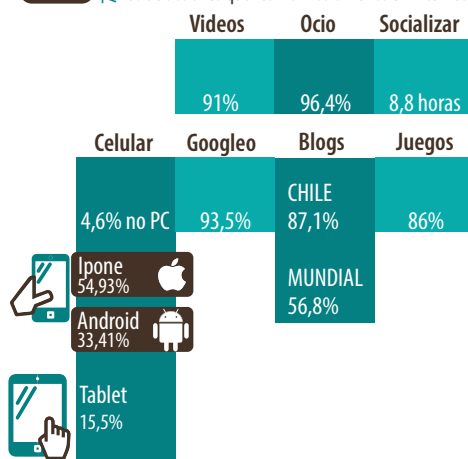


Crecimiento de nuestro país en los usuarios más jóvenes (15 y 24 años) ampliando sus posibilidades educacionales y de empleabilidad

Población de chilenos online Mayo 2012



% de acciones que realizan los chilenos en internet



<http://www.queveo.cl/2012/07/26/asi-navegan-los-chilenos-conectados-a-internet/>

Chile es el tercer país del mundo que más dedica horas a las redes sociales



% de usuarios con cuenta facebook



% de usuarios con cuenta twitter



<http://diario.latercera.com/>

Es fundamental entonces contemplar para el desarrollo de la idea proyectual las plataformas con las que se familiarizan los usuarios a los que ira destinado nuestro proyecto, para generar así de manera efectiva y eficiente la difusión y comunicación del proyecto.



Datos generales

Ubicación: <http://www.ciudaddevalparaiso.cl/>
Tipo de información: general de la ciudad.

Datos específicos

Comunicación visual:

Se presenta como una guía, utilizando una diagramación sencilla y limpia.

Información:

Guía que informa acerca de la ciudad, entregando información relevante de la ciudad, en cuanto a la bohemia actual de la ciudad, falta actualización de los datos.



Datos generales

Ubicación: <http://www.pubs.cl/v-region-valparaiso/>
Tipo de información: Todo Chile

Datos específicos

Comunicación visual:

Se presenta como un lugar sin identificación territorial, y utilización de colores muy contrastantes.

Información:

Información no actualizada de la ciudad, la página es un catálogo de todo Chile.



Datos generales

Dirección: <http://www.rutavalparaiso.cl/>
Tipo de página: información general de la ciudad

Datos específicos

Comunicación visual:

Es una página con muchos elementos gráficos sin aporte esencial, diagramación no jerarquizada

Información:

Muestra en general información de la ciudad.

Difusión Actividad bohemia Valparaíso

La difusión hoy del recorrido bohemio en la ciudad no está actualizado, podemos ver en el siguiente análisis que la información no es fiel a la realidad y no informa debidamente de la actividad nocturna de la ciudad.

Conclusiones análisis páginas de internet

Primeramente se observa que las páginas relacionadas a la actividad nocturna de la ciudad poseen carencias en la manera de mostrar la información, sumado a la poca actualización que se genera acerca de los bares y pub de la ciudad.

Tenemos dos maneras de verlo, gráficamente, el cómo comunicamos la información al usuario joven para incentivarlo a participar de la vida bohemia de la ciudad, y por otro lado se observa que es un método viable para comunicar pero **no es el único existente**.



Usuario

Adultos jóvenes

Usuario / Consumidor

18 a 45 años app



Los cuales se interesan por la actividad de recreación nocturna de la ciudad de Valparaíso.

"Hipster es una palabra inglesa que se utiliza para describir a un grupo de personas con un estilo propio y que por lo general inventan una moda, estableciendo nuevas tendencias alternativas. Es una subcultura asociada con la música independiente, con una sensibilidad variada arraigada en una moda alejada de las corrientes culturales predominantes, y cercana a estilos de vida alternativos.

El término deriva de "hip", un adjetivo inglés usado desde la década de 1940 con el sentido de "fresco" o "innovador", en referencia a los jóvenes blancos y ricos que imitaban el estilo de los negros del Jazz.

En la década de 2000, la palabra llegó a clasificar a un grupo de personas de edades comprendidas entre 15 y 25 años, por lo general de clase media, que combina prendas de ropa de estilo moderno y vintage, componiendo un look original.

Tipos de clientes

Habitante

Habita el lugar de manera permanente o la mayor parte del año. Residentes y universitarios

Transitorio

Habita el territorio por ocasiones festivas. Turistas, ya sean nacionales o internacionales.

Para crear el estilo extravagante, los hipsters rescataron algunos accesorios antiguos como sombreros de ala y gafas de sol al estilo wayfarer.

A los hipsters les encanta escuchar Tom Waitts, Bob Dylan y bandas de rock alternativo. Tienen preferencia por las películas antiguas y les encanta ir a las ferias de ropa y otros objetos de segunda mano, galerías de arte y museos.

Luchan en contra de las convenciones sociales, tienen antipatía por la cultura comercial predominante y tratan de rescatar a las culturas populares locales".

Información extraída de: <http://www.significados.info/hipster/>

Indumentaria



Redes sociales



Este usuario clasifica como **consumidor de cultura**, por lo que para poder poner en valor el patrimonio bohemio intangible, tomamos en cuenta el factor cultura como una arista importante a la hora de desarrollar el proyecto, por lo cual el perfil de usuario parece ser el adecuado consumidor para poder mostrar el relato bohemio.



Decisiones de diseño

Culminada la etapa del origen del proyecto, es que se toman las primeras decisiones de diseño, donde se comienzan a plantear diferentes soluciones a la oportunidad detectada.



Planteamiento posibles soluciones

Decisiones de diseño

La primera idea de solución es generar una página web, dentro de la cual se combinaría información actualizada del recorrido bohemio, junto con ilustraciones y cortos acerca de las experiencias bohemias. Esta idea si bien es una idea viable para generar una propuesta, se considera que es una propuesta con poca innovación dentro de la misma, en donde se perdería el punto esencial del proyecto que es **poner en valor el patrimonio bohemio intangible**, con esta idea de proyecto se toma en cuenta la bohemia, pero al ser de la actualidad se dejan de lado los relatos bohemios. Por lo que derivamos a generar un producto que rescate el relato bohemio generando una propuesta más específica, siempre sumando la **ilustración y creación de personajes** como eje central, para poder transmitir el patrimonio bohemio intangible de la ciudad.

La primera decisión tomada es generar una **traducción visual del patrimonio bohemio intangible** por lo que se plantea entonces, generar cortos animados, a través de crear un lenguaje extraído desde la bohemia, el cual se extrae desde la arquitectura de la ciudad como de las fotografías y memorias de las

personas que vivieron estas épocas, esta idea es descartada, debido a que sintetiza mucha información en una sola visualización, y como en la medida que avanza la investigación, nos damos cuenta que no es una la bohemia de la ciudad, si no que se manifiesta a lo largo de toda su evolución, llegando hasta la actualidad en donde existe otra forma de vivir el carrete nocturno.

Pensando entonces que se desea generar un lenguaje visual y una traducción del patrimonio bohemio intangible, que rescate la actividad nocturna de la ciudad, desde los inicios hasta la actualidad es que se plantea como producto una **SERIE ANIMADA**, con lo cual se generara un **código visual y una interpretación del patrimonio bohemio intangible**, extraída esta desde la observación del entorno que rodea a la Aduana, sector bohemio tradicional de la ciudad y el análisis e interpretación fotográfico.

Ya está definida el área de desarrollo del proyecto, por lo cual podemos decir entonces cuales son las bases para el desarrollo del proyecto.

Capítulo 2



Conocimientos *~* DESARROLLO PROYECTO

Diseño. Animación. Ilustración. Definiciones



Resumen.

El presente capítulo muestra los conocimientos considerados esenciales para su desarrollo, dentro de los cuales se consideran, el diseño, la animación y la ilustración, sumado a definiciones específicas, para un mejor entendimiento del proyecto.



Diseño



Visión de diseño

Diseño es generar una solución creativa y productiva a cualquier tipo de demanda.

"Si un diseño no se siente bien en el corazón, lo que dice el cerebro no importa". April Greiman

El diseño

"La palabra en el sentido etimológico. Viene del latín signa, plural de signum, que quiere decir, "señal, marca, insignia" y aparece la palabra diseñar en nuestro idioma en 1535, del italiano disegnar "dibujar" y del latín designare, "marcar, designar". La palabra diseño aparece unos años después en 1580".
<http://www.dtic.upf.edu/~rramirez/Arponce/LaPalabraDiseno.pdf>

"El diseñador no es ingeniero. Su proceso de trabajo es menos científico y más intuitivo. En ello, precisamente, reside gran parte de su éxito. Se mueve entre lo humanístico y lo tecnológico, lo artístico y lo técnico, la sociología y el marketing. El diseño es una actividad multidisciplinar y el diseñador un

generalista que maneja conocimientos de muchas áreas muy distintas. Su trabajo, y por tanto los resultados del mismo, está influido por su cultura, su creatividad, las tendencias estéticas y, por qué no, las ideológicas". Nacho Lavernia / Manuel Lecuona: Gestión del Diseño, en El valor del Diseño, Gráfico e Industrial. ADCV, 2000.

Diseño es generar una solución creativa y productiva a cualquier tipo de demanda, la cual puede tener carácter técnico tecnológico, visual estético o funcional productivo, cualquiera de estas aristas son parte del generar un pensamiento de diseño para el diseñador. Diseñar no es solamente generar un producto, sino que es una herramienta compleja y versátil de producción, la cual radica en un producto o servicio, en donde el proceso de diseño es el que marca la diferencia.

Para solucionar un problema, necesidad u oportunidad es necesario tener los conocimientos para poder generar dicho producto o servicio, si no posee los conocimientos los adquiere y sumado a la esencia del diseñador generan un producto único e innovador, por lo que considero que el diseño tiene 50% de creatividad sumado a un 50% de pensamiento lógico racional.

Para generar un diseño debemos antes que todo observar, analizar el tema, investigar y a través de

la interpretación del diseñador se puede generar un producto único, de esta manera se genera una observación profunda de todos los aspectos de están presentes en el proyecto a realizar.

El trabajo del diseñador no es solitario, es necesario el trabajo multidisciplinario, con lo cual se generan proyectos más complejos y completos.



Diseño gráfico



“El diseño gráfico es la más universal de todas las artes. Nos envuelve comunicando, decorando o identificando: aporta significados y trasfondo a nuestro entorno vital”. Newark Quentin ¿Qué es el diseño gráfico? manual de diseño. (Pág. 6)

William Addison Dwiggins en 1922 escribió: *“cuando te enfrentes a las posibles composiciones con los distintos materiales (layout), olvida el arte y utiliza el sentido común desde el primer momento. El deber básico de cualquier diseñador que trabaje con el papel es conseguir una presentación clara del mensaje: resaltar los enunciados importantes y colocar los elementos secundarios de forma que no sean desestimados por el lector. Ello requiere un ejercicio del sentido común y una capacidad de análisis más que unas habilidades artísticas”.* Si bien concuerdo con lo planteado por Dwiggins, considero que el diseño gráfico es un lenguaje y cada trabajo muestra de una manera única el mensaje a transmitir, para que este sea entendido por el usuario al que va dirigido.

“En último término, el diseño gráfico negocia con el espectador-usuario; y, puesto que el objetivo del diseñador es persuadir, o como mínimo comunicar, se deduce que los asuntos a los que se enfrenta el diseñador tienen dos caras: anticiparse a las reacciones del espectador-usuario y satisfacer sus propias necesidades estéticas”. Paul Rand

“El instinto básico de un diseñador es simplificar y clarificar” Newark Quentin ¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño. (Pág. 14)

“El Producto, la empresa o el evento deben ser fácilmente reconocibles y únicos, identificarse como singulares entre miles distintos. El diseñador quiere que su trabajo se destaque, no solo respecto al trabajo de otros y otras, sino también respecto al suyo”. Newark Quentin ¿Qué es el diseño gráfico?: manual de diseño. (Pág. 14)

Es difícil separar las piezas gráficas del arte, no porque los artistas consideren que el diseño es arte, ni los diseñadores consideren que el arte es diseño, si no que el producto generado es una obra única e irrepetible.

Para comunicar son necesarias las herramientas del diseñador, las cuales abarcan desde la tipografía, la composición, la jerarquización de información, diagramación, entre otras.

Tipografía: “Definimos la tipografía como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras”. <http://www.fotonostra.com/grafico/tipografia.htm>

Retícula: “Antes de empezar a maquetas, en primer lugar debemos definir el documento. Para definir un documento, lo primero que debemos hacer es definir el área sobre la cual se desarrollará el trabajo (el papel), existen dos características muy importantes sobre el papel: la primera es el tamaño y la segunda la orientación. Este puede ser horizontal o vertical y el tamaño puede cambiar entre diversas medidas. Para maquetas los documentos, los profesionales usan dos herramientas, muy útiles para ellos: el programa QuarkXpress y Adobe InDesign.

La retícula compositiva: Todos los trabajos de maquetación, deben llevar una guía a través de una estructura estudiada y de tamaños fijos. Para ello usamos, la retícula compositiva, que consiste en una guía en los elementos de la maquetación en papel, con la finalidad de conseguir, un orden y estética. La retícula compositiva, se puede definir como una plantilla, muy útil, cuando necesitamos componer un documento con muchas páginas, que tenga un orden, que sea claro y legible. El dilema de un diseñador de editorial se encuentra en cómo encontrar el equilibrio entre el orden que impone la estructura reticular, y la necesidad de evitar la monotonía e inyectar una cierta dosis de creatividad a la maquetación. Una retícula impone orden, uniformidad y coherencia. Una página con retícula transmite estructura y una cierta mecánica, frente a algo desordenado, desestructurado o caótico”. <http://www.fotonostra.com/grafico/reticulacompositiva.htm>



Jerarquía: la Real academia Española define jerarquía de la siguiente manera.
(De jerarquía).

1. f. Gradación de personas, valores o dignidades.
2. f. jerarca.
3. f. Orden entre los diversos coros de los ángeles.

En diseño entendemos la jerarquía como parte de la organización y prioridades dentro del producto de diseño a realizar.

Imágenes: “Una imagen (del latín imago) es una representación visual, que manifiesta la apariencia visual de un objeto real o imaginario. Aunque el término suele entenderse como sinónimo de representación visual, también se aplica como extensión para otros tipos de percepción, como imágenes auditivas, olfativas, táctiles, sinestésicas, etcétera. Las imágenes que la persona no sabe y vive interiormente son denominadas imágenes mentales, mientras que se designan como imágenes creadas (o bien como imágenes reproducidas, según el caso) las que representan visualmente un objeto mediante técnicas diferentes: dibujo, diseño, pintura, fotografía o vídeo, entre otras”. <http://es.wikipedia.org/wiki/Imagen>

Comunicación visual

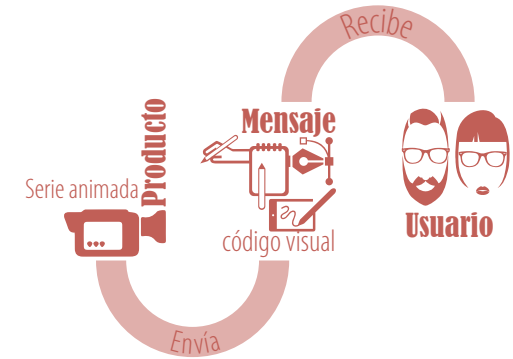
El ojo del diseñador analiza y plantea.

“Todo pintor, todo diseñador, todo el que se interese por la comunicación visual por medio del diseño, se preocupa por sensibilizar este signo vulgar, común, y asume una personalidad propia”. Bruno Munari Diseño y comunicación visual contribución a una metodología didáctica. (Pág.39)

El cómo comunicamos está presente en todo aquello que vemos y comunicamos al exterior, es decir, todos tenemos una forma de comunicación visual particular, cada quien posee una forma particular de ser, mover, hablar y mostrarse, lo cual se puede traducir en un lenguaje y es en el lenguaje cuando mostramos diferentes signos traducibles y legibles al espectador.

“Conocer la comunicación visual es como aprender una lengua, una lengua hecha solamente de imágenes que tiene el mismo significado para personas de cualquier nación, y por tanto cualquier lengua. El lenguaje visual es un lenguaje, quizás más limitado que el hablado, pero sin duda más directo”.
Bruno Munari Diseño y comunicación visual contribución a una metodología didáctica.(Pág.75)

Comunicación aplicando el proyecto



En términos generales todo comunica, está en nosotros la traducción que generamos una vez visto el estímulo, digo esto ya que el proyecto pretende comunicar el patrimonio bohemio intangible, y es muy importante que logremos comunicar un mensaje traducible pro nuestros usuarios.



Diseño multimedia



El diseño multimedia se genera a través de la suma de diversos elementos que se unen para generar un producto.

Según la Real Academia Española multimedia es:

(Del ingl. multimedia).

1. adj. Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información.

“El término multimedia se utiliza para referirse a cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión (físicos o digitales) para presentar o comunicar información. De allí la expresión “multimedios”. Los medios pueden ser variados, desde texto e imágenes, hasta animación, sonido, video, etc” <http://disenomultimediaiyfotografia.blogspot.com/p/defi.html>

“El diseño multimedia combina los distintos soportes de la comunicación —el texto, el sonido, la imagen, la fotografía,

la animación gráfica y el video— de una forma interactiva, creando un vínculo participativo con el usuario” http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/diseño_multimedia_1.pdf

El diseño multimedia se desarrolló lentamente desde que el hombre comienza a vincular diversos medios para producir una obra visual, podemos mencionar aquí entonces el cinematógrafo, donde los hermanos Lumière, generan un producto que genera gran impacto en el público, otro importante visionario del desarrollo multiemdia seria George Méliès, el que genero obras utilizando diversos recursos para generar una ilusión en la pantalla, ya evolucionando pasamos del silencio al cine sonoro, luego al color y bueno hoy podemos ver cómo han evolucionado las tecnologías, el cine ya no solamente es un apantalla, existen formatos gigantes y películas 3d, tomando en cuenta que el cine, los dibujos animados, los programas de pc que conocemos como Word han evolucionado y es debido a que se han ido fusionando, podríamos decir entonces que el diseño multimedial si bien sus orígenes tuvieron un lento comienzo, en la actualidad, los avances digitales en el mundo, es que se han unido diversas maneras de comunicar y han generado esta nueva forma, con lo cual podemos generar diferentes productos multimediales.

Dentro de los productos que se generan de manera multiemdia está la animación, la cual gracias a los me-

dios digitales, ha podido perfeccionarse y evolucionar. Mencione esto debido a que la orientación del proyecto apunta al desarrollo de una propuesta de carácter animado, donde es importante tener conocimientos referidos al tema.



Animación



Dentro de los productos que se generan de manera multiemdia está la animación, la cual gracias a los medios digitales, ha podido perfeccionarse y evolucionar.

La animación

Definición, técnicas y estilos de animación.

La animación es una simulación de movimiento producida mediante imágenes que se crearon una por una; al proyectarse sucesivamente estas imágenes (llamados cuadros) se produce una ilusión de movimiento, pero el movimiento representado no existió en la realidad. Se basa en la ilusión de movimiento.

La animación pertenece al entorno del cine y la televisión aunque guarda una estrecha relación con todo tipo de artes visuales tales como el dibujo, pintura, fotografía y escultura.

Proceso de creación de una animación

Debemos tener claridad de que es lo que se desea transmitir, es decir debemos tener clara la idea o concepto a plasmar dentro de la animación, posterior a eso debemos generar un guion, este puede ser literario, donde nos hacemos una idea mas concreta de que es lo que sucede en la historia, junto con ello debemos generar un story board.

Story board

Herramienta utilizada para generar las escenas del producto que se desea generar (video, películas u otro), el cual es generado a mano alzada a modo de bosquejo, escena por escena, en donde se le da una idea general al equipo de trabajo.

“El storyboard facilita y permite al equipo de animación planificar la acción de los personajes, ubicados según la composición que está señalada en esta pieza de antemano. También asisten a todo el equipo que participa de la filmación, como los artistas que pintan los fondos, quienes resuelven qué pintar y en dónde dejar espacios para que se sitúen los personajes” http://es.wikipedia.org/wiki/Dibujo_animado.

Posterior a la creación de un story board procede-

mos a la creación de un **animatic**, el cual es una *“previzualización se realiza antes de que el verdadero proceso de rodaje comience”*. http://es.wikipedia.org/wiki/Dibujo_animado

Con el animatic aclaramos las escenas y dejamos pre visualizada nuestra obra, yo diría que es un story board animado que nos ayuda a visualizar, ya de manera animada, como será nuestro producto.

Una vez aceptado el animatic se procede al **Diseño y timing**, con lo cual se procede a la **creación de los personajes**, generando las vistas y poses de cada uno para comprender su manera de animación, también se crean los perfiles de cada uno de ellos, estos perfiles contemplan tres aristas del personaje, debemos conocer bien a nuestros personajes para saber cómo actuaran dentro de la historia, por lo que generamos un perfil físico, un perfil psicológico y un perfil sociológico, con lo cual tenemos una idea general de su forma, gustos y preferencias. Sumado a los personajes está la creación de los escenarios que se utilizarán en las diferentes escenas.

Terminado este proceso es que pasamos al layout, donde los artistas del layout comienzan a visualizar las escenas en movimiento, viendo la utilización de



la luz las ubicaciones de las mismas y también de las cámaras, “los artistas de layout de personajes determinan las principales poses que tendrán los personajes en cada escena, y de cada una harán un dibujo”. http://es.wikipedia.org/wiki/Dibujo_animado

Terminados todos los procesos anteriores pasamos a la animación en donde comienza el proceso de adaptación de cada escena de manera perfecta para que esta sincronizada con el sonido. Se genera un ciclo el cual comienza con el director de animación, luego llegando a los animadores y volviendo al director para generar las piezas finales de la animación.

Utilización de la animación en la actualidad

Como todos podemos habernos dado cuenta, en la televisión cada vez se ven más publicidades que en vez de contratar actores para mostrar sus productos utilizan este medio audiovisual, la animación.

La animación llegó para quedarse en la publicidad, empezó como todos sabemos con Walt Disney y la primera película animada fue “Blanca Nieves y los siete enanitos” en el año 1937, desde allí y hasta la fecha hemos podido ver una evolución lenta de las películas animadas, pero en la actualidad, con la tecnología y los nuevos software que existen, la animación digital se introdujo en el mercado y no pretende salir de él.

Nuestro país no está fuera de esta evolución tecnológica que envuelve la animación, podemos observar que existen ramos en las áreas de diseño que contemplan la animación, como también existen en la actualidad carreras de animación 2D y 3D, debido a que es un mercado que ve un buen ingreso, tanto para generar animaciones para películas, comerciales, animación de logos, animaciones para páginas web, etc.





Crear animación es un trabajo largo, complejo e intensivo y debido a ello se forman estudios a través de los cuales se llevan a cabo todo tipo de trabajos.

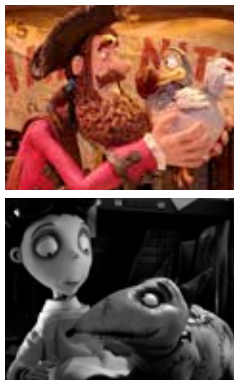
Existen gran variedad de técnicas y estilos de animación de entre los cuales mencionaremos los siguientes

1. Los dibujos animados, también llamados animación tradicional, estos se crean dibujando cada cuadro. Al principio se pintaba cada cuadro y luego era filmado, este proceso se aceleró al aparecer la animación por celdas.



<http://gahfetrabajos.blogspot.com/2010/06/historia.html>

2. Stop motion, animación de objetos, muñecos, marionetas, figuras de plastilina u otros materiales así como maquetas o modelos a escala. Se utiliza la grabación "fotograma a fotograma" o "cuadro a cuadro".



<http://www.denofgeek.com>

3. Pixelación, es una variante del stop-motion, en la que los objetos animados son auténticos objetos comunes (no modelos ni maquetas), e incluso personas. Es ampliamente utilizada en los video-clips.



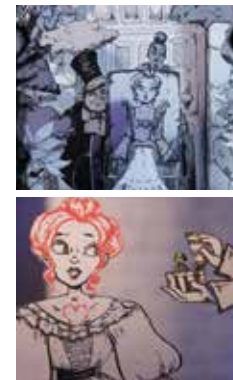
<http://www.ufunk.net/en/videos/the-me-bird/>

4. Rotoscopia, se basa en dibujar directamente sobre la referencia, que pueden ser los cuadros de la filmación de una persona real.



<http://www.efectohd.com/2008/01/el-arte-de-la-rotoscopia-un-poco-de.html>

5. Animación de recortes. Los cuerpos de los personajes se construyen con los recortes de sus partes. Moviendo y reemplazando las partes se obtienen diversas poses, y así se da vida al personaje.



<http://laughingsquid.com/i-have-you-heart>

6. Sistema inercial, sistema de captación de movimiento humano. Este sistema está basado en los "tracker" 3D MTx de Xsens. La tecnología permite utilizarse en animación, entrenamiento, investigación y desarrollo biomecánico y otras áreas.



<http://sabria.tic.udc.es/gc/Contenidos%20adicionales/trabajos/Peliculas/Mocap/tecnol.htm>



Ilustración



1. Acción de ilustrar.

2. Dibujo, fotografía o lámina que se coloca en una publicación o impreso para hacerlo más atractivo a la vista o explicar y ampliar su contenido.

3. Explicación de una idea o un concepto por medio de ejemplos, dibujos, gráficos u otra información complementaria. <http://es.thefreedictionary.com/ilustracion>

Una ilustración es una representación de un texto o situaciones, traducido en **códigos gráficos**, representan y dan cuenta al observador de una realidad a través de dibujos, colores y formas generando un lenguaje propio para relatar.

La superficie de realización no está establecida, si no que la **ilustración o relato ilustrado** puede estar en cualquier tipo de soporte, por lo genera la ilustración es utilizada en los libros dirigidos a los niños, donde encontramos ilustraciones para comunicar hechos del relato que se esté leyendo.

La ilustración aplicada al proyecto la utilizaremos como la capacidad de **creación de personajes**, en su composición, color y morfología, los conocimientos de ilustración nos ayudaran a generar un personaje gráficamente más completo.

Tipos de ilustraciones

Manual



Ilustración de: Nicolle Gómez Sepúlveda

Vectorial



<http://www.pinterest.com/pin/216313588322257666/>

Mural



<http://www.usandizaga.com>

Ilustradores de la ciudad de Valparaíso

Loro Coirón



<http://plogaleria.blogspot.com/2011/04/destacado-de-la-semana-loro-coiron.html>

Lukas



<http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-82204.html>

Pato Gonzales



<http://www.fotolog.com/laratacomica/37816324/>

Allan Browne



<http://postalespatrimoniales.blogspot.com/>



Definiciones



Poner en valor el patrimonio bohemio intangible de la ciudad de Valparaíso.

Para profundizar acerca de la idea es necesario que entendamos primeramente que es el patrimonio intangible y necesariamente debemos entender la bohemia de la ciudad de Valparaíso.

Patrimonio intangible

Según el diccionario de la Real Academia Española, patrimonio es:

(Del lat. patrimonĭum).

- 1.m. Hacienda que alguien ha heredado de sus ascendientes.
- 2.m. Conjunto de los bienes y derechos propios adquiridos por cualquier título.
- 3.m. patrimonialidad.
- 4.m. Der. Conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica.

Intangible.
(De in-2 y tangible).

1.adj. Que no debe o no puede tocarse.

Tenemos diferentes tipos de patrimonios, los cuales se definen de la siguiente manera:

***“Patrimonio Natural:** El patrimonio natural está constituido por la variedad de paisajes que conforman la flora y fauna de un territorio. La UNESCO lo define como aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental. El patrimonio natural lo constituyen las reservas de la biosfera, los monumentos naturales, las reservas y parques nacionales, y los santuarios de la naturaleza.*

***Patrimonio Cultural:** El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras. El Patrimonio Cultural se divide en dos tipos, Tangible e Intangible. El patrimonio tangible es la expresión de las culturas a través de grandes realizaciones materiales. A su vez, el patrimonio tangible se puede clasificar en **Mueble e Inmueble**.*

***Patrimonio Tangible Mueble:** El patrimonio tangible mueble comprende los objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país. Entre ellos cabe mencionar las obras de arte, libros manuscritos, documentos, artefactos históricos, grabaciones, fotografías, películas, documentos audiovisuales, artesanías y otros objetos de carácter arqueológico, histórico, científico y artístico. Se estima que en Chile existen más de dos millones de objetos o piezas museables, los que se encuentran principalmente en museos, archivos y bibliotecas del Estado.*

***Patrimonio Tangible Inmueble:** El patrimonio tangible inmueble está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Estos bienes culturales inmuebles son obras o producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (por ejemplo, un sitio arqueológico). La identificación del patrimonio arquitectónico y urbano de Chile ha sido realizada, en gran parte, por estudios universitarios. Sólo una parte de él goza de protección legal, mediante la aplicación de la legislación de Monumentos Nacionales (Decreto Ley No 651 de 1925, y Ley No 17.288 de 1970).*



Patrimonio Intangible: El patrimonio intangible está constituido por aquella parte invisible que reside en espíritu mismo de las culturas. El patrimonio cultural no se limita a las creaciones materiales. Existen sociedades que han concentrado su saber y sus técnicas, así como la memoria de sus antepasados, en la tradición oral. La noción de patrimonio intangible o inmaterial prácticamente coincide con la de cultura, entendida en sentido amplio como “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social” y que, “más allá de las artes y de las letras”, engloba los “modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. A esta definición hay que añadir lo que explica su naturaleza dinámica, la capacidad de transformación que la anima, y los intercambios interculturales en que participa.

El patrimonio intangible está constituido, entre otros elementos, por la poesía, los ritos, los modos de vida, la medicina tradicional, la religiosidad popular y las tecnologías tradicionales de nuestra tierra. Integran la cultura popular las diferentes lenguas, los modismos regionales y locales, la música y los instrumentos musicales tradicionales, las danzas religiosas y los bailes festivos, los trajes que identifican a cada región de Chile, la cocina chilena, los mitos y leyendas; las adivinanzas y canciones de cuna; los cantos de amor y villancicos; los dichos, juegos infantiles y creencias mágicas”. <http://www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm>

Según la Unesco el patrimonio cultural inmaterial es:

“Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo: el patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.

Integrador: podemos compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son parecidas a las de otros. Tanto si son de la aldea vecina como si provienen de una ciudad en las antípodas o han sido adaptadas por pueblos que han emigrado a otra región, todas forman parte del patrimonio cultural **inmaterial:** se han transmitido de generación en generación, han evolucionado en respuesta a su entorno y contribuyen a infundirnos un sentimiento de identidad y continuidad, creando un vínculo entre el pasado y el futuro a través del presente. El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.

Representativo: el patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.

Basado en la comunidad: el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio”. <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002>

Podemos decir entonces que el patrimonio intangible del que hablamos en nuestra idea está constituido por lo antes definido, tomando como eje central el relato de la vida bohemia de la ciudad rescatado tanto de la cultura, como del patrimonio mueble e inmueble, en conjunto con el patrimonio intangible, desde la vía oral, diarios, revistas, fotografías u otros, y también la arquitectura de la ciudad, principalmente la que encontramos en el sector de la aduana de la ciudad, en donde se considera que posee una gran carga histórica y patrimonial, por su tradición, ya que fue desde allí donde se comienza a desarrollar la ciudad de Valparaíso.



La bohemia en Valparaíso

Según la Real Academia Española bohemia es:

3. adj. Se dice de la vida que se aparta de las normas y convenciones sociales, principalmente la atribuida a los artistas. U. t. c. s. f.

Bohemio:

4. adj. Dicho de una persona: Que lleva este tipo de vida. U. t. c. s.

Para hablar de la bohemia en Valparaíso debemos comenzar a introducirnos en la ciudad, para hacernos una idea general para identificar cual es la identidad de la bohemia.

El territorio: Valparaíso, una bahía en forma de herradura con cerros que resguardan la bahía. El desarrollo de Valparaíso generó una extensión de su terreno hacia el mar para obtener mayor espacio en la costa para desarrollar la ciudad.

La Arquitectura: Valparaíso nace en el sector de la bahía de Quintil, desde donde evoluciona y desarrolla primero en los terrenos planos y posteriormente en los cerros de Valparaíso donde se desarrollan las casas más innovadoras tanto por su configuración como por su variedad de técnicas y elementos arquitectónicos, brindados por los inmigrantes que llegan a la ciudad y generan un mestizaje en la cultura local generando una arquitectura singular y particular.

El Habitante: el habitante de Valparaíso es un hombre que se adapta y adecua a todas las situaciones en las que vive, se

adapta al territorio, en el cual los sismos son protagonistas y las variaciones climáticas son evidentes, en habitante genera entonces ciudad, que a pesar de las adversidades la levantan una y otra vez dando evidencia del cómo se adapta a la situación y produce una particular manera de habitar.

La adaptación y apropiación del territorio provoca una reacción en los diferentes grupos etarios de la ciudad, por lo que tenemos diferentes agentes accionarios de identidad dentro de la ciudad, y dentro del conjunto de los habitantes, ya que son ellos quienes dan características específicas a la identidad de la ciudad.

En la ciudad de Valparaíso se generó una identidad mestiza, debido a la cantidad de influencias que llegaban a esta, ya que era el puerto principal del Pacífico, es que se inunda de inmigrantes los cuales buscando una oportunidad de vida llegan a la ciudad generando este mestizaje, el cual aporta a generar la identidad particular de la ciudad.



La vida bohemia

La vida en la ciudad de Valparaíso fue cambiando y viéndose vinculada a las distintas influencias extranjeras lo que generaba poco a poco una identidad propia en la ciudad, pero con la llegada de todas estas influencias y personajes se genera otro mundo dentro de la ciudad, un mundo nocturno, un mundo de fiestas, alcohol, prostitutas y al final generaban una vida muy diferente, tenemos una ciudad diurna que es próspera y se afirma socialmente y otra vida es la vida bohemia.

Tenemos dos tipos de actividades bohemias, por un lado tertulias sofisticadas de la alta sociedad y tertulias más sombrías, más de puerto. Las tertulias sofisticadas eran las realizadas en las casas de la gente más acomodada de la ciudad, y otra vida muy diferente la cual se daba en casas muy diferentes, las fiestas bohemias del puerto eran mucho más salvajes y mucho más carnales, llenos de bebidas cantos y mujeres los hombres del puerto podían disfrutar de la vida después del día. Fue un nicho poderoso, la cantidad de marinos que llegaban al puerto después de muchos meses en el mar eran propicios para generar las casas de tolerancia, *“la historia consigna que uno de los rincones cercanos a La Matriz y que adquirió fama de barrio alegre, fue el Cerro Arrayán, donde un marinero inglés, John Barry, veterano*



de Trafalgar, de las batallas de la Independencia y de las campañas de Lord Cochrane, convirtió su casa en un lugar de "canto y baile", para atender las demandas de sus colegas marinos y de algunos habitantes licenciosos de la ciudad. Corría el año de 1842". LA BOHEMIA COMO EXPRESION

DE LA SOCIABILIDAD PORTEÑA¹ Por Fernando Rivas Inostroza pag 2 *"Quienes participaban de esta vida alegre no era la clase alta o pudiente de Valparaíso, sino que gente del pueblo, operarios del puerto, cargadores y empleados o cesantes diversos, quienes iban en busca de un momento de entretenimiento y felicidad, como se ha dicho. La entretenimiento habitual en este ámbito la proporcionaban las chinganas, que eran espacios dedicados al canto, el baile y la bebida entre las clases bajas, aun cuando algunos personajes conspicuos como Diego Portales, el forjador de la República, fuera uno de sus habitúes".* LA BOHEMIA COMO EXPRESION DE LA SOCIABILIDAD PORTEÑA¹ Por Fernando Rivas Inostroza pag 2y3, podemos darnos cuenta que en la ciudad se adquirió esta forma de vida, en la actualidad la vida nocturna de Valparaíso es un mundo dentro del mundo de la ciudad, la realidad de Valparaíso es que la ciudad nunca duerme, en cualquier momento la ciudad está activa, a modo de experiencia personal, a los 19 años ingrese a la Universidad, esto me introdujo a un mundo nuevo el ver que la ciudad estaba más viva que nunca en el horario nocturno me hizo pensar que era una ciudad única y particular, si bien en otras ciudades también existe la vida bohemia

y nocturna, en Valparaíso puedes encontrar una gran diversidad de ambientes dentro de la ciudad, lugares más recomendados que otros, lo cual lleva a pensar ¿Cómo habrá sido en la antigüedad la ciudad en su vida nocturna? Y es aquí donde te das cuenta realmente de que Valparaíso posee una tradición antigua en el mundo bohemio, es muy particular de la ciudad, no has experimentado realmente la vida de la ciudad sin tener experiencias nocturnas en ella, la vida en la noche es muy impactante y llena de anécdotas tanto de lo que puedo aportar como espectador, como lo que ya se ha vivido desde que a la ciudad se transformó en el puerto principal del Pacífico.

"La bohemia nunca tuvo color político en el Barrio Puerto, pero de todas maneras las personas tenían miedo y hubo quienes se fueron para no volver más. Los bares y restaurantes cerraron poco a poco por la falta de clientes. Más aún durante la década de los ochenta, en que los turnos de los trabajadores portuarios se vieron reducidos y los barcos ya no recalaban por semanas sino apenas un par de días". <http://www.ciudaddevalparaiso.cl>.

Esto afectó claramente a la vida nocturna de la ciudad, sin embargo no existen fechas exactas de la vida bohemia según lo investigado, pero podemos decir que la actividad nocturna de la ciudad comienza en los años

40 en donde un piano, mujeres, vinos, chicha, cuecas, sensualidad y hombres deseosos de escapar del trabajo diurno, llegando a lo que es en la actualidad, un mundo oscuro pero a la vez lleno de color y alegría, lo que nos deja a pensar que Valparaíso no sería lo que es, sin el aporte bohemio en la ciudad.

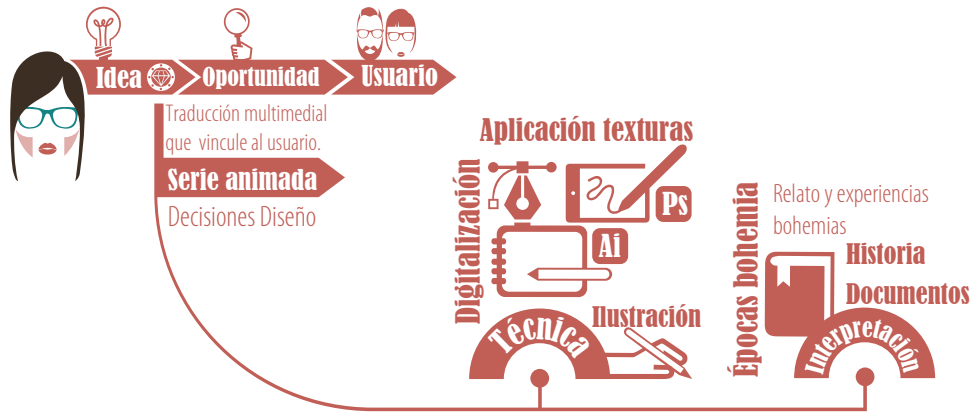
Los bares tradicionales que mantienen su esencia en la actualidad, son el bar Cinzano, ubicado en la plaza Anibal Pinto, otro bar a mencionar es el bar Ingles actualmente ubicado en calle Cochrane 851, y por último pero no menos importante bar La Playa, ubicado en calle Serrano 567.

Cada uno de estos bares tiene historias que entregarlos, de las cuales se pretende generar una reproducción de ellas tomando como referentes los bares que pareciera están detenidos en el tiempo.

La bohemia como la entenderemos en este proyecto dice de aquellas personas que viven al vida de manera diferente alejada de las normas pre establecidas por la sociedad y son libres de vivir y hacer lo que les plazca en el contexto nocturno, la noche les genera la libertad de acción limitada por la luz del día.



Decisiones de diseño



Decisiones de diseño asociadas a los conocimientos para el desarrollo del proyecto.

Por la parte técnica, se define que, los personajes son creados a partir de las ilustraciones, las cuales se traducen al lenguaje vectorial, al igual que los escenarios que se utilizaran para generar un producto animado.

Por la parte de conocimientos, vinculando la historia de Valparaíso y lo que entenderemos como patrimonio intangible, es que definimos que no es una época de la bohemia la que deberíamos transmitir, si no que considerando la evolución que esta tubo en el tiempo es que se decide mostrar la realidad bohemia de diferentes épocas, con lo cual se da mayor énfasis a la idea inicial del proyecto, la cual es poner en valor el patrimonio bohemio intangible de la ciudad de Valparaíso, generando un producto atractivo para el usuario.

Con respecto al relato

Se suman lo leído y lo escuchado que se han ido recaudando a lo largo de todo el proceso de título es que se pueden generar los relatos que se desean transmitir.

Por ejemplo un abuelo alemán (anónimo) quien es un marino, conto una vez que tuvo un amorío fallido, con quien él pensó, era una mina muy rica.

La historia va más o menos así: Fueron a una casa de niñas alegres junto con un amigo mueblista, luego de un buen rato de fiesta (música y tragos), El mueblista cuenta que su amigo desapareció junto

con la mujer de la vida más rica, después de un rato ve salir corriendo al marino alemán de la casa, correr a buscarlo y en camino ya a la casa del alemán este le cuenta que la mina, la más rica, realmente era un hombre.

Otra historia también de marinos, cuentan que había un hombre, el cual días antes había peleado con uno de los marinos, ellos esta vez fueron en patota, después de un par de tragos se prende el ambiente, y un pequeño rose gatilla una riña, salen del bar peleando, los marinos agarran un auto y viajan con el hombre hasta una playa, allí lo dejan

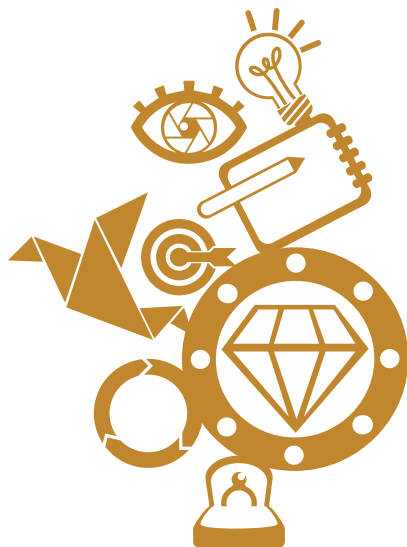
botado después de una gran paliza.

Otra anécdota, que cuenta como se relacionaban las personas en la bohemia, había un profesor, para que vamos a decir que era de diseño, el cual después del día universitario invita a un grupo de alumnos a la aduana, allí en un bar (anónimo) habían unas niñas, a una de estas niñas el profesor le decía mi querida, era su querida, el profesor relata que las queridas tenían desde uno a cinco hombres a los cuales ellas "pertenecían" por el rato de la fiesta, esto era allá por los años cuarenta o cincuenta. Tenemos datos, donde se

menciona por ejemplo, que durante la época del toque de queda, existían las fiestas de "toque a toque", también por ejemplo se dice que las niñas alegres de la noche se veían por las ventanas de las calles de la aduana, también cerca de la matriz había una fosa, donde los cadáveres que dejaban las noches de juerga terminaban.

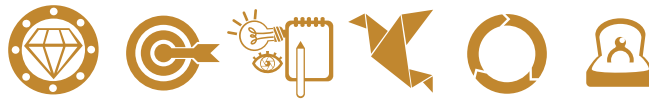
Y así tenemos historias de las cuales extraeremos la esencia para ser mostrada en la serie animada, junto con contextualizar más o menos la época de origen.

Capítulo 3



Proyecto de DISEÑO

Concepto.Forma.SistemaProducto.Canvas



❧.Resumen.❧

El siguiente capítulo muestra el proceso de diseño, desde la conceptualización, la propuesta y desarrollo formal, junto con la articulación de la idea como proyecto generando un sistema producto y un modelo de negocios.



Proyecto de Título



Tema proyecto de Título 2014

Rescate del relato de la bohemia en la ciudad de Valparaíso, a través de una traducción grafica multimedial participativa.

Resumen del proyecto

Proyecto enmarcado en la ciudad de Valparaíso, generando un rescate del relato de la herencia bohemia del territorio, traspasándolo a un lenguaje multimedial, que pretende rescatar, resaltar y poner en valor el patrimonio bohemio intangible de la ciudad.

Resumen fundamentos del proyecto

El proyecto se presenta como una **OPORTUNIDAD** de potenciar a la ciudad desde la arista de la herencia bohemia, tomando en cuenta que es una de las actividades turísticas más importantes de la ciudad.

El proyecto, aliado al plan para el Desarrollo Turístico de la Región de Valparaíso ,muestra iniciativas con las cuales se vincula el proyecto.

"No descansaremos hasta generar los canales suficientes que permitan a todos los habitantes de la región de Valparaíso acceder a la creación artística y cultural como también al reconocimiento y valorización de su patrimonio cultural". pág. 11



Objetivos



Objetivo general

Mostrar, vincular y hacer partícipe al usuario de la herencia bohemia de la ciudad de Valparaíso.

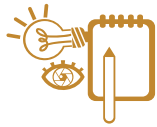
Objetivos específicos

- a.** Conocer el relato bohemio de la ciudad de Valparaíso.
- b.** Comunicar el relato bohemio de la ciudad a través de una herramienta visual.

Los objetivos se plantean para tener una claridad y no perder de vista el horizonte a donde queremos llegar, por lo que es importante que los tengamos presentes durante toda la etapa de desarrollo proyectual, para así enfocar cada tarea hacia nuestro objetivo general.



Propuesta conceptual



Concepto

El concepto nace desde el observar la ciudad de Valparaíso al término del día, envueltos entre los tonos naranjos del horizonte cuando la noche comienza a abrazar las calles de la ciudad, donde se produce un cambio de escenario y la ciudad se transforma y comienza la actividad nocturna.

Centrados en el sector puerto mi percepción del espacio es un traslado temporal, dotado de magia en el ambiente, dada por la arquitectura, la iluminación y las calles de adoquines.

Sumado a esta magia en el ambiente, ingresar a los bares de la ciudad es otro momento mágico, en el cual la tenue luz con la que iluminan el espacio junto con la saturada decoración, en la cual puedes perderte observando, donde cada detalle tiene una historia y cada elemento es un viaje al pasado.

En la primera lluvia de ideas, surgen desde la percepción lumínica del entorno, con la cual podría decir que se generan niveles de esta percepción, tanto en el entorno externo, en el recorrido por el plan de la ciudad, como en el interior de los bares tradicionales, también se asocian tanto fuera como en el interior de los bares la saturación del espacio.

En el entorno encontramos los edificios antiguos con detalles de infinita paciencia, y en los bares encontramos una cantidad de elementos que saturan el ambiente que pareciera que el espacio se cierra sin dejar vacíos.

En resumen se generan un traslado temporal brindado por la arquitectura del entorno sumado a la saturación de elementos lo que nos lleva al concepto.

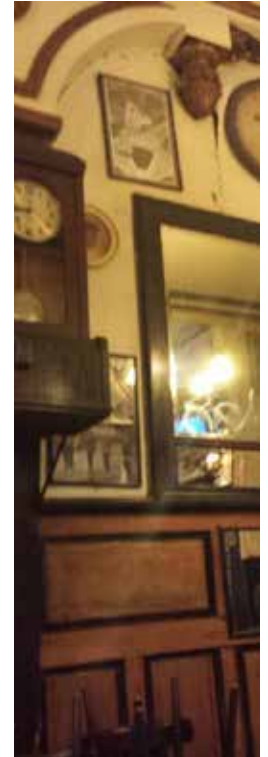
Racconto del relato de la bohemia a través de una visualización emotiva.

Entenderemos el racconto como el viaje al pasado el traslado temporal que se genera en el relato de la bohemia.

Y entenderemos como visualización emotiva como hacer visible el traslado temporal a través de las emociones producidas por los elementos del entorno.



Observaciones





Observaciones





Evolución imagen visual



La idea inicial propone como icono a un **submarino**, el cual pretende comunicar el sumergirnos en la bohemia, esta idea es planteada durante el proceso de desarrollo en el taller de título 571.

La imagen visual es compleja y de difícil lectura, debido a que combina muchos elementos, por lo que se decide eliminar el icono del submarino y conservar su esencia, **la ventana**, la cual simboliza una mirada hacia un lugar (presente o pasado). Definiendo así que esencialmente necesitamos la ventana circular para representar el proyecto.

Junto con el cambio desde el submarino a la ventana, es que se decide cambiar el nombre, concluyendo entonces que el proyecto se comunica de mejor manera si nos referimos a **HUELLA BOHEMIA**.

Definiciones según la Real Academia Española:

Huella

5. f. Rastro, seña, vestigio que deja alguien o algo. U. m. en pl. No quedaron ni huellas del desastre.

Bohemia

3. adj. Se dice de la vida que se aparta de las normas y convenciones sociales, principalmente la atribuida a los artistas. U. t. c. s. f.

Se entiende entonces que con el logotipo queremos expresar el fin último del proyecto el cual es mostrar las huellas (patrimonio intangible) de la bohemia.

Para dar mayor énfasis a la imagen visual y centrarnos en la ciudad de Valparaíso, es que se incorpora un icono de diamante, el cual representa a **La Joya del Pacífico**, nombre popular con el cual es conocido el puerto de Valparaíso, tomando en cuenta que es un dicho popular y reconocible se incorpora generando un icono compuesto.

El icono pretende entonces generar una visualización a través de **La Joya del Pacífico**, esto sumado al logotipo **HUELLA BOHEMIA**, nos dicen que el proyecto mostrara a La Joya del Pacífico desde el patrimonio bohemio intangible de la ciudad.





Imagen visual



Grilla



La elección de la tipografía es extraída desde la calle de la bohemia, en la cual las tipografía utilizadas para los carteles de la calle eran, todas en mayúsculas y de fácil legibilidad, tomando esto como principio es que es elegida la tipografía del proyecto.

Positivo



Negativo



Tipografía

Bernard MT Condensed
 ABCDEFGHIJKMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnnopqrstuvwxyz

Color



R: 68 C: 51%
 G: 51 M: 60%
 B: 38 Y: 68%
 K: 68%

#: 443326



R: 9 C: 83%
 G: 128 M: 27%
 B: 131 Y: 45%
 K: 12%

#: 098083



R: 196 C: 18%
 G: 90 M: 73%
 B: 80 Y: 63%
 K: 7%

#: C45A50



R: 198 C: 19%
 G: 138 M: 46%
 B: 30 Y: 95%
 K: 8%

#: C68A1E



Propuesta formal



Propuesta formal

Niveles de percepción lumínica que ilustran la bohemia a través de una traducción multimedial.

El producto a generar es una serie animada la cual a través de la traducción multimedial pretende generar el racconto, gatillando una visualización emotiva del relato bohemio.

El producto

Resumen del argumento de la serie animada

La historia comienza cuando Martín decide ir a carretear al puerto de Valparaíso, llegando a este dada las historias entorno a él y queriendo conocer más de lo que algún día fue la bohemia del puerto es que se aventura a recorrer sus calles bajo el manto de la noche, pero una vez llegando a su destino un poderosa vaguada costera se apodera del entorno, dejando al caminante ante una bruma muy espesa, en la cual solo se visualiza una luz, la que lo guía hacia un viaje al pasado, llegando al bar memoria, donde se encuentra con personajes de diversas épocas, todos reunidos como por arte de magia en el bar, cada uno tiene una historia que aportar y Martín las descubrirá en la medida que va conociendo a cada personaje.

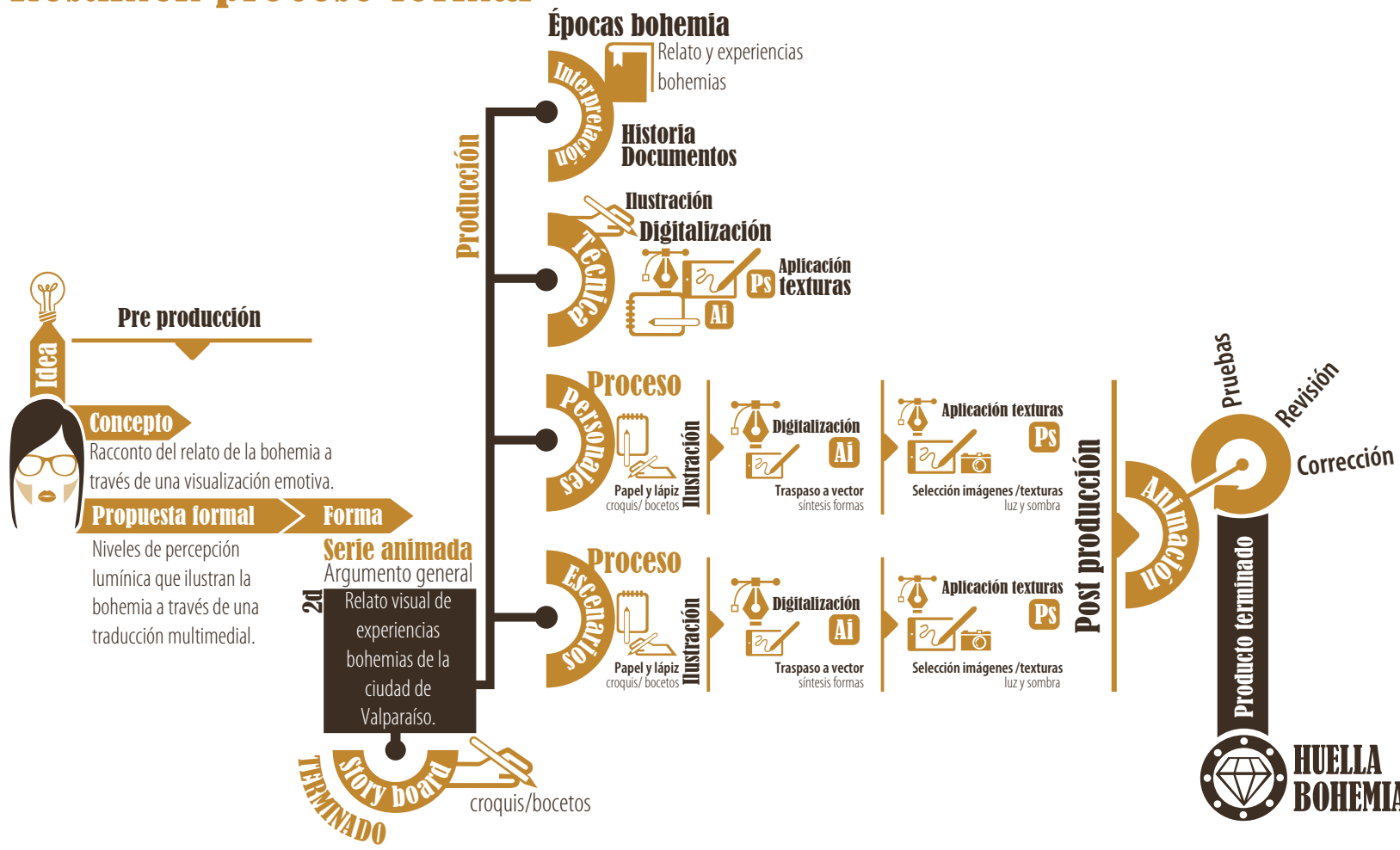
Cada capítulo de la huella bohemia mostrara una anécdota, estas estarán vinculadas por un **continuara** del capítulo anterior.

Por ejemplo, se encuentra Martín en el bar, y habla con nuestro capitán (interpretación traspasada al código gráfico), este le cuenta una anécdota, “Yo una vez estuve Personajes:...”y viaja hasta el lugar (traslado temporal), terminada su historia (traducida a animación) concluye este capítulo en donde inicio la conversación, en el siguiente capítulo, por ejemplo, casualmente entra en escena nuestro poeta (interpretación traspasada al código gráfico), quien con alguna excusa como: “me presta fósforos capitán”, entrando así en la conversación, en donde él relata una anécdota bohemia , generando así un racconto en cada capitulo, y con cada personaje.

De esta manera se genera un interés para captar la atención del espectador, quien no sabe con qué historias se puede encontrar en el bar memoria.



Resumen proceso formal





Story board



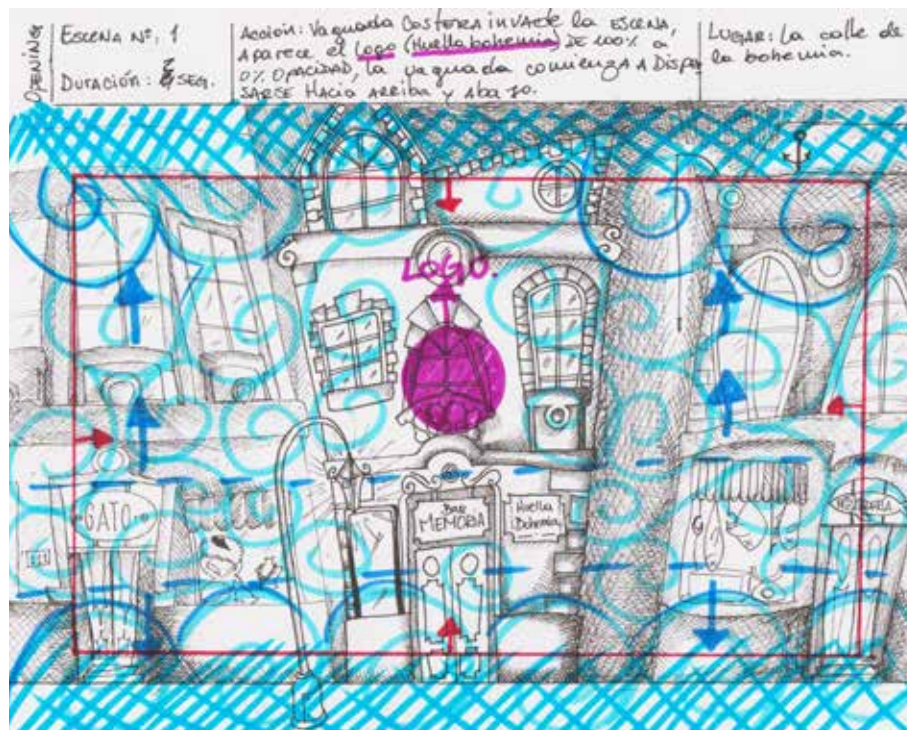
Opening de la serie animada

3 escenas con una duración total de 6 segundos aproximadamente.

En el opening de la serie, se muestra la mágica vaguada costera, la que es el vínculo entre el presente y el pasado, junto con presentar el BAR MEMORIA, donde están los personajes de la bohemia de la ciudad.

Observación

Es importante que la presentación de la serie sea breve, para de manera precisa, contextualizar al espectador de lo que sucede.

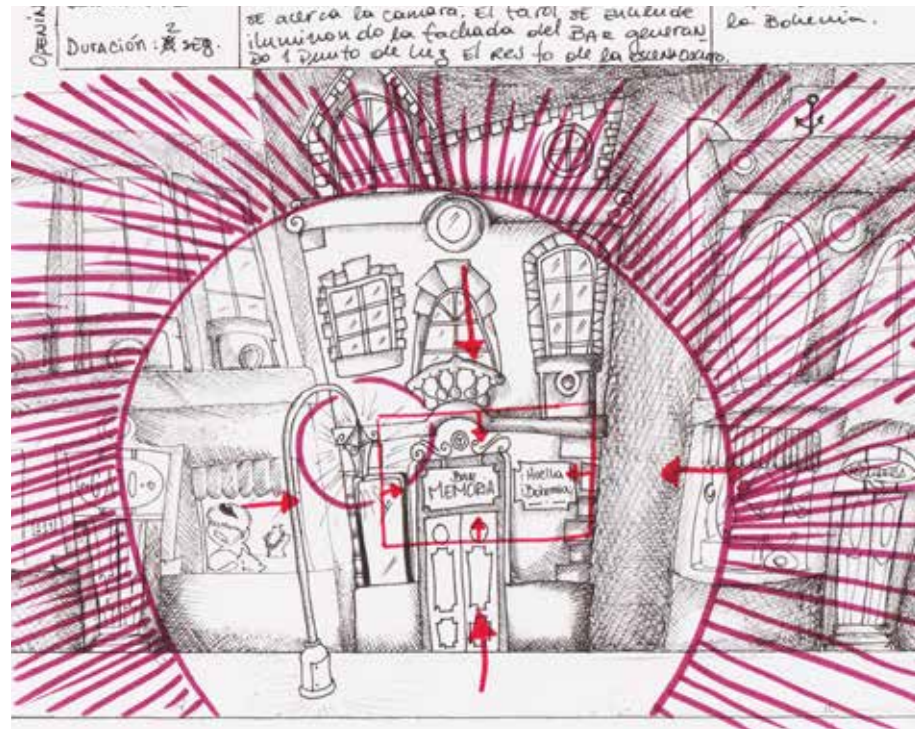


Especificaciones técnicas

Formato full HD
1920 x 1080 px



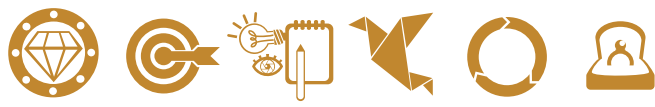
Story board



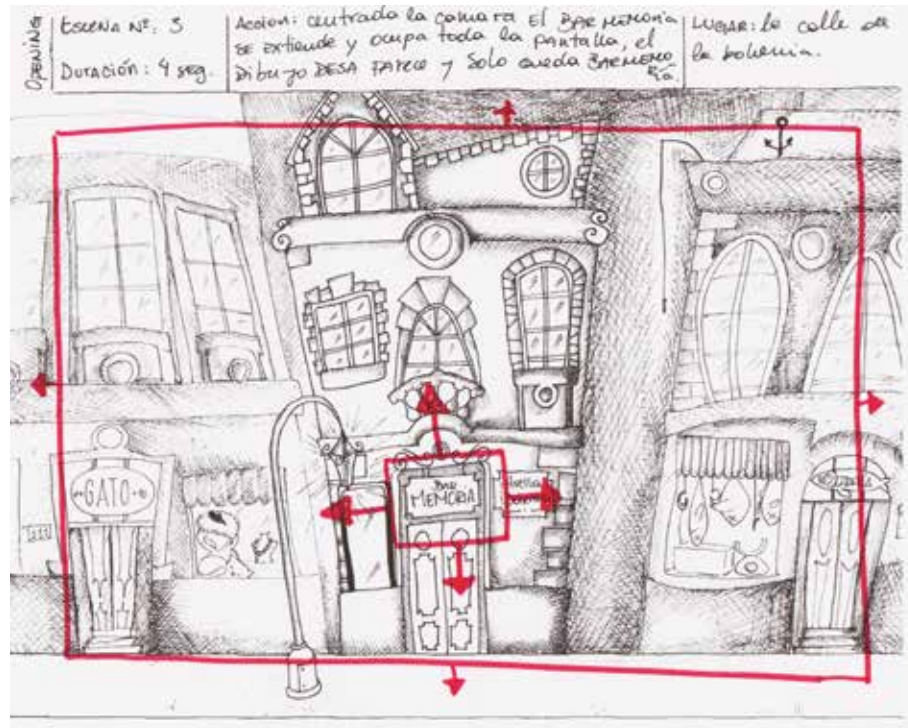
Especificaciones técnicas

Formato full HD

1920 x 1080 px



Story board



Especificaciones técnicas

Formato full HD

1920 x 1080 px

Story board

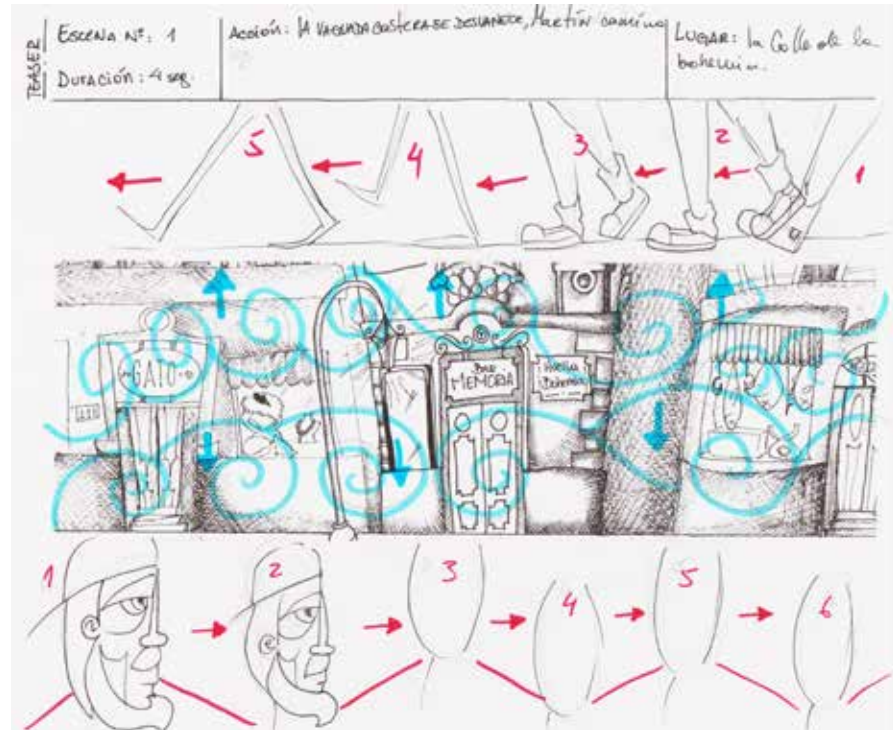


Teaser de la serie animada

3 escenas con una duración total de 20 segundos aproximadamente.

El Teaser o tráiler a realizar muestra de manera breve lo que sucederá, muestra a Martín, (personaje de la actualidad) en su viaje hacia el bar memoria, su llegada es a través de la mágica vaguada costera, utilizando este fenómeno climático como el vínculo entre el presente y el pasado.

Una vez en el bar de manera breve y sintética se recorre el bar y se presentan los personajes de la primera temporada de la serie.

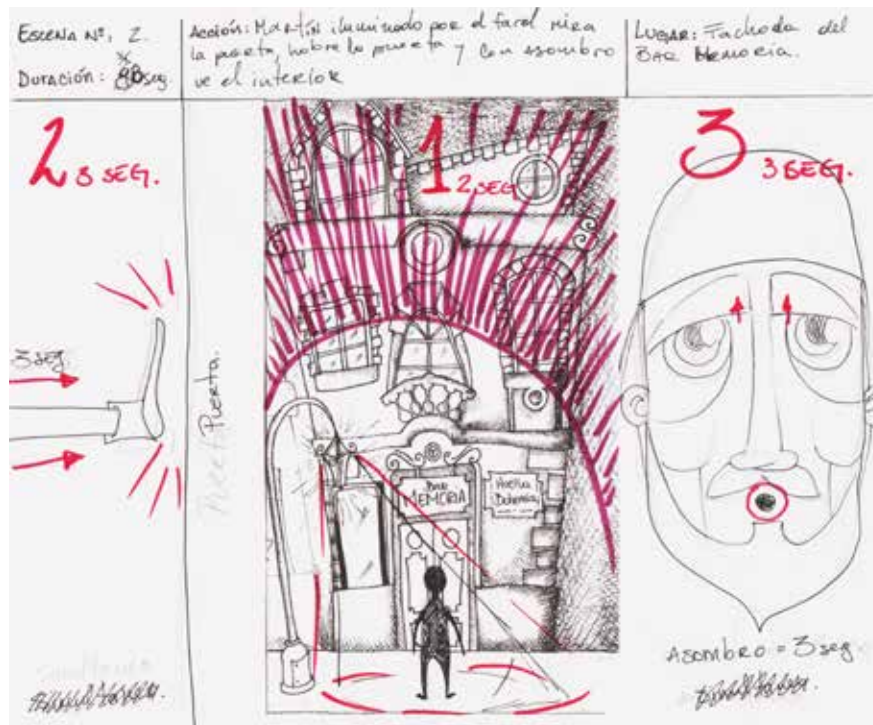


Especificaciones técnicas

Formato full HD
1920 x 1080 px



Story board



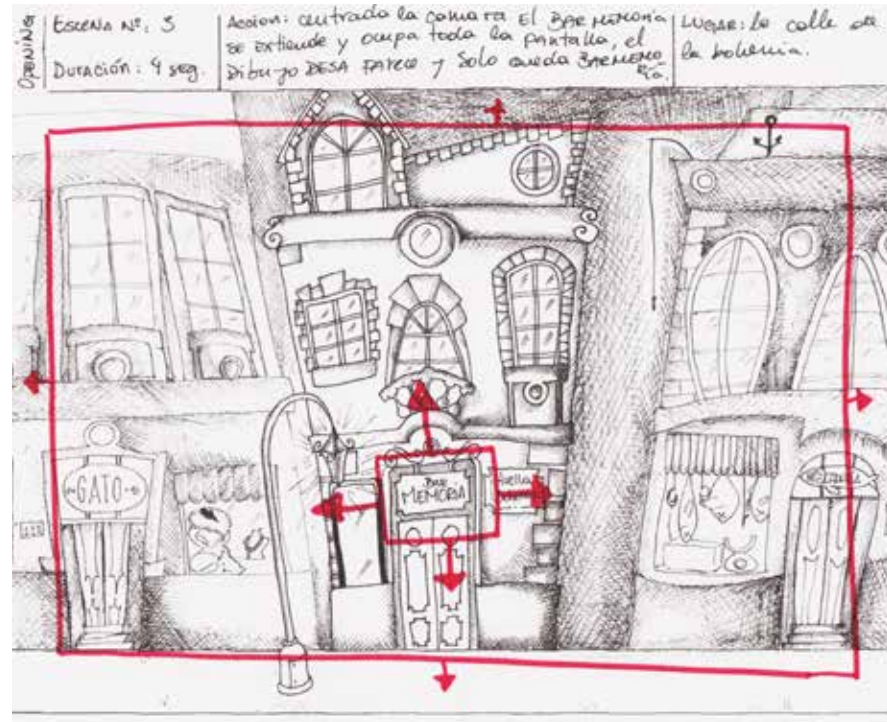
Especificaciones técnicas

Formato full HD

1920 x 1080 px



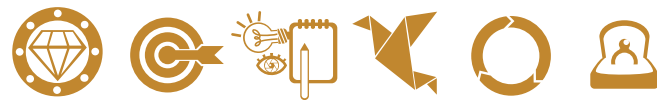
Story board



Especificaciones técnicas

Formato full HD

1920 x 1080 px



Personajes



Para el desarrollo formal de los personajes, se genera un perfil, el cual contempla, el aspecto físico, sociológico y psicológico, con lo que podemos hacernos una idea de cómo es, quien es y cómo podría actuar frente a diversas situaciones que pueden suceder dentro de la serie animada.

Gracias al perfil del personaje es que podemos iniciar el proceso de ilustración, de manera eficiente.

Para la creación de personajes se comienza con bosquejos en papel, de manera manual, tratando de captar la esencia del personaje, posterior a esto comienza el proceso de digitalización, a través generar el personaje de manera vectorial, terminado este proceso se procede a dar vida y volumen al personaje, utilizando texturas y sombras.





Ejemplo perfil personajes

Martín el viajero del tiempo

Perfil físico:

1. SEXO: masculino
2. EDAD: 25 años
3. ALTURA Y PESO: mide 1,70 y pesa 75 kilos
4. COLOR DEL PELO, OJOS Y PIEL: pelo castaño oscuro, ojos cafés, piel canela.
5. APARIENCIA: hipster, pantaloncitos pitillo de tiro largo camisa a cuadros, barbita y bigotín, gorro con visera.
6. DEFECTOS FISICOS: no posee defectos visibles.

Perfil sociológico:

1. CLASE: media intermedia
2. OCUPACION: estudiante universitario.
3. EDUCACION: estudiante universitario.
4. HOGAR: vive en una pensión de un cerro por allí en Valparaíso.
5. RELIGION: no piensa en ello.
6. NACIONALIDAD: chilena
7. LUGAR EN LA COMUNIDAD: nadie importante aún.
8. AFILIACIONES POLITICAS: quiere educación gratuita, no es encapuchado.
9. DISTRACCIONES: leer libros de fantasía en internet (de todo tipo de fantasías).

Perfil psicológico:

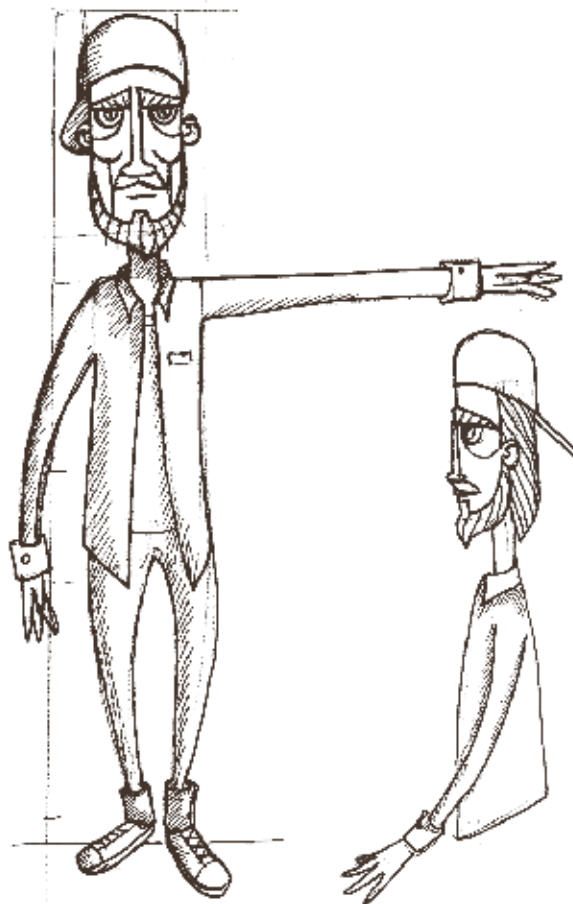
1. VIDA SEXUAL: activo de manera intermitente.
2. AMBICIONES: titularse de su carrera.
3. FUSTRACIONES: no poder pagar su pensión y volver a casa.
4. TEMPERAMENTO: alegre, trata de ser serio pero por dentro es una persona feliz.
5. ACTITUD FRENTE A LA VIDA: indagar, descubrir, conocer, visitar.
6. TALENTOS: es bueno con las manos, le gusta tocar piano, aunque no suele contarlos.
7. CUALIDADES: le gusta la vida y disfruta con lo que venga por delante.



Génesis formal Martín

Ilustración

Papel y lápiz
croquis/ bocetos



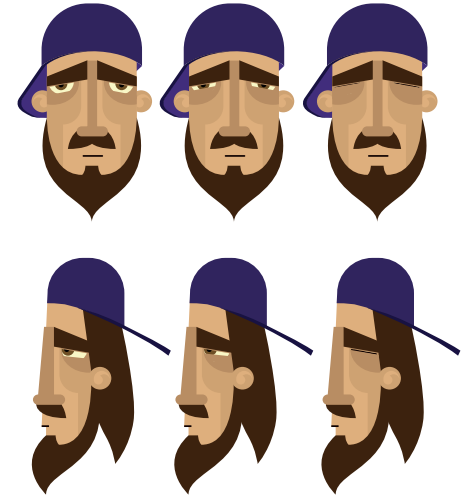
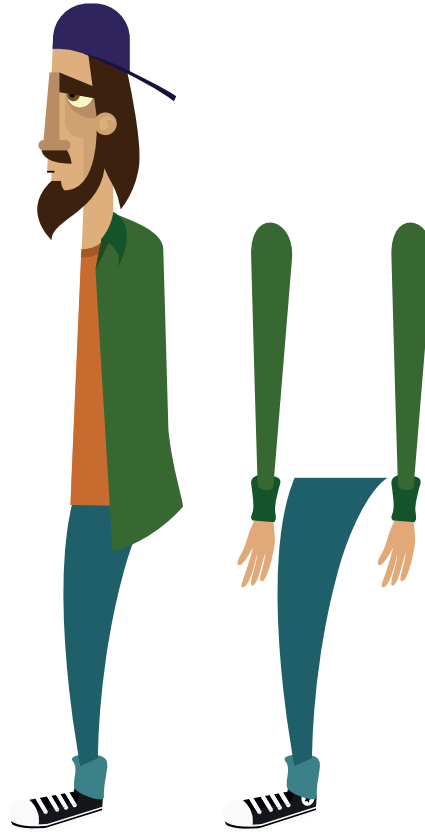
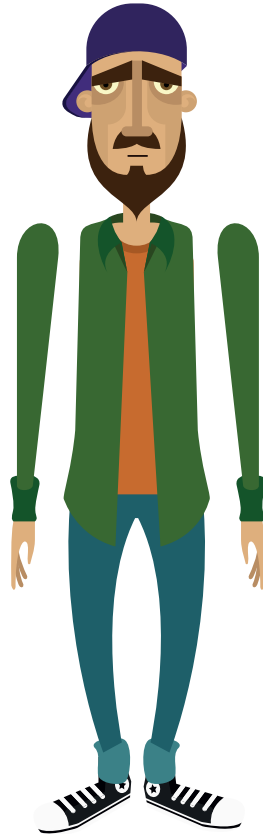


Génesis formal Martín

Digitalización

Traspaso a vector

Síntesis formas



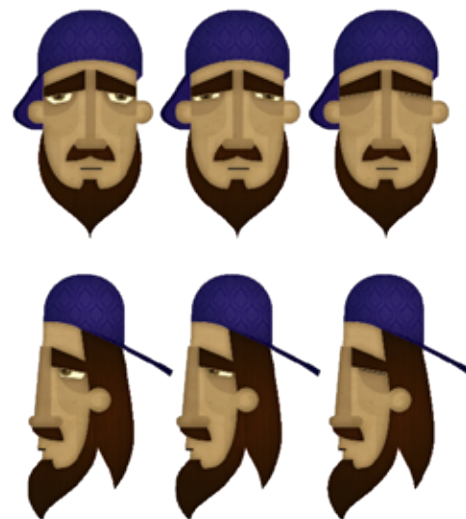


Génesis formal Martín

Aplicación texturas

Selección imágenes /texturas

luz y sombra





Escenarios



Los escenarios de la serie animada son generados a partir de las observaciones realizadas a la arquitectura de la ciudad, desde donde en el proceso de bocetos y croquis, se genera un lenguaje que rescata elementos arquitectónicos, generando una traducción al lenguaje animado, dando énfasis en la luz y sombra para dar ese carácter mágico nocturno que se desea transmitir.

Los escenarios si bien no son fieles a la realidad, si muestran la esencia del lugar, haciendo de esta manera que se reconozca la ciudad, dentro de la serie, para generar el bar en su interior se realiza el mismo proceso, en donde se genera un lenguaje que ejemplifica un bar tradicional de la ciudad.





Génesis formal escenario calle bohemia

Ilustración

Papel y lápiz

croquis/ bocetos



Génesis formal escenario calle bohemia

Ilustración

Papel y lápiz

croquis/ bocetos



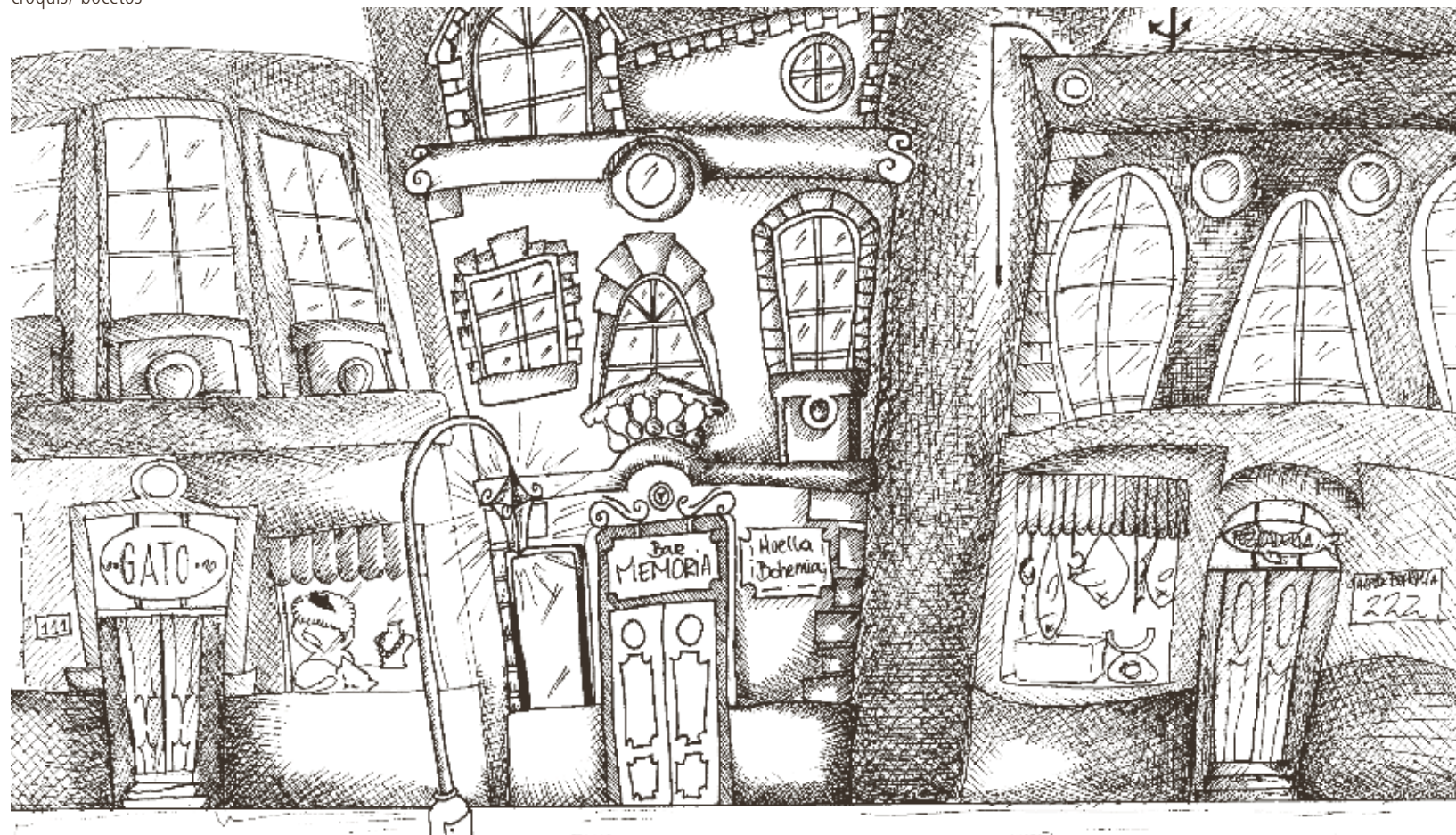


Génesis formal escenario calle bohemia

Ilustración

Papel y lápiz

croquis/ bocetos





Génesis formal escenario calle bohemia

Digitalización

Traspaso a vector

Síntesis formas



Aplicación texturas

Selección imágenes /texturas

luz y sombra





Sistema producto



Servicio

Objetivo general

Mostrar el relato bohemio

Redes sociales

A través de las redes sociales se vincula al usuario invitándolo a contar historias bohemias.

Comunicación

Objetivo general

Relación con el usuario a través del código grafico

Misión: mostrar el relato bohemio de la ciudad de Valparaíso

Visión: relatar la vida bohemia de Valparaíso desde sus orígenes y evolución en el tiempo.

Difusión

Vinculados al servicio al difusión se genera a través de las redes sociales (internet) y los bares tradicionales (papelería).

Relación con el cliente

Se pretende generar una relación cercana con el usuario gracias a la participación que pueda llegar a tener este, ya sea contando sus historias o siguiendo los capítulos de la serie.

Producto

Objetivo general

Producir una animación que genere un lenguaje **con** buena acogida por parte del usuario.

Serie animada

Capítulos de 2 a 3 minutos, en donde se relataran historias del patrimonio bohemio intangible de la ciudad de Valparaíso.

Código visual

Extraído desde la observación del patrimonio de la ciudad, la arquitectura y la ambientación de los bares tradicionales de la ciudad.

Mayor información acerca del producto infografía página 45



Sistema producto





Modelo de negocios: CANVAS



Propuesta de valor

Traducción multimedial del patrimonio bohemio intangible de la ciudad de Valparaíso

CANVAS

1. Clientes

a. Perfil usuario / consumidor: Adultos jóvenes (18 a 45 años app)

b. Tipos de clientes

i. Habitante: aquel que habita el lugar de manera permanente o la mayor parte del año. Residentes y universitarios

ii. Transitorio: aquel que habita el territorio por ocasiones festivas, ya sea en vacaciones, fines de semana. Esto convierte al cliente transitorio en turistas, ya sean nacionales o internacionales.

Estos son potenciales clientes, debido a que va en aumento la relación entre el usuario e internet, sumado a que las generaciones que están viajando son mayormente adultos jóvenes en busca de las experiencias que les ofrece el mundo y en ese sentido la ex joya del Pacífico ofrece un atractivo turístico importante.

2. Canales de distribución

a. Bares tradicionales asociados al proyecto:

Esto se basa en una red de asociados entre la serie animada y los bares tradicionales, con lo cual se genera una distribución reciproca de ambos productos.

Se promociona la serie a través del bar, ya sea con papelería, o presentando la serie durante el momento de fiesta.

b. Redes sociales

Se utilizan las redes sociales para promocionar la serie animada, mostrando ilustraciones, afiches u otros.

También se utilizarían las plataformas para poder recibir experiencias que al usuario le gustaría contar ya sean propias o de los familiares

Haciendo visible el producto ya sea en festivales de animación, en cines u otros.

3. Relación con el cliente

a. Reciprocidad entre el usuario y el producto, vinculando las redes sociales y los bares tradicionales de la ciudad de Valparaíso.

4. Fuentes de ingresos

a. Fuentes de ingresos para empezar el proyecto:

i. Ingresos desde el gobierno, postulando el proyecto a

fondos concursables. Corfo / Fondart

ii. Interesar a la municipalidad de la ciudad de Valparaíso, para financiar el proyecto desde lo que este representa para la misma ciudad.

iii. Interesar a privados, canales de televisión, cines u otro medio de distribución que genere los recursos para el proyecto.

5. Recursos clave

a. Recurso intelectual

i. Productor

ii. Diseñador

iii. Ilustradores

iv. Animadores

v. Guionista

vi. Sonidista

b. Recursos físicos

i. Oficina de trabajo equipada para las tareas de ilustración, digitalización y animación.

ii. Mesas de vidrio (dibujos)

iii. Escritorios (pc)

iv. 5 a 6 sillas (óptimas para el tiempo de trabajo)

v. 4 computadores (equipados con los software necesarios/capacidad)

vi. 2 papeleros

vii. 1 pizarra (plumones)



c. Recursos patrimoniales

i. Ciudad de Valparaíso (arquitectura/habitantes)

6. Actividades clave:

a. Generar el documento para poder adquirir los beneficios económicos pertinentes para la realización del proyecto

b. Iniciación de actividades de producción y post producción de la serie animada.

c. Primer acercamiento al público con la línea grafica diseñada para mostrar la herencia bohemia de la ciudad de Valparaíso.

d. Estreno del capítulo piloto de la serie animada para la captación de público. (lugar a definir, canales de televisión, bares u otro)

7. Socios clave

a. Ente financiador del proyecto

b. Empresas de impresión para generar los elementos gráficos impresos que requiera el proyecto.

c. Canales de difusión del proyecto (redes sociales, canales de tv en el área cultural)

d. Bares interesados en participar del proyecto para potenciar sus negocios.

8. Estructura de costos

a. Costos intelectuales

i. 1 Director de arte (diseñador): \$500.000 a \$700.000

ii. 1 Ilustradores: \$200.000 a \$300.000

iii. 2 Animadores: \$300.000 a \$500.000

iv. 1 Guionista: \$200.000 a \$400.000

v. 1 Sonidista: \$200.000 a \$500.000

b. Costos oficina

i. Espacio de trabajo: \$200.000 (mensual)

ii. Agua: \$30.000 (mensual)

iii. Luz: \$40.000 (mensual)

iv. Internet: 30.000 (mensual)

Muebles

v. Mesas de vidrio: \$ 80.000 (x5)

vi. Sillas: \$20.000 (x5)

vii. Computadores: \$500.000 (x4)

viii. Papeleros: \$20.000 (x2)

ix. Pizarra: \$40.000 (x1)

x. Plumones: \$600 (x5)

App calculo costos

Costo anual recurso intelectual

Diseñador: \$7.000.000 (12 meses)

Ilustrador: \$3.000.000 (12 meses)

Animadores: \$4.800.000 (12 meses) x 2= \$9.600.000

Guionista: \$1.800.000 (6 meses app)

Sonidista: \$1.800.000 (6 meses app)

Costo total salarios: \$18.400.000 (anual)

Costo anual espacio de trabajo: \$3.600.000 (12 meses app)

Costos muebles/pc: 2.583.000 (x1)

Costo general Proyecto: \$24.283.000 millones.



Posibles financiamientos del gobierno

Corfo | Corporación de Fomento de la Producción

Programas de posible postulación para la realización de proyectos financiados por corfo

Programa de Distribución Audiovisual

Este programa tiene como objetivo apoyar el proceso de comercialización y distribución de producciones audiovisuales chilenas o co-producciones chilenas, en territorio nacional y en otros mercados.

¿A quiénes está dirigido?

Este programa está orientado a personas o empresas distribuidoras y/o productoras audiovisuales, que demuestren ventas netas anuales inferiores a UF 100.000. Se excluyen las teledifusoras públicas y privadas de transmisión nacional.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Este programa apoya actividades tales como publicidad y marketing; copias en 35mm y/o en formato digital; diseño, autoría y copias de DVD; asesorías profesionales en gestión de negocios y prensa; participación en mercados internacionales; pasajes, alojamiento e inscripción para la participación en Festivales, Mercados y Eventos de Negocios; publicidad y marketing asociada a la participación en los Eventos Internacionales de Negocios y costos de muestra de Producciones Audiovisuales Nacionales (Screening).

Este programa entrega recursos de hasta un 50% del costo total del proyecto, con un tope máximo de \$15 millones de pesos chilenos.

Concurso Corfo Cine

Este concurso tiene como objetivo apoyar la preparación y el desarrollo profesional de proyectos audiovisuales para los géneros de ficción, documental y animación.

¿A quiénes está dirigido?

Este concurso está orientado a personas o empresas chilenas, cuyo giro o actividad económica comprenda la actividad audiovisual y que demuestren ventas anuales netas inferiores a UF 100.000.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Este concurso apoya actividades tales como la escritura de guiones, el desarrollo de planes de negocios, la elaboración de un presupuesto de producción, la descripción de personajes, la investigación documental/periodística, los casting, la búsqueda de locaciones, la creación de un libro de diseño de arte, una carpeta para inversionistas y la realización de un trailer promocional.

Este concurso entrega recursos de hasta un 70% del costo total del proyecto, con un tope máximo de \$14 millones.

Concurso Corfo TV

Este concurso tiene como objetivo apoyar el desarrollo de proyectos para televisión en los géneros de ficción, reportaje, documental, animación e infantil.

¿A quiénes está dirigido?

Este concurso está orientado a personas o empresas chilenas, cuyo giro o actividad económica comprenda la actividad audiovisual, y que demuestren ventas anuales netas inferiores a UF 100.000.

¿Cuál es el apoyo que entrega?

Este concurso apoya actividades tales como la escritura de guio-

nes, el desarrollo de planes de negocios, la elaboración de presupuestos de producción, la realización de una maqueta audiovisual, la descripción de personajes, el desarrollo de una investigación documental/periodística, la realización de casting, la búsqueda de locaciones, la creación de un libro de diseño de arte y una carpeta para inversionistas.

Este concurso entrega recursos de hasta un 70% del costo total del proyecto, con un tope máximo de \$18 millones.

FONDART

Fondo audiovisual

El Fondo de Fomento Audiovisual financia la producción y distribución de obras cinematográficas, creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica. Depende del Consejo Nacional de la Cultura a través del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, y existe a partir de la promulgación de la ley N° 19.981, en 2004.

Producción Audiovisual

Ficción

Financia proyectos de rodaje y postproducción o sólo postproducción de largometraje de producción nacional o en régimen de coproducción en géneros de ficción, terminados en formato digital DCP o 35mm.

Documental

Financia proyectos de rodaje y postproducción o sólo postproducción de largometraje o medimetraje de producción nacional o en régimen de coproducción en género documental, terminados en formato digital DCP o 35mm.



Modelo de negocios: CANVAS

Actividades clave

- a. Documento para adquirir beneficios económicos.
- b. Iniciación de actividades de producción.
- c. Acercamiento al público.
- d. Estreno del capítulo piloto.

Recursos Clave

Recursos patrimoniales
Recursos Intelectuales
Recursos físicos

Socios clave

 **Financiador**
 **Empresas de impresión**
      **Redes Sociales**
 **Bares Tradicionales**

COSTOS

Costo general Proyecto
\$24.283.000 millones.



Traducción
multimedial
del patrimonio
bohemio
intangible de
la ciudad de
Valparaíso.

INGRESOS

- Gobierno de Chile
- I. Municipalidad
Valparaíso
- Privados

Clientes

Adultos jóvenes



18 a 45 años app
Participan de la recreación
nocturna de Valparaíso.

Relación con el cliente

Reciprocidad entre el usuario y el producto

Redes Sociales



Bares Tradicionales



Canales distribución

Se utilizan las redes sociales y los bares tradicionales

Redes Sociales



Bares Tradicionales



Bibliografía



Documentos y libros

- Estrategia nacional de turismo 2012-2020
- Política cultural regional 2011-2015 Valparaíso
- Nacho Lavernia / Manuel Lecuona: Gestión del Diseño, en El valor del Diseño, Gráfico e Industrial. ADCV, 2000.
- Newark Quentin ¿Qué es el diseño gráfico? manual de diseño.
- Bruno Munari Diseño y comunicación visual contribución a una metodología didáctica
- LA BOHEMIA COMO EXPRESION DE LA SOCIABILIDAD PORTEÑA 1 Por Fernando Rivas Inostroza

Internet

- www.rae.es
- www.ciudaddevalparaiso.cl
- www.queveo.cl
- www.significados.info/hispter/
- www.dtic.upf.edu/~rramirez/Arponce/LaPala-braDiseno.pdf
- www.fotonostra.com/grafico
- es.wikipedia.org/wiki/Imagen
- es.wikipedia.org/wiki/Dibujo_animado
- es.thefreedictionary.com/ilustracion
- www.mav.cl/patrimonio/contenidos/tipos.htm
- www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00002

