



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
DISEÑO GRÁFICO

al

ENCUENTRO

Proyecto audiovisual para el desarrollo de productores agroecológicos de la zona de Paine y Pirque y su red de co-productores.

Proyecto para optar al Título de Diseñadora Gráfica
Autora: Gabriela Paz Moya Vargas
Profesor guía: Rodrigo Dueñas
Santiago, octubre 2015

ABSTRACT

El presente proyecto AL ENCUENTRO, es el resultado de un proceso de investigación y realización audiovisual, de carácter experimental, que promueve y comparte la creación de lazos entre productores agroecológicos del sector de Paine y Pirque y consumidores conscientes (co-productores) de la ciudad de Santiago. Visualizando el modelo de intercambio productivo que se genera entre los involucrados. Y retratando por medio de códigos visuales, las instancias del encuentro productivo.

De esta manera ayuda a tener mayor consciencia del trabajo del productor/campesino y acerca al consumidor dentro del proceso de intercambio. Busca llegar a formarlo como un consumidor consciente y con un mayor poder en la decisión de compra.

Palabras claves: Modelo. Intercambio productivo. Productores agroecológicos. Paine. Pirque. Santiago. Slow Food. Co- productor. Consumidor consciente. Decisión de compra. Audiovisual

ÍNDICE

ABSTRAC	3
ÍNDICE	4
INTRODUCCIÓN	9
ESTRUCTURA DEL PROYECTO	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
OPORTUNIDAD	13
JUSTIFICACIÓN	13
MOTIVACIÓN PERSONAL	14
VIABILIDAD	14
FUNDAMENTACIÓN	14
OBJETIVOS	15
PÚBLICO OBJETIVO	15
METODOLOGÍA	15
TIPO DE INVESTIGACIÓN	16
OBJETO DE ESTUDIO	16
ESTAPAS DEL PROYECTO	17
ANTECEDENTES MACRO	19
MARCO TEÓRICO HERRAMIENTAS PARA LA CONSTRUCCIÓN Y VISUALIDAD DEL MODELO DE INTERCAMBIO PRODUCTIVO	23
DISEÑO DE CARTOGRAFÍA	24
SLOW FOOD	27
AGROECOLOGÍA V/S AGRICULTURA ORGÁNICA	29
CONCEPTO DE TRANSFORMACIÓN CULTURAL	31
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	33
GEOGRÁFICO/CONTEXTUAL	34
HISTORIA CONVIVIUM	37
ESTRUCTURA ENCUENTRO	39
SPG	45
LÍNEA DE TIEMPO	46
DIÁLOGO CON INVOLUCRADOS	48
CONCLUSIONES EXTRAÍDAS	55

ÍNDICE

MAPEO REFERENTES AUDIOVISUALES	57
ATLAS VIVO DE CHILE	58
MAFI: MAPA FÍLMICO DE UN PAÍS	59
VIDEO THE BRIDGE AT QĒSWACHAKA	60
SABORES DEL ITATA	61
MIRADA	63
PROYECTO AUDIOVISUAL	67
DESCRIPCIÓN PROYECTO	68
ESPECIFICACIONES	69
GUIÓN	71
BITÁCORA DEL PROYECTO	73
STORYBOARD	74
IDENTIDAD GRÁFICA	75
BITÁCORA DE GRABACIÓN	79
CONCEPTUALIZACIÓN VISUAL	80
PROTOTIPO	82
SONIDO	84
VERSIÓN FINAL	85
SELECCIÓN DE FOTOGRAMAS	87
DIFUSIÓN	88
PLANIFICACIÓN	90
PRESUPUESTO	92
CONCLUSIÓN	95
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXO	100

A photograph of a lush green field in the foreground, with a blurred background showing a body of water and distant hills under a hazy sky. The text is overlaid on the right side of the image.

*Sentir, Probar, Manifestar...
Conocer, Compartir, Transformar.*

INTRODUCCIÓN

Con la idea de visualizar el modelo de intercambio productivo, enfocado en el vínculo que se da entre sus participantes. Y que busca generar nuevas vías de comercialización sin intermediarios, y en base a la confianza, el pensamiento agroecológico y la filosofía slow food. Se introduce a un ámbito social y comunitario, que busca entregar mayor conciencia respecto a la alimentación y a los procesos productivos que esto conlleva.

Por medio de un desarrollo metodológico basado en la observación y experimentación. Se llega a la generación de códigos visuales que permitan promover y compartir este intercambio.

La idea es llegar a transformar al consumidor en un consumidor consciente y activo dentro del proceso. Que sepa que es lo que está comiendo, a quien involucra y cómo se produce.



ESTRUCTURA DEL PROYECTO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

ÁREA TRATADA

Modelo de intercambio productivo entre productores agroecológicos y co-productores del convivium Pilgua, y el vínculo que se genera basado en las relaciones humanas y los conceptos de bueno, limpio y justo.

LOCALIZACIÓN

Dentro de la Región Metropolitana. En específico las comunas de Paine y Pirque y la ciudad de Santiago.

DESDE LA PERSPECTIVA DEL DISEÑO

La disciplina como mediador de la información para llegar a la transformación del consumidor. Es así como el diseño adquiere un rol social activista, involucrando a la comunidad para el levantamiento de información. A partir de la observación, del diálogo y de las vivencias se asientan las bases de la estructura del modelo de intercambio productivo. Logrando

una visualización enfocada en el vínculo humano. Desde esta perspectiva podemos encontrarnos con un concepto muy potente, la **transferencia cultural** que se realiza al comunicar dicho modelo.

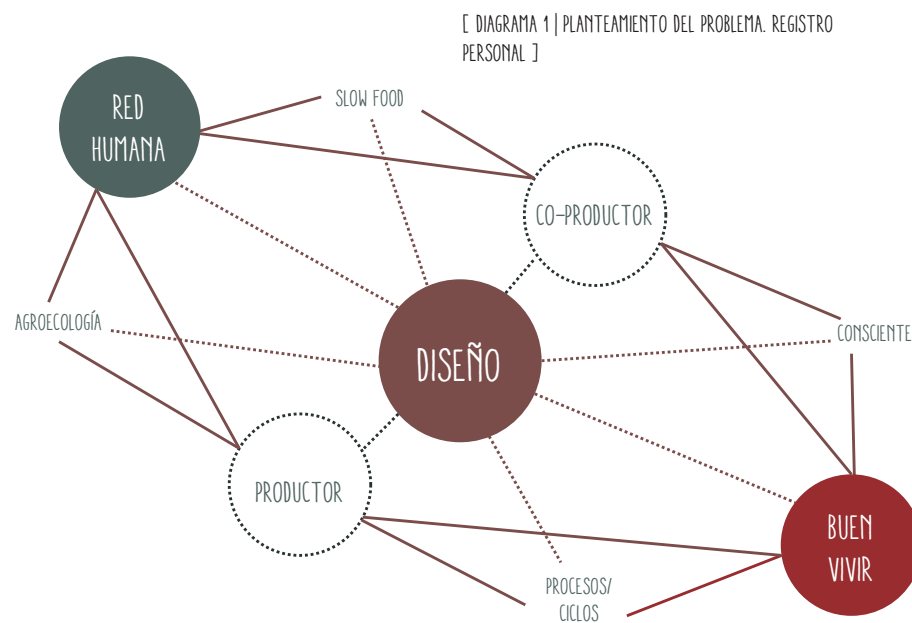
Se transmite al consumidor una forma de compra que involucra un vínculo con el productor. Este vínculo es generado tras una interacción, un compartir y un conocer al otro.

Este conocer refuerza la recuperación de saberes campesinos, la valoración de la biodiversidad local y la preservación gastronómica culinaria de familias campesinas. Pero además busca generar un despertar en el consumidor. Ya que muestra una realidad de comercialización diferente, mucho más consciente en el trato con el productor/campesino, con la temporalidad de los productos y su origen local.

Por lo tanto se establece que la existencia de este modelo de intercambio productivo, enfocado en la generación de una RED HUMANA, que entrega nuevas vías de comercialización en base a los conceptos de: BUENO, LIMPIO y JUSTO, es la entrada

a un sistema social mucho más inclusivo y consciente. En donde la participación activa del consumidor amplía el proceso productivo y le entrega más apoyo al productor/campesino, quien a su vez puede entregar sus saberes y tradiciones, para hacer de su oficio una actividad mucho más valorada para él mismo y su entorno, como también para los consumidores.

Bajo esta observación el **diseño se involucra como una alternativa a la mediación de la información**, por medio de un discurso visual, entregando conocimiento de la experiencia que se genera en el modelo de intercambio productivo basado en las relaciones humanas. Logrando así una transformación del consumidor para llegar a ser un co-productor.



OPORTUNIDAD

En una primera instancia nos encontramos con el **desconocimiento** de los consumidores ante este modelo de intercambio productivo.

El hecho de nos saber que existen instancias comunitarias en donde se intercambian conversaciones, tradiciones e historias además de productos alimenticios sanos, limpios, a un precio justo y de temporada es una gran oportunidad para el diseño como agente de cambio activo. Poder transmitir dicho modelo a la ciudadanía e invitar a formar parte de un cambio social, generando una mayor conciencia en el consumidor, es un desafío para la disciplina.

Estas prácticas de consumo enfocadas en sistemas participativos buscan entregar herramientas al consumidor, para que su poder de compra insida en el contexto en el que se desenvuelve. Lograr posicionar este tipo de instancias en la mente de las personas, por medio de un discurso visual cercano es parte de la función del diseño gráfico como herramienta comunicacional.

En el plano audiovisual nos encontramos con un discurso enfocado en el vínculo de las relaciones, aportando a que la visualización del intercambio productivo sea mucho más cercana para el consumidor. Mostrando una perspectiva diferente para los modelos de comercialización, centrada en la valoración de las comunidades de pequeños agricultores, productores y campesinos cuyo trabajo se relaciona con la mantención de las tradiciones y la conservación de la biodiversidad.

JUSTIFICACIÓN

Ante un panorama capitalista de consumo y globalizado en la que se encuentra la sociedad hoy en día, donde los grandes conglomerados lideran las compras y elecciones de los consumidores, generando un modelo de consumo acelerado y sin consciencia para el entorno y el planeta.

Es necesario un llamado de atención, volver a respirar, tomar una pausa y comenzar a ser más consciente en las decisiones de compra aportando a un cambio de paradigma.

Es en este escenario que llega esta opción de intercambio productivo basado en las relaciones de dos grupos humanos, conformados por productores agroecológicos y co-productores del convivium Pilgua.

Este modelo de intercambio está asociado a cadenas cortas de comercialización, manteniendo un trato directo con los productores/campesinos, valorando el trabajo que éstos realizan.

En este contexto nos encontramos el 2014 con el año de la agricultura familiar, propuesto por la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura,

“ tiene como objetivo aumentar la visibilidad de la agricultura familiar y la agricultura pequeña escala al centrar la atención mundial sobre su importante papel en la lucha por la erradicación del hambre y la pobreza, la seguridad alimentaria y la nutrición, para mejorar los medios de vida, la gestión de los recursos naturales, la protección del medio ambiente y lograr el desarrollo sostenible, en particular en zonas rurales.”
(FAO, 2014)

Por otro lado dicho modelo se ve envuelto bajo la filosofía **Slow Food**, en donde la alimentación debe ser buena, limpia y justa. Rescatando el derecho fundamental al placer y la responsabilidad de proteger el patrimonio alimentario, tradicional y cultural. Bajo este modelo y este planteamiento de intercambio es que se se lleva a cabo la investigación y desarrollo audiovisual del presente proyecto.

Mediante la visualización del modelo de intercambio productivo en base al vínculo generado entre los participantes es que se establecen los hitos a retratar mediante el discurso audiovisual.

Por medio de un proceso vivencial, en donde se hace parte de la comunidad de co-productores, se generan lazos con los productores/campesinos, se participa activamente de los Encuentros que reúnen el modelo de intercambio productivo. Se va levantando la información para en una primera instancia analizar el modelo de intercambio productivo y conocer los hitos que se experimentan en éste. Estableciendo los códigos visuales para el desarrollo de

un discurso visual que entregue al consumidor la información que necesita para lograr su transformación en co-productor. Así la información levantada se entrega a través de la experimentación.

Además este proyecto presenta una relevancia social, ya que intenta acercar a consumidores a una comercialización más humana, otorgándole un rostro a los productos que se consumen, así se le da un mayor valor a la decisión de compra del consumidor, porque ya no solo es un producto, sino que además el cariño y esfuerzo de una persona.

Por último permite una interdisciplinariedad, acercando al diseño a áreas completamente nuevas. Sirviendo como ejemplo para el desarrollo de proyectos futuros, e invitando a la disciplina a participar en temas que no siempre se abordan de manera visual.

MOTIVACIÓN PERSONAL

Mi motivación parte con el tema de la alimentación consciente. Creo que es necesario retomar las prácticas de nuestros abuelos y bisabuelos, y volver a

cocinar en casa, con alimentos sanos y limpios, sin químicos ni preservantes que alteran nuestra salud. Un alimento bueno y de temporada es importante para nuestro cuerpo y nuestra mente, nos permite retomar los ritmos de la tierra y dejar de lado la comida rápida, en esta vida rápida. De la mano de este pensamiento viene el de generar comunidad, retomando el contacto y la confianza con el otro.

En cuanto al ámbito profesional encuentro desafiante el poder llevar al diseño gráfico a áreas tan diversas como lo son los modelos de intercambio productivo. Y más aún si buscan generar actos reflexivos en la ciudadanía. Invitar a replantearse las decisiones de compra de los consumidores es una gran meta.

Por otra parte el mostrar un lado más humano en este tipo de actividades, permite plantear la situación de un modo más cercano y el hecho de trabajar el diseño en ese ámbito, a mi parecer enriquece el enfoque de la profesión.

En cuanto al aspecto geográfico considero que el destacar las zonas que están en los alrededores de la capital,

permite ampliar la visión país. Ya que acercando a Santiago otras realidades, éstas pueden expandirse a más regiones, buscando desde lo central ampliarse para descentralizar.

Por último este tipo de proyectos con un enfoque social y generador de conciencia son instancias para seguir desarrollando como profesional. Llevando al diseño hacia un aporte comunitario.

VIABILIDAD

El proyecto es viable ya que se cuenta con el respaldo y apoyo de los protagonistas del intercambio. Existe un grupo humano que está en constante búsqueda de difusión para lograr dar a conocer esta actividad y llegar a concientizar a muchas más personas.

Por otro lado se siguen sumando productores/campesinos que trabajan de forma limpia sus productos, y cada temporada llegan con ellos para ser vendidos y compartir sus historias. Por lo tanto la acción e información del modelo de intercambio se encuentra disponible para ser trabajado y difundido.

Técnicamente se cuenta con los equipos necesarios para generar el proyecto, cámara fotográfica con funcionalidad para video en HD, memoria, trípode, equipo para post producción.

Por último la plataforma para llegar a captar a los consumidores se basa en las redes sociales y el acceso a internet para la generación de soportes que permitan hacer visible el proyecto.

FUNDAMENTACIÓN

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los hitos existentes en la estructura del modelo de intercambio productivo realizado por los productores agroecológicos del sector de Paine y Pirque y los co-productores del convivium Pilgua?

¿Cómo informar/educar a la ciudadanía este modelo de intercambio productivo basado en la experiencia con el otro?

¿Qué estrategia de diseño puede plantearse para visualizar el modelo de intercambio

productivo y llegar a transformar al consumidor?

OBJETIVOS

Objetivo General

→ Educar a consumidores urbanos para transformarlos en consumidores conscientes abordando la visualización de la experiencia y el vínculo que se genera en el proceso de intercambio productivo.

Objetivos específicos

→ Observar y desarrollar la estructura que se da en el modelo de intercambio productivo entre productores agroecológicos del sector de Paine y Pirque y co-productores del convivium Pilgua.

→ Identificar los hitos recurrentes en dicho modelo, referentes para la generación de códigos visuales. generar un registro de antecedentes visuales que permitan contextualizar el vínculo que se genera entre productores y co-productores.

→ Sistematizar los conceptos principales que se involucran en

el proceso de intercambio, como conceptos claves para informar al consumidor y comenzar con el proceso educativo.

→ Generar una secuencia audiovisual que refleje la estructura del modelo de intercambio analizada y desarrollada. Y que a partir de los códigos visuales extraídos eduque los conceptos principales al consumidor para lograr su transformación.

→ Implementar la difusión del proyecto basado en el principal acceso de los consumidores a los que va dirigido la información, internet y las redes sociales.

PÚBLICO OBJETIVO

USUARIO PRINCIPAL

Todas las personas con acceso a internet y con manejo en redes sociales. Interesadas en una alimentación saludable, que busquen obtener productos limpios y de temporada.

Además de los interesados en participar de encuentros o ferias con enfoques agroecológicos u orgánicos¹

BENEFICIARIO

Productores agroecológicos del sector de Paine y Pirque y co-productores del convivium Pilgua, que son los mayores interesados en generar conciencia en la ciudadanía y llegar a difundir el modelo de intercambio productivo, para que pueda llegar a reproducirse² a lo largo del país.

METODOLOGÍA

ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

El trabajo realizado se ve envuelto bajo el carácter **cuantitativo**, es decir se enfoca en las características, detalles y cualidades del caso de estudio. Existiendo una interpretación de la realidad, contexto y acción del proceso.

"La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien "circular" y no siempre la secuencia es la misma, varía de acuerdo con cada estudio en particular."³

[1] Aunque como concepto no se asocie directamente con el encuentro y el modelo de intercambio productivo, muchas personas tienen como referente de una alimentación sana el concepto de orgánico. El cual apunta a un trabajo sin químicos, pero en una escala social diferente a la agroecológica.
2] Al hablar de reproducción el modelo, se entiende que no puede hacerse de una manera exacta. Ya que este modelo está sujeto a factores humanos, geográficos y contextuales propios de cada zona. Pero como estructura si es posible su reproducción.
[3] HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. 2010. Metodología de la investigación. 5a ed. México, Mc Graw Hill. p. 07. [Revisión en línea] <http://www.academia.edu> [consulta: 7 abril 2015]

Es así como por medio de la vivencialidad del Encuentro, en donde se da el intercambio productivo entre productores y co-productores, es que se puede desarrollar y extraer las bases para la investigación.

“El enfoque cualitativo se selecciona cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes (individuos o grupos pequeños de personas a los que se investigará) acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad. También es recomendable seleccionar el enfoque cualitativo cuando el tema del estudio ha sido poco explorado, o no se ha hecho investigación al respecto en algún grupo social específico.”

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación comienza con una aproximación errada, ya que en una primera instancia se buscaban datos cuantitativos, porcentajes y datos duros que aportarían a una mira infográfica

para dar a conocer por medio de ese ámbito la información al consumidor. Buscando llegar a él por medio de los datos del intercambio productivo.⁵

Pero a medida que se fue adentrando al grupo, compartiendo con las personas, conociendo sus historias, motivaciones e intereses, el enfoque que se obtuvo fue cualitativo, ya que el significado de las experiencias y los valores humanos, el punto de vista interno e individual de las personas y el ambiente natural en que ocurre el fenómeno estudiado⁶ son los ejes principales que hacen posible dicho intercambio.

Es así como la investigación adquiere un carácter exploratorio y descriptivo, buscando el análisis del modelo de intercambio productivo. Por medio de referentes enfocado en el diseño de activismo, se buscan las herramientas sociales que permitan sentar las bases estructurales para el desarrollo del modelo de intercambio, rescatando los conceptos de comunidad y dinamismo que entrega la experiencia.

Así nace el planteamiento del modelo de intercambio

productivo, para luego en base a lo analizado desarrollar la etapa experimental y proyectual.

OBJETO DE ESTUDIO

El modelo de intercambio productivo que se genera entre productores agroecológicos de Paine y Pirque y co-productores del convivium Pilgua. Y los Encuentros⁷ en que se lleva a cabo el modelo de intercambio.

RECOPIACIÓN DE ANTECEDENTES

- Contextualización social /productiva (modelo agroindustrial, concepto buen vivir)
- Filosofía Slow Food
- Herramienta de intercambio (Agroecología)

[4] *Ibíd*, p.08

[5] Información recopilada en ANEXO. Planillas de ventas de productores. Información entregada por convivium Pilgua

[6] HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. 2010. Metodología de la investigación. 5a ed. México, Mc Graw Hill. p. 368. [Revisión en línea] <http://www.academia.edu>

[7] El Encuentro será explicado más adelante en conjunto con la historia del convivium. A grandes rasgos es la instancia que reúne a los productores y consumidores para realizar el intercambio productivo/social.

MARCO TEÓRICO

Investigación enfocada en el diseño como herramienta comunicacional expuesta en casos de comunidades activistas, en busca de un trabajo reflexivo y social.

Aparición del concepto **cartográfico**⁸ como guía para el desarrollo estructural del modelo de intercambio productivo.

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Estructuración Modelo de intercambio productivo
Generación de códigos visuales
→ discurso audiovisual
Sistematización conceptual

EXPERIMENTAL

Etapa proyectual
Definición del proyecto
Recopilación de material audiovisual / Grabación en terreno
Desarrollo del guión
Desarrollo identidad gráfica
Edición
Difusión

.....

[8] Concepto a explicarse en el capítulo del Marco Teórico (p. 24), ya que constituye un concepto principal para la elaboración de la estructura del modelo de intercambio productivo en el ámbito del diseño gráfico como mediador de la información.

A close-up photograph of a bee on a cluster of small white flowers. The bee is positioned in the center of the frame, facing right, and is actively interacting with the flowers. The flowers are arranged in a dense, elongated cluster. The background is filled with more branches and leaves, creating a soft, out-of-focus bokeh effect. The overall lighting is natural, suggesting an outdoor setting. The text 'ANTECEDENTES MACRO' is overlaid in white, bold, sans-serif font in the lower right quadrant of the image.

**ANTECEDENTES
MACRO**

Es necesario contextualizar (a grandes rasgos) la situación en la que se encuentra inmerso el modelo de intercambio productivo, ya que es una situación compleja que viene arrastrándose desde hace siglos. Afectando al desarrollo de sistemas más locales y sociales como el modelo de intercambio que se quiere transmitir.

MODELO AGROINDUSTRIAL

Se remonta a los años 50, naciendo para contrarrestar los efectos de la II guerra mundial. Es en ese momento en que Europa define una política agraria común, llevando la agricultura a un nivel industrial. Centrándose en el aumento de la producción, incluyendo maquinaria y tecnologías que la llevaron a la homogeneización fomentando los monocultivos en grandes extensiones. Además de incluir aportes externos como fertilizantes y agrotóxicos cuyo único fin es el aumento del rendimiento en los cultivos, dejando de lado el lado humano y el cuidado hacia el medio ambiente.

Hoy en día son estos mecanismos los que están primando en la agricultura nacional, ya que aún se busca la producción a gran escala, teniendo que modificar de forma artificial los cultivos.

La aplicación de estas políticas de industrialización conlleva también:

A nivel socioeconómico, la desaparición del tejido campesino y de una drástica disminución de la población activa dedicada a la agricultura.

A nivel medioambiental, la contaminación de los recursos naturales (suelo, aire y agua) y la pérdida de biodiversidad y de un patrimonio genético adaptado a los contextos locales de producción, y generado a lo largo de los siglos por las generaciones previas

A nivel de humano, también tiene consecuencias sobre la salud, tanto de las personas agricultoras que producen empleando los biocidas, como de las que consumen los alimentos que los contienen.⁹

[9] TORREMOCHA, E. s.f
[Sistemas Participativos de Garantía. Una herramienta clave para la soberanía alimentaria.](#) Revista Soberanía Alimentaria. Biodiversidad y Culturas. Mundubat ONG.p. 10

LEYES QUE RIGEN A PRODUCTORES

En este contexto, el panorama nacional está a cargo del Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP. Es una institución dependiente del Ministerio de Agricultura, que tiene por objetivo promover el desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos. Bajo el programa de desarrollo local, PRODESAL busca generar asesorías técnicas para los productores que cumplan con los requisitos de dicho programa.

Para tener acceso a este tipo de beneficio, la entidad pide acreditar la condición de pequeño agricultor. Teniendo que cumplir con los siguientes requisitos bajo la Ley Orgánica de INDAP N° 18.910 :

- Explotar una superficie menor o igual a 12 hectáreas de riego básico, cualquiera sea su régimen de tenencia.
- Sus activos no deben superar las 3.500 U.F.
- Sus ingresos deben provenir principalmente de la explotación agrícola. (INDAP,2014)¹⁰

PÉRDIDA DE LAS TRADICIONES

Esta premisa nace de la observación a nuestra sociedad globalizada. En donde la base es el capitalismo, el que ha hecho que el hombre centre su visión en el poder económico y su bienestar como individuo, dejando de lado la relación con el otro y su entorno. Explotando lo que la tierra le entrega en vez de agradecer y escuchar los ciclos de la Madre Tierra.

“El medio ambiente ya no puede soportar más “procesos de industrialización” ni “revoluciones verdes” –ya no está en juego sólo nuestra especie, también se ha comprometido el equilibrio de todos los ecosistemas-; la economía (de mercado) sólo ha creado “pobres” donde antes existían comunidades plenas de seres humanos dignos –el pensar que todo tiene un valor monetario ha terminado por quitar valor a la vida.”¹¹

Es ante este panorama tan crítico que es necesario actuar y revertir

la situación, volviendo a prácticas ancestrales que se enfocan en el existir, estar presente y consciente de lo que nos rodea en armonía y equilibrio. Como también ser y hacer comunidad, retomando el contacto con el otro y la confianza.

Uno de los primeros pasos hacia este cambio, sería re conectándonos con la tierra y sus ciclos. Y esto se puede lograr con el simple hecho de volver a consumir alimentos que sean de temporada y tratados de forma limpia, dejar de aportar con nuestra compra a las grandes empresas y sus economías mayoritarias. Debemos volver a saber qué es lo que llevamos a nuestra mesa.

“Por el contrario, yo estoy convencido de que las tradiciones, sin falsas nostalgias, son la manera más moderna y revolucionaria de enfrentarse al futuro. Hemos cometido el error de prescindir de las tradiciones y los saberes tradicionales unidos a las dificultades del pasado, pero esto es como confundir la hierba con la maleza. Al contrario, contienen mucha sabiduría y muchos aspectos prácticos que son plenamente útiles y compatibles con un estilo de vida más sobrio, ecológico y democrático.”¹²

.....

[10] INDAP [en línea]
En:<http://www.indap.gob.cl/programas/programa-de-desarrollo-local-prodesal>
[Consulta: 24 mayo 2014]

[11] HUANACUNI, F. 2010. [Buen vivir/Vivir bien](#). Perú, CAOI. p.17

[12] Di DONATO, M. “Entrevista a Carlos Petrini”. Papeles. Madrid. Icaria. N°118. (2012) pp. 197-203.



MARCO TEÓRICO

HERRAMIENTAS PARA LA CONSTRUCCIÓN Y
VISUALIDAD DEL MODELO DE INTERCAMBIO
PRODUCTIVO.

DISEÑO DE CARTOGRAFÍA

Como se mencionó anteriormente para realizar la estructura del modelo de intercambio productivo se extrapola el concepto de de cartografía en base a dos colectivos gráficos argentinos que buscan impulsar prácticas colaborativas de resistencia y transformación. El utilizar estos referentes le entrega una base conceptual dinámica y consciente al levantamiento de información y al proyecto final, ya que desde la perspectiva activista y comunitaria es posible la construcción de mensajes visuales experienciales.

"Instituir un activismo político, cultural y comunicacional, vinculado a la cooperación social y afectiva, la libre circulación de saberes y prácticas, y la articulación en red."¹³

ICONOCLASISTAS

Concibe al *"mapeo como una práctica, una acción de reflexión en la cual el mapa es sólo una de las herramientas que facilita el abordaje y la problematización de territorios sociales, subjetivos, geográficos. A esto le sumamos otra serie de recursos que hemos apodado "dispositivos múltiples" y que consisten en creaciones dinámicas lúdicas, se articulan para impulsar espacios de socialización y debate, que son también disparadores y desafíos en constante movimiento, cambio y apropiación."*¹⁴

Este colectivo argentino presenta una forma de trabajo que es comunitaria, que busca resaltar dinámicas diferentes en la generación de modelos, sistemas y mapas , para llevar a la ciudadanía a otro nivel de información, mucho más subjetivo y experimental. En donde todos se involucran en las actividades, de manera horizontal, apropiándose de visiones, opiniones e historias para generar lenguajes visuales.

[13] RISLER, J. ARES, P. 2013. Iconoclasistas. [Manual de Mapeo Colectivo. Recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa](#). 1ª ed. Buenos Aires. Tinta Limón.
[14]Ibíd

Dentro de su forma de trabajo podemos destacar los siguientes conceptos de

MAPA

- No es un territorio, es una imagen estática a la cual se le escapa la permanente mutabilidad y cambio al que está expuesto
- El mapa no contiene la subjetividad de los procesos territoriales.
- No interpreta el imaginario colectivo que se tiene de él.

COMUNIDAD

- Son las personas quienes habitan el territorio quienes lo moldean y transforman en el diario vivir, transitar, percibir.
- Las acciones colectivas generan una determinada concepción sobre el territorio, generando el dinamismo que éste tiene.
- La personas pueden generar relatos colectivos en torno a lo común, generando similitudes y diversidades en dicho relato.

MAPEO COLECTIVO

- Se generan a partir de los saberes dominantes y experiencias cotidianas de los participantes.
- Genera una reflexión contextual del territorio, por medio de la observación y del recurso gráfico y visual, se hacen visibles las problemáticas territoriales, identificando responsables y generando conexiones con otras problemáticas.
- **Busca tejer una red de solidaridades y afinidades, por medio de la experiencia personal y colectiva.**
- Por medio del compartir nace un intercambio de saberes que invitan a replantear el mapa como un soporte establecido, y a convertirlo en una representación crítica del territorio.



[EJEMPLOS DE TRABAJOS DEL COLECTIVO ICONOCLASISTAS | IMÁGENES EXTRAÍDAS DE LA WEB [HTTP://WWW.ICONOCLASISTAS.NET/](http://www.iconoclasistas.net/)]

GAC, PENSAMIENTOS, PRÁCTICAS Y ACCIONES

Este grupo de arte callejero argentino, se formó en 1997, a partir de la necesidad de crear un espacio en donde lo artístico y lo político formen parte de un mismo mecanismo de producción. El espacio de visualización que plantean es mediante la apropiación de espacios públicos. Se desarrollan a partir de la construcción colectiva con otras agrupaciones o individuos, generando una dinámica de producción en constante transformación debido al intercambio con las/os otras/os.

Propone el pensamiento cartográfico como una invitación a reconfigurar las propias existencias. Generar acción- movimiento.

Invita a rescatar la creación de una cartografía activa, social y reflexiva que introduzca en el diario vivir la individualidad de las personas dentro de un grupo afín en filosofías y políticas sociales. Permitiendo la formación de comunidad ante las conversaciones y reflexiones en conjunto.

"Y si un mapa formalmente es una abstracción, nosotras utilizamos esa capacidad de abstraer que propone el formato mapa para preguntarnos sobre cuestiones que están relacionadas con lo cotidiano y darles así una proyección."¹⁵

A partir de estos referentes, se estructura la metodología de observación y experimentación de las vivencias en conjunto a los productores, co-productores y en el Encuentro mismo.

Esta construcción da paso a la creación de códigos visuales que muestran el vínculo que se genera entre los actores principales del modelo de intercambio productivo. Así desde la subjetividad es que se busca mostrar la información, empatizando con la mirada del consumidor y llevando la experiencia a los sentidos.



[EJEMPLOS DE TRABAJOS DEL COLECTIVO GAC | IMÁGENES EXTRAÍDAS DE LA WEB GRUPODEARTECALLEJERO.BLOGSPOT.COM]

[15] CARRAS, R. 2009. Pensamientos, prácticas y acciones del GAC. 1ª ed. Buenos Aires. Tinta Limón. p. 42

FILOSOFÍA SLOW FOOD

Slow Food es una organización internacional sin ánimos de lucro, nacida en 1989 bajo el concepto de ecogastronomía, el reconocimiento de la fuerte conexión entre la comida, la tierra y el planeta. Este movimiento rescata el derecho fundamental al placer y a la responsabilidad de proteger el patrimonio alimentario, tradicional y cultural. Llegando así a tres conceptos fundamentales bueno, limpio y justo¹⁶. De esta forma los alimentos tienen buen gusto, son producidos en equilibrio con el ecosistema vegetal y animal, además de ser saludable para los que los producen y los que los consumen. Entregando una retribución justa a los productores. Es así como se invita al consumidor a ser un **co-productor**, siendo **socio activo** en todo el proceso de producción de los alimentos, se informa e involucra brindando apoyo.

Este movimiento nace en Bra (Italia) cuando su líder y fundador Carlo Petrini junto a un grupo de activistas comienzan las protestas contra el estilo de la Fast Food, al querer detener la instalación de un servicio de Mc Donalds en dicha ciudad. La finalidad del Slow Food es la preservación de las tradiciones gastronómicas de cada región, el fomento de cultivos y el cuidado de las semillas originarias, como también la biodiversidad local.

En el plano local, Slow Food se constituye por grupos autónomos llamados convivium. En donde grupos de personas comparte los valores slow y buscan siempre el gusto por el placer y la calidad en su alimentación. Reuniéndose con regularidad para compartir alimentos basados en productos locales y de temporalidad, generando vínculos con los productores y apoyando su labor por medio de programas de educación del gusto, resguardando la biodiversidad como también las tradiciones.

En la actualidad Slow Food reúne 100.000 socios, en 160 países a nivel global. Contando con más de 1.500 convivium en todo el mundo.

En la actualidad cuenta con una participación a nivel mundial, como por ejemplo Italia, Estados Unidos, Alemania, Suiza, Reino Unido,

Japón Holanda, y otros, entre los cuales se encuentra Chile.

A cada comunidad que se organiza en las diferentes localidades, se les denomina "CONVIVIUM".

"Convivium" es una palabra latina que significa "fiesta, diversión, banquete", y Slow Food aplica este apropiado término a sus asociaciones locales. Los Convivia son la manifestación local de la filosofía de Slow Food y los cerca de 1.000 que hay en todo el mundo constituyen el centro neurálgico del movimiento. (La Guía Slow Food, (s.f))

A lo largo de Chile podemos encontrar 10 de estos grupos, en regiones como Coquimbo, Metropolitana, Libertador General Bernardo O'Higgins, Maule, Bío Bío, Araucanía, De Los Ríos. Siendo elegido el convivium de Santiago, denominado Pilgwa como el caso estudio de la experiencia y del modelo de intercambio productivo que han generado.

La filosofía del Slow Food defiende la biodiversidad en la oferta alimentaria, impulsa la educación del gusto y pone en contacto a productores de

alimentos de calidad y a co-productores a través de múltiples iniciativas.

Defender la Biodiversidad
A través de iniciativas tales como el Arca del Gusto y Baluartes, ponen en práctica la preservación del patrimonio gastronómicos de las regiones, resguardando semillas, animales y productos alimentarios que corren riesgo de desaparición por la imposición de una alimentación sometida por la comodidad y las industrias del sector agrícola.

.....
[16] Ver ANEXO que muestra el Manifiesto Slow Food en donde se detallan dichos conceptos.

Educar el Gusto
Slow Food es cofundador de la Universidad de Ciencias Gastronómicas (UNISG) ofreciendo en sus cursos enseñanzas relacionadas con la cultura, la ciencia y la historia de la gastronomía. Bajo estos parámetros, el slow food busca generar educación a la hora de comer, el gusto es algo subjetivo, pero que se va adquiriendo con la práctica y disciplina. Lo que permite redescubrir los placeres gastronómicos comprendiendo la importancia de la procedencia de esos alimentos, la forma de producción y quien los produce. Dejando de la lado la estandarización que busca la empresa alimentaria y las consecuencias de ésta en terrenos y tradiciones.

Contacto con Productores
Genera vínculos, en donde se relacionan los productores; personas que producen los alimentos de manera natural y que además rescatan los productos originarios de cada localidad. Con los co-productores; personas que compran los productos que tienen para ofrecer los productores, pero que además de generar un intercambio, se vuelven parte de una comunidad.

Aprendiendo de los productores y conociendo el contexto de la producción, a sus familias, animales y huertos.

Instancias que fomentan este vínculo son los circuitos de distribución alternativos como los mercados de productores, proyectos agrícolas con el apoyo de la comunidad o asociaciones de compradores, que contribuyen a disminuir la distancia entre productores y co-productores. Por otro lado organiza ferias, mercados y muestras de amplitud local e internacional, a fin de exponer productos de excelencia gastronómica y ofrecer a los consumidores responsables la oportunidad de hacer contactos y **vínculos con los productores.**

Es bajo esta filosofía que nace toda la relación entre productores y co-productores. Slow Food entrega las bases para la formación del Encuentro mismo. Además entrega el enfoque educativo, siendo para el proyecto audiovisual el objetivo principal. Este enfoque se puede ligar a la experiencia sensorial que experimentan las iniciativas Slow. Ya que van ligadas a los sentidos. Por medio del gusto, el olfato, la audición, la visión y

el tacto, podemos llegar a los alimentos, a las personas y a las experiencias.



Slow Food[®] Chile

AGROECOLOGÍA V/S AGRICULTURA ORGÁNICA

AGROECOLOGÍA

“La agroecología es una forma de hacer las cosas, una herramienta de no solo producir sino es un acto de reflexión, en qué entorno estás situado y que quieres hacer y cómo lo quieres hacer y desde ahí ya empezamos a hablar de cómo producir, qué producir, para quién producir, y ahí una serie de preguntas que se van haciendo en el camino... y hasta de cómo comercializarlos cachai y muchos aspectos”

| Frase extraída de la entrevista al agrónomo Enzo Solari, 01 agosto 2014

La agroecología implica tres ejes y/o dimensiones

Social

Se basa en la cultura local y sus tradiciones.

En Chile los procesos más avanzados en están en regiones con presencia de comunidades indígenas. Sur: Chiloé, territorios Huilliches y Mapuches; Norte: Aльтиplano, territorios aymaras.

Los productores establecen confianzas entre ellos y dejan de estar solos.

Técnico

Hay un manejo determinado de su producción desde el punto de vista biológico.

Contempla una diversidad funcional, en el espacio (asociaciones de cultivos que se benefician entre sí) y en el tiempo con la rotación (intercalar cultivos que mejoren el suelo)

Económico

La comercialización de sus productos privilegia mercados locales, sin intermediarios. Los insumos son producidos por los propios agricultores o por otros productores de su territorio.

“La agroecología es una propuesta metodológica de transformación social, que plantea modos de producción, transformación y consumo que respeten la diversidad natural y social de los ecosistemas locales y aseguren la sustentabilidad. Es siempre solidaria, comunitaria, local, ecosistémica en su mirada.”
(Camino Verde, 2014)

AGRICULTURA ORGÁNICA

“Es un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos adversos. La agricultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para favorecer el medio ambiente que compartimos y promover relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los que participan en ella.”
(IFOAM, 2014)¹⁷

Es importante tener en cuenta que ambos conceptos buscan generar una relación armoniosa entre el medio ambiente, la tierra y sus ciclos, los productores y sus saberes campesinos, además del cuidado hacia una alimentación sana y buena salud para las personas. Pero hay diferencias sociales y productivas que enmarcan las diferencias entre ambos.

La agricultura orgánica se ve envuelta en una serie de marcos legales para lograr la “certificación” de que son

productos orgánicos, lo que hace que los productores deban legalizar de manera externa sus predios y formas de trabajo. Debiendo pasar por procesos de certificación externos, en donde grupos de personas de empresas o perteneciente a departamentos gubernamentales, llegan a sus casas y lugares de producción a realizar inspecciones. Lo que hace que el trabajo y la valoración del proceso pase a un segundo plano, en donde las relaciones humanas se pierden. Por otro lado impulsa a los agricultores a pensar en gran escala, los invita a formalizar sus procesos para apuntar a la exportación, otro factor que limita la relación entre

.....

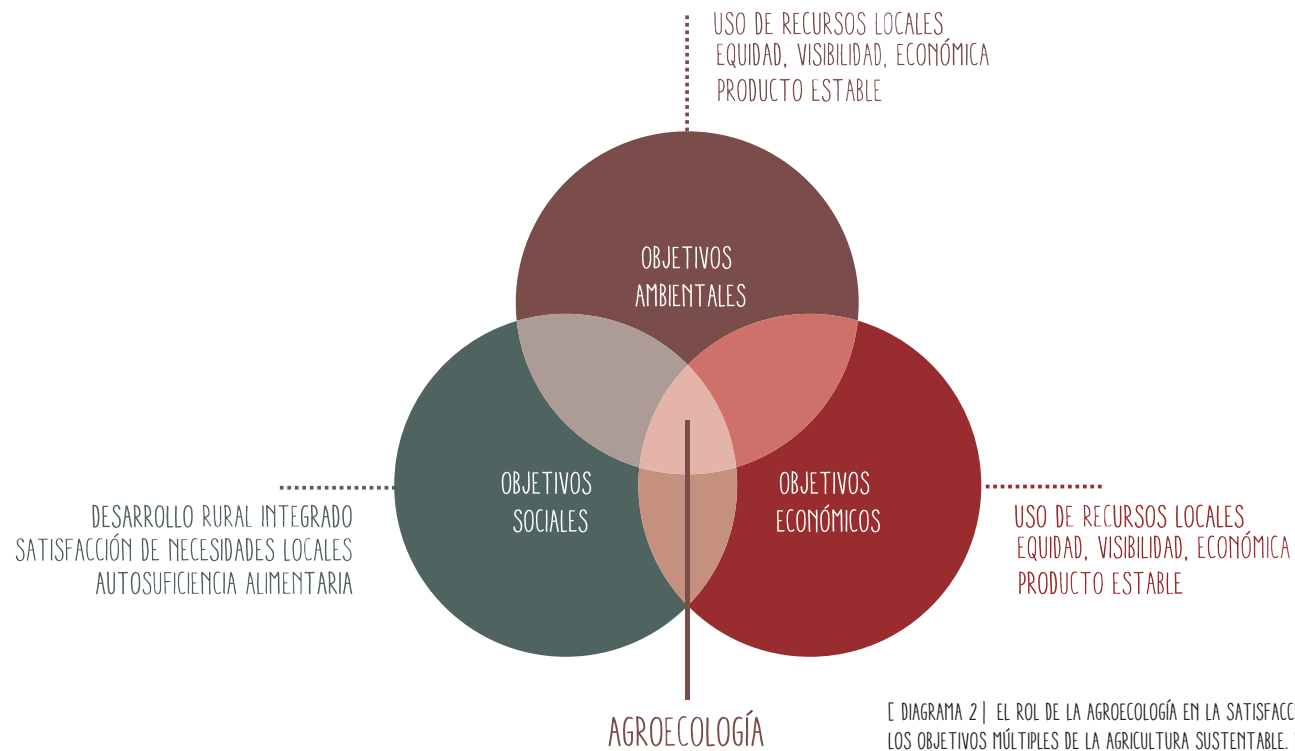
[17] Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) [en línea] www.ifoam.org. 2 junio 2014

productores y consumidores, haciendo del intercambio un proceso netamente comercial, que involucra a terceros y no permite que la relación entre las personas sea directa y habitual.

Es en este sentido en donde la agricultura agroecológica cambia su enfoque e invita a realizar procesos sociales que acrecientan la relación en el intercambio productivo y la producción misma. Debido a su enfoque holístico¹⁸, permite que el proceso sea un todo,

complementando la producción y sus etapas naturales, con la preocupación por la tierra, la biodiversidad de las zonas, el trabajo consciente de los productores y de los co-productores. La participación de estos últimos en la toma de decisiones y procesos productivos permite que la relación entre las personas sea en base a la confianza y al vínculo que se produce entre ellos. Además genera un valor al comercio local y un respeto a los ciclos de la tierra.

El enfoque social que tiene este tipo de agricultura va de la mano con el tema de la certificación, ya que es la confianza entre los actores activos del intercambio la que avala el sistema de producción. Existiendo en conjunto un cuidado por lo que se produce y lo que se consume.



[DIAGRAMA 2 | EL ROL DE LA AGROECOLOGÍA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS OBJETIVOS MÚLTIPLES DE LA AGRICULTURA SUSTENTABLE. MIGUEL ALTIERI [CLARA I. NICHOLLS]]

[18] Para la comprensión holística, el todo y cada una de las partes se encuentran ligadas con interacciones constantes. Por eso cada acontecer está relacionado con otros acontecimientos, que producen entre sí nuevas relaciones y eventos en un proceso que compromete el todo. [en línea] <http://definicion.de/holistica/>. 2 junio 2014

CONCEPTO DE TRANSFERENCIA CULTURAL HACIA LA TRANSFORMACIÓN DEL CONSUMIDOR

Este concepto nace a raíz de todo los criterios involucrados en esta investigación. Los cuales apuntan desde la historia y conocimiento campesino, transformar los modelos de consumo actuales. Disponer de estos conocimientos, rescatados de forma cualitativa, por medio del contacto y las conversaciones con los otros. Pretende generar un cambio en quien los reciba. Potenciando la transformación en base a la experimentación de las acciones.

Así el diseño dispone de contenidos vivenciales, para generar un traspaso visual hacia los consumidores. Siendo el mediador de un accionar social, generador de circuitos humanos que buscan la transformación del intercambio productivo en base al conocimiento del origen de los alimentos y de las persona involucradas directamente en el trabajo agrícola.



[DIAGRAMA 3 | TRANSFERENCIA CULTURAL]

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN



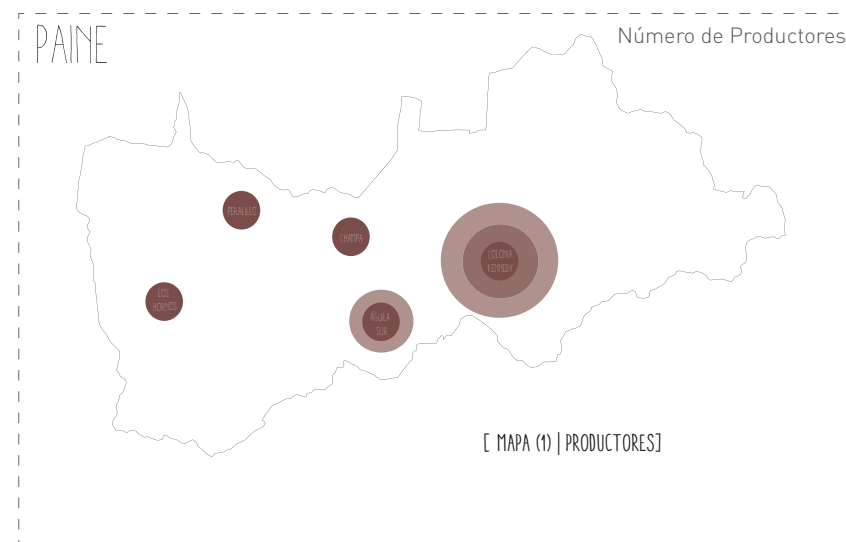
GEOGRÁFICO CONTEXTUAL

Para comenzar a entender la relación que se genera entre este grupo humano, es necesario conocer de dónde provienen, su **contexto geográfico**, las distancias recorridas y los trayectos realizados. Ya que en un principio el convivium generaba encuentros con los productores en un punto intermedio entre el “campo y la ciudad”, dándose así una situación posible de mapear desde el punto físico como social. Entrando el concepto de cartografía como una herramienta que involucra dos disciplinas; Las Artes, al generar representaciones gráficas de la superficie tierra, y Las Ciencias, al entregar datos y hechos que permiten realizar estudios entorno a la geografía. Desde el punto de vista de lo visual, esta herramienta es capaz de mostrarnos un contexto que se extrapola de lo físico y territorial, llegando a expresar la propia identidad en un plano vivencial y de apropiación contextual.

“De manera que la cartografía de representación de relaciones y contextos es una metodología

para abordar lecturas políticas. Muchas veces estos mapeos sirvieron para comprender situaciones de manera interna y a veces, debido al deseo de comunicar estas lecturas de relaciones y contextos, llegamos a un formato de representación de las mismas a través de mapas, sirviendo estas investigaciones como puntapié para generar acciones en espacios reales.(...) Entonces, los mapas no son sólo un objeto de representación, ni una acumulación de información: son también formas de ampliar la propia mirada a través de un diálogo.”¹⁹

Este mapa (2) nos muestra el desplazamiento que se genera entre los productores y co-productores del intercambio y el Encuentro mismo. Para llegar a ese punto de reunión es necesario recorrer las distancias establecidas, lo que hace del Encuentro una instancia que se envuelve en un dinamismo constante.

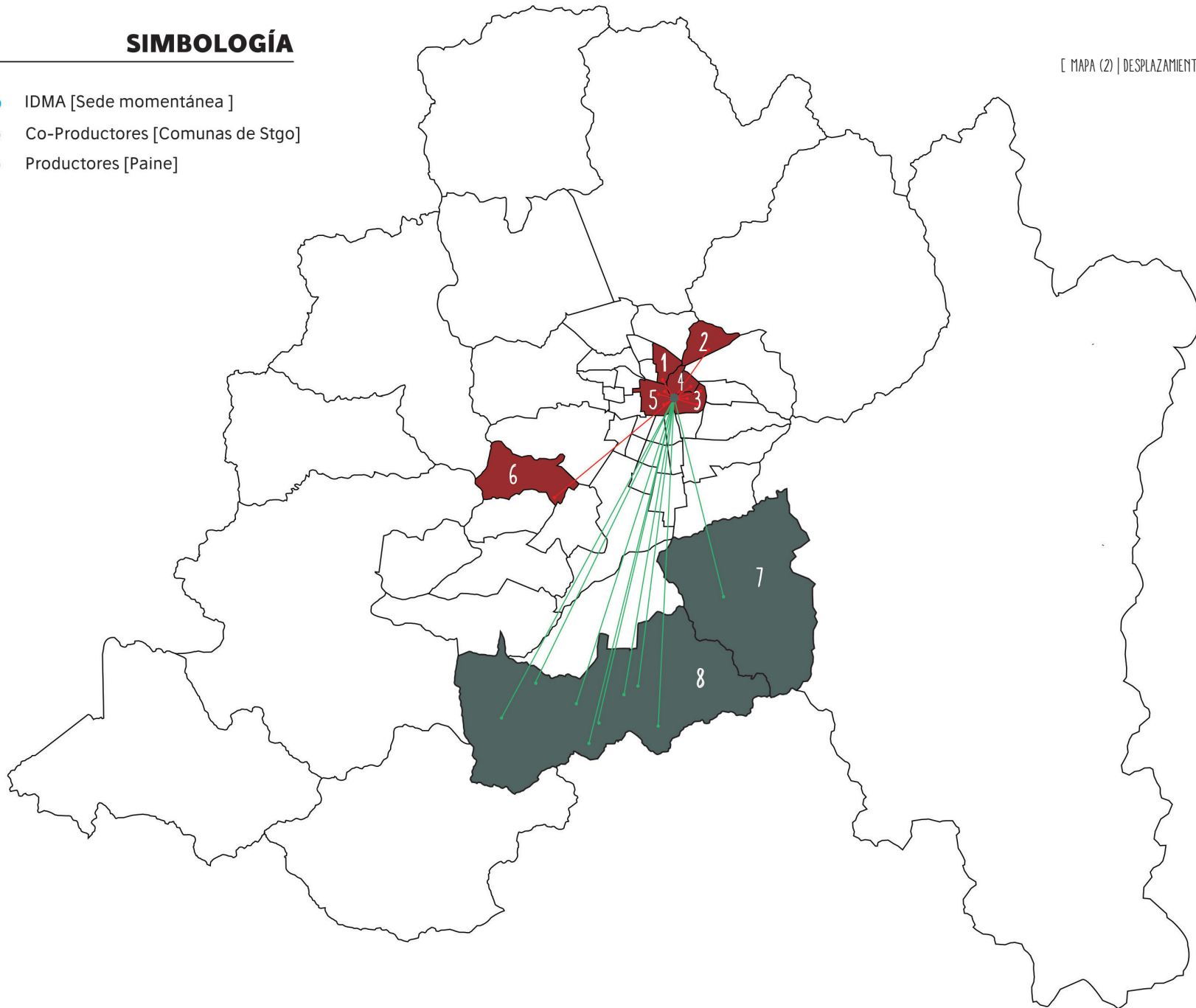


[19] CARRAS, R. 2009. Pensamientos, prácticas y acciones del GAC. 1ª ed. Buenos Aires. Tinta Limón. p. 42

SIMBOLOGÍA

- IDMA [Sede momentánea]
- Co-Productores [Comunas de Stgo]
- Productores [Paine]

[MAPA (2) | DESPLAZAMIENTO]



- 1 RECOLETA
- 2 VITACURA
- 3 ÑUÑO A
- 4 PROVIDENCIA
- 5 SANTIAGO
- 6 PADRE HURTADO
- 7 PIRQUE
- 8 PAINE

[DIAGRAMA 2 | EXTRACCIÓN VISUAL/CONCEPTUAL]

DETALLES

DESPLAZAMIENTO

HITOS

ENTORNO



HISTORIA CONVIVIVUM PILGUA

El año 2011 se genera un contacto entre el convivium de Pilgua con los productores agroecológicos del sector de Paine y Pirque, por medio de profesionales del PRODESAL Paine-Canelo de Nos, que son parte del INDAP.

Como primer paso, se realizó una visita a terreno a las casas de alguno de los productores, en donde se pudo conocer a las personas, sus contextos, parte de su historia, como también sus predios, cosechas y aprender sobre el proceso de producción en el campo, reencontrándose con la tierra y la naturaleza.

Luego de estas visitas la gente de Pilgua²⁰ propuso a los productores generar una lista de productos disponibles según la estación, para encargarlos y así por medio de turnos retirarlos en un punto intermedio entre el campo y la ciudad.

En un principio, la idea inicial era abastecer a los miembros de Pilgua, pero a medida que se iba masificando el dato de las canastas a familiares y amigos, se interesaron más personas por estos productos, distintos en cuanto a sabor, color, olor y forma de venta. A partir de esta etapa, es que nace la idea de invitar a los productores a vender sus productos en algún punto de la ciudad, con el fin de vincular al consumidor directamente con el productor en el proceso de intercambio.

Nace el Encuentro del Campo a la Ciudad, en un principio una vez al mes, pero luego a petición de los mismos productores, se comenzó a realizar de manera quincenal. Viajando dos veces al mes desde sus casas a Santiago, trayendo productos limpios, sin químicos ni preservantes, además de sus historias y saberes campesinos.

En estos encuentros nacen las instancias de conversación e intercambios de conocimientos entre productores y consumidores. Permitiendo al consumidor ser más consciente del recorrido que deben pasar los productos antes de llegar a su mesa. Y en el otro lado está el productor, quien siente mayor valoración a su trabajo al recibir el

agradecimiento del consumidor por un producto tan rico y sano.

"En relación con el aprendizaje de nuevos conocimientos y experiencias, este se ha dado de manera bidireccional, es decir, dando origen a un mutuo conocimiento. Los consumidores han comenzado a entender la cadena de eventos que suceden desde la siembra hasta la mesa, y el esfuerzo que ello conlleva. Todo esto ha resultado en un agricultor más resuelto al momento de vender sus productos, con una red de apoyo entre sus pares que le permite asociarse y compartir experiencias sobre sus cultivos y métodos de producción; y en un consumidor más consciente de los productos que consume, que entiende su estacionalidad, que le da más importancia al trabajo y dedicación puesto en el proceso de producción de alimentos, y que retribuye de manera justa esta labor. Es decir, el consumidor se transforma en coproductor."²¹

.....

[20] Nombre elegido por el convivium para denominarse como grupo. Es una palabra en mapudungun que significa bolsa o malla de compras, y que está hecho en base a un tejido. Esta característica es la que destaca la identidad del grupo, ya que son generadores de redes, van tejiendo contactos y armando vínculos.

[21] MIRANDA, C. Buenas Prácticas, Encuentros del Campo a la ciudad: La experiencia Slow Food en Santiago de Chile. Boletín de agricultura familiar.

2 COMUNIDADES

PILGUA



Grupo de amigos, amantes del buen comer. Pasaron a ser consumidores conscientes, amparados bajo la filosofía SLOWFOOD

- 1. BUENO
- 2. LIMPIO
- 3. JUSTO

GENERADORES DE REDES:

Reunen personas con intereses comunes oara formar comunidad.



ANABELLA-MANUEL-CAROLINA-MAURICIO-CLAUDIA-LINA-KARLA-JAVIER-CONSTANZA-DANIEL-GABRIELA



MARIANELLA-DOÑA NENA-DOÑA LIDIA-MARCELA-CECILIA-ALBERTO-DON PEDRO-DOÑA SARA-DON HERNÁN-DON LOLO-ANALUISA-DON HUMBERTO



P.P.P

PRODUCTORES
PAINE / PIRQUE



Grupo de productores y campesinos del Sector de Paine y Pirque que trabajan en base a la AGROECOLOGÍA.

La producción se enfoca a nivel LOCAL e involucra a pares y consumidores a la hora de certificar un producto limpio.

SPG

SISTEMA PARTICIPATIVO DE GARANTÍA

1

ENCUENTRO PRODUCTOR | CO-PRODUCTOR

Llegada de los productores, provenientes desde Paine y Pirque. Existe un recibimiento por parte de los co-productores. Ayudan a descargar los productos traídos al encuentro.



2

ENCUENTRO PRODUCTOR | CONSUMIDOR

La llegada de los consumidores detona otro encuentro, se generan las conversaciones, las preguntas, las risas, las historias. Además del intercambio económico.



4

ENCUENTRO CO-PRODUCTOR | CONSUMIDOR

Los co-productores son un eje activo dentro del Encuentro, siempre informando, orientando a los consumidores. Además de realizar degustaciones de los productos presentes, por medio del gusto y del acto de comer, buscan llegar a influir en el consumidor.

3

ENCUENTRO PRODUCTO | CONSUMIDOR

La temporalidad es un factor predominante en el stock de productos. Todos los encuentros tienen colores, sabores, olores, formas diferentes. Los consumidores pueden probar ciertos productos en el Encuentro mismo.

5

ENCUENTRO PERSONAS | ENTORNO

Se vislumbra un último encuentro que incluye a todos los participantes y los envuelve en su entorno. El lugar físico, realmente no es prioridad, ya que donde se junta la comunidad, es donde se crea el ambiente de Encuentro y la experiencia misma.

[DIAGRAMA 4 | ESTRUCTURA ENCUENTRO]

ENCUENTRO DEL CAMPO A LA CIUDAD PRODUCTORES --> PRODUCTOS Y UBICACIÓN



Sara y Pedro
[Conservas y Nueces]

Ubicación: Peralillo | Champa, camino a la Laguna de Aculeo | Ruta 5 Sur | Entrada a Peralillo | Paine

Lidia
[Repostería]

Ubicación: Colonia Kennedy | Sector Hospital | Paine

Marianela
[Plantas Nativas | Hierbas medicinales | Huevitos felices]

Ubicación: Águila Sur | Kilómetro 54 | Ruta 5 Sur | Sector de Angostura | Paine

Luzmila e Iván
[Conservas]

Ubicación: Águila Sur | Kilómetro 54 | Ruta 5 Sur | Sector de Angostura | Paine

Marcela
[Miel | Legumbres]

Ubicación: Águila Sur | Kilómetro 54 | Ruta 5 Sur | Sector de Angostura | Paine

María
[Pan amasado | Empanadas | Kuchen]

Ubicación: Colonia Kennedy | Sector Hospital | Paine

Don Hernán
[Verduras | Conservas]

Ubicación: Colonia Kennedy | A 6km del centro de Paine

Don Lolo
[Tomates | Ciruelas]

Ubicación: Champa, camino a la Laguna de Aculeo | Ruta 5 Sur | Paine

Ana Luisa
[Frutillas | Huevitos]

Ubicación: Champa, camino a la Laguna de Aculeo | Ruta 5 Sur | Paine

[DIAGRAMA 5 | PRODUCTORES, PRODUCTOS Y UBICACIÓN]

PRODUCTORES EN EL ENCUENTRO

Los productores: Grupo de personas provenientes de Paine y Pirque, algunos son campesinos, criados en la zona, otros son productores de otras regiones, como por ejemplo Santiago, Concepción.

Dentro del lugar establecieron sus puestos por afinidad y cercanía de dirección. Esta ubicación estable permite tener una rutina dentro del encuentro. Y la certeza de que en ese puesto estaba tal producto como también tal persona con su historia. Asociando a la persona con su trabajo.

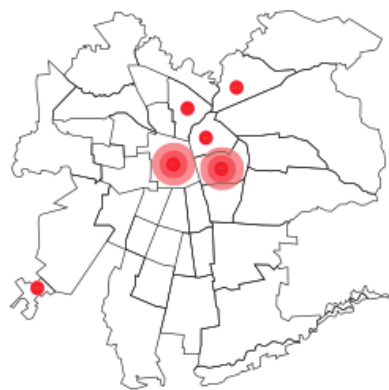
Otra característica es que la disposición es circular, creando un paseo alrededor de los puestos, como también un ambiente acogedor, comunitario. Es como rodear una mesa a la hora de comer, en donde los sentidos se mezclan, los sabores, los olores, los colores, los sonidos, las risas y las conversaciones. Todo nos lleva a un lugar familiar y de confianza.



| PARTE DEL GRUPO DE PRODUCTORES, CON SUS PRODUCTOS.
REGISTRO PERSONAL. FOTOGRAFÍAS ANALÓGAS.

DESCRIPCIÓN DE LOS CO-PRODUCTORES EN EL ENCUENTRO

Los Co-Productores: Grupo de personas provenientes de las comunas de Santiago, Providencia, Recoleta, Vitacura, Padre Hurtado, Ñuñoa. Distintos profesionales, de diversas áreas pero unido por el amor a la comida y la filosofía SLOW FOOD. Siendo así consumidores conscientes de los procesos productivos y participantes activos en el intercambio. Generando, por medio de una RED de contacto, la instancia física para la realización del Encuentro y su difusión.



[MAPA (3) | CO-PRODUCTORES]

| GRUPO DE CO- PRODUCTORES, EN DISTINTAS ACTIVIDADES. REGISTRO PERSONAL Y CONVIVIM PILGUA

El rol que cumplen los integrantes de Pilgua dentro del Encuentro es informativo, proporcionan a los consumidores vivencias experienciales. Por medio de:

- Las degustaciones, preparaciones cocinadas con los productos del Encuentro.
- Las pilgua ideas, frases con invitaciones ser más consciente del entorno en el que nos encontramos aportando con

pequeños cambios ambientales.

- El Pasquín, fanzine escrito y desarrollado por los integrantes, que incluye temas variados definiciones, columnas de opinión, artículos y entrevistas a los productores. Todo bajo el contexto de co-productor.

Por otro lado entregan el voto de confianza hacia las prácticas productivas ejercidas por los productores, visitando sus casas,

sus predios, conociendo sus realidades, compartiendo con ellos, conociendo su historia y su forma de pensar. Para así entregar esta confianza al consumidor, a través de un compartir y de un invitar a consumir este tipo de alimento, por que sabe de donde proviene, su realidad y quien lo produce.



DESCRIPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL ENCUENTRO

Los Consumidores: Son los amigos de los amigos de los amigos, los que alguna vez asistieron a tal feria, o a aquella charla, en donde escuchó hablar a algún co-productor. Son personas de diferentes comunas dentro de Santiago, que buscan un alimento rico y saludable. Tienen cierta noción de lo "orgánico", les llama la atención saber de donde provienen lo que comen y buscan nuevos productos.

Dentro del Encuentro nos podemos encontrar con distintos tipo de consumidor:

- Consumidor cercano: Es aquel que asiste hace algún

tiempo. Conoce al productor, le pregunta por su familia, se interesa por el trabajo que hace, pregunta por tal producto (de temporada) y aprende con los productores.

- Consumidor esporádico: Es aquel que asiste de vez en cuando y lleva un producto específico.
- Consumidor informado: Es el que llega porque supo en alguna charla, seminario, a través de internet del Encuentro y le interesa el tema agroecológico.

Estos consumidores son posibles co-productores, ya que el hecho de asistir al Encuentro es el punto inicial para comenzar a involucrarse con las personas detrás de los productos y empezar con la transformación hacia co-productor.



| CONSUMIDORES Y PRODUCTORES, EN ENCUENTRO DEL CAMPO A LA CIUDAD. REGISTRO PERSONAL

ESTRUCTURA DE LOS PRODUCTOS

Son uno de los factores principales en todo este intercambio. El trabajo de los productores se ve representado en lo que llevan al Encuentro, todo el cuidado, el cariño que disponen en su producción, finalmente se muestra en ellos. Por otro lado son los productos los que animan al consumidor a llegar al Encuentro por primera vez. La búsqueda de una alimentación limpia y buena son factores que priman en la decisión de compra de los consumidores más informados. Y para los que no están informados, el solo hecho de encontrarse con productos ricos y sabrosos, con el olor preciso

y el color que resalta, es un aliciente para asistir y vivir esta experiencia.

La temporalidad se vive en cada fruta, verdura, preparación. Todo está acorde con las estaciones y los ciclos de la Tierra. Los productores transmiten esta consciencia por el ecosistema y el respeto por el entorno a través de sus productos. Así el consumidor se educa Encuentro a Encuentro, reconociendo ciertos productos y descubriendo otros. Lo que nos lleva a la biodiversidad y la preocupación por los alimentos propios de nuestra tierra. Estos conceptos son transmitidos a través de la experiencia del Encuentro y de la consciencia de los participantes de éste.

| PRODUCTOS Y PARTICIPANTES EN EL ENCUENTRO
DEL CAMPO A LA CIUDAD
REGISTRO PERSONAL



SISTEMAS PARTICIPATIVOS DE GARANTÍA

La estructura del Encuentro se ve reforzada por los conceptos de confianza, participación, horizontalidad, visión compartida y transparencia. 5 pilares dentro de los Sistemas Participativos de Garantía. (SPG)

Los SPG corresponden a un modelo de certificación alternativa que permite asegurar el proceso agroecológico de los productos, y que están basados en la confianza que se genera entre Productores y Co-productores, y el vínculo que llega a formarse entre ellos y este intercambio productivo/social. Los SPG buscan validar el comercio local, ajustándose a las diferentes realidades socio-culturales, al igual que el concepto de lo agroecológico, el cual denota un manejo social consciente del contexto local y su biodiversidad. El cuidado, buen manejo y respeto de la tierra.

Conceptos que son compartidos por la filosofía Slow Food, donde lo BUENO (productos de temporada, acordes a la cultura local), LIMPIO (protección del medio ambiente, bienestar animal y salud humana) y JUSTO (precios accesibles, valoración de la producción) son los ejes principales del enfoque activista que pretende hacer ver este movimiento. Además de generar un vínculo cercano entre productores y co-productores.



DIAGRAMA 6) SPG
REGISTRO PERSONAL.

Es así como las distintas experiencias, personas, productos, determinan la formación de este Encuentro y entregan al intercambio productivo una forma de relación más cercana, consciente y respetuosa con nuestra tierra, nuestro cuerpo y nuestra comunidad.

Este proceso de observación se fue experimentando a medida que se participaba de este intercambio, mientras las relaciones crecían y las vivencias marcaban. Fue un proceso subjetivo y personal. Y para generar un recuento de lo observado se realizó una línea de tiempo, que ayuda a conocer parte del proceso.

Esta línea de tiempo se construye en base a las actividades realizadas por el convivium Pilgua, como visitas a los predios de los productores, exposiciones, mercados, reuniones de co-productores.

Visualmente entrega un ritmo, un trayecto compuesto por diferentes actividades entre productores y co-productores. Nos entrega colores, tonalidades que son propias de los Encuentros. Estos colores además de mostrarnos un ritmo visual, nos entregan información ligada a la temporalidad. Cada acción se hizo en un tiempo, en un espacio. Cada producto que se llevó en una fecha, y a un lugar.

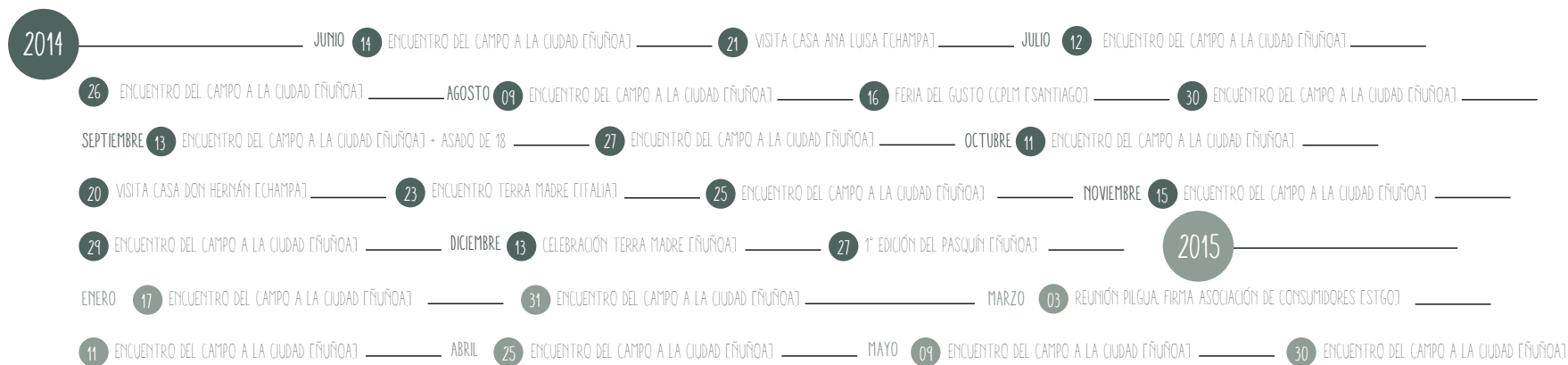
Permite obtener una información relevante para el desarrollo del lenguaje visual. Ya que la diversidad de los productos/acciones, permite una gama cromática muy amplia. Lo que le entrega dinamismo al proceso y una constante mutación visual.

CONCEPTOS:

Temporalidad → dinamismo

Acción → avance en el tiempo/ historias

Diversidad → visual



LÍNEA DE TIEMPO
REGISTRO PILGUA + REGISTRO PERSONAL.



JUNIO

2014



JULIO



AGOSTO



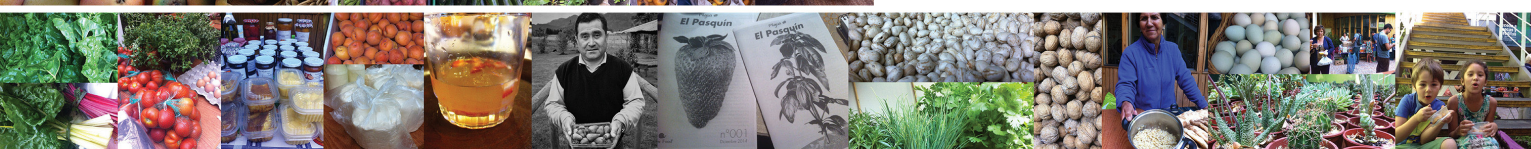
SEPTIEMBRE



OCTUBRE



NOVIEMBRE



DICIEMBRE



ENERO

2015



MARZO



ABRIL



MAYO

DIÁLOGO CON INVOLUCRADOS

En paralelo a la observación del Encuentro mismo, se mantuvo un constante diálogo con los protagonistas del modelo de intercambio. Así se recogen las visiones de los participantes, sus impresiones de lo que están haciendo. Parte de sus historias y las motivaciones con las que contaron para comenzar a generar esta red humana.



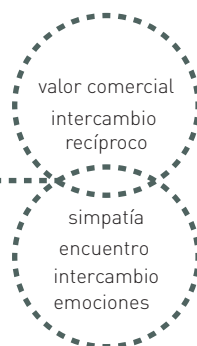
MARIANELLA BELMAR | ÁGUILA SUR

[PRODUCTORA DE PLANTAS NATIVAS,
HIERBAS MEDICINALES,
GALLINAS DE LIBRE PASTOREO]

“El contacto con la tierra... Los tiempos que tiene la naturaleza, que los tiempos no son los mismos que dominan en las ciudades, que todo es más inmediato. Y a las semillas hay que darles su tiempo. (...) Es que tener paciencia es como tener sabiduría, porque uno sabe que va a lograr lo que quiere y en la forma que quiere.”



“Es difícil a veces tratar de expresar en palabras, emociones, porque las emociones son eso, emociones, pero para darlas a conocer hay que traspasarlas a palabras. Es que es (...) es lo que yo aspiro a tener como el receptor de los productos de aquí. Gente que ve más allá del valor comercial de los productos, entonces es como una proyección de lo que yo pienso debe ser el intercambio de cosas. Es gratísimo. Hasta hace poco me preguntaba “Por qué son así, por qué serán así”. Pero ahora pienso que hay un intercambio recíproco de, de simpatía. Y es un lugar de encuentro más que un lugar de venta, es un lugar de encuentro, donde uno quisiera entregar sus productos. Bajo esas características.”



“Todos tienen claro que esos lugares de encuentro hay que cuidarlos. No se pueden desperdiciar instancias así. (...) Justo esos lugares de encuentro, de intercambio no solamente de productos, sino que de ideas, de conocimientos.”



“Paine es un terreno apto para producir cosas, pero por ejemplo aquí en águila, hay cosas que no resultan. Por ejemplo los paltos, acá hay que gente que insiste con los paltos, y con las heladas los paltos se resienten entonces no es para paltos, entonces hay que ver lo que es de la zona. Hay cosas que no resultan.”





MARÍA ELENA TORO | COLONIA KENNEDY

[PRODUCTORA DE QUESO FRESCO,
YOGUR, LECHE ENTERA.]

“A mi me gusta todo el trabajo, porque empezamos sacando la leche la mañana, después hacer los queso, venderlos... Y es un trabajo limpio Pero a mi me gusta todo, porque a mi me gusta el campo, si nunca he querido vivir en la ciudad...”

trabajo
limpio
me gusta

“Me gusta ir, mas que por las ventas muchos piensan que es por lo que uno vende, no, si es bueno es bueno, yo fui la primera vez por probar, pero me gusta el ambiente, eso me gusta”

bueno
probar
ambiente
me gusta

“Me gusta el ambiente, que uno ve a otras personas, conoce otra gente y que son todas, toda la gente que llega ahí es como uno eh no la miran que por que uno va del campo, que porque es más pobre, no po, eh comparten conversan con uno, igual le preguntan cosas y eso es rico. Y que conoce distintos tipos de gente ahí po, así que a mi me gusta (...)”

conoce
campo
comparten
conversan
distintos

“De los encuentros la amistad que se forma, la convivencia y que todos compartimos, casi todos, compartimos unos con otros, pero bien, me gusta... Si hay una amistad, confianza, porque incluso nosotras somos tres y nos ayudamos a vender, a cobrar a que todos paguen a que uno entregue lo que vende, y así po somos tres las que estamos siempre...Con la Señora Lidia y la Señora Mariane-la la de las plantas, y siempre estamos juntas.”

encuentros
amistad
confianza
compartimos



SARA JORQUERA | PERALILLO
[PRODUCTORA DE CONSERVAS,
FRUTOS SECOS.]

“Espectacular estos encuentros, porque bueno uno sale de la rutina, también es bonito porque uno tiene sus atractivos, conoce gente, se comparte.”

sale de la rutina
comparte

“O sea lo que siempre digo yo, uno cuando hace las cosas con amor, siempre resultan bien. Cuando me dicen oh que te quedó rico, es que yo todo lo hago con amor, les digo.(...) Queriendo el producto, Por ejemplo cuando voy a regalar, a mi me duele, por que yo digo ¿y si a la gente no le gusta y lo bota?. Pero la gente que me compra, yo sé que se lo va a comer y le va a gustar, y así va a volver.”

amor
producto
gente
gustar

“uno va progresando cada vez más, va haciendo ideas, va cambiando los sabores, va innovando. Entonces es bueno. Aprendí a hacer la mermelada de naranja que siempre quedaba muy amarga. Ahora tiene el toque preciso.”

progresando
ideas
sabores
Aprendí

“Es buena, trata uno de tener una mejor relación. Se nota que hay una mayor conciencia por parte del consumidor, la gente está cambiando su manera de, no sé si de pensar y todo, por el problema de los químicos. Pero es bueno, uno trata de decirle, de explicar y eso le gusta a la gente, saber como se hace. Hay una relación más cercana.”

buena
relación
conciencia
cercana



ENZO SOLARI
[AGRÓNOMO |
SISTEMA AGROECOLÓGICO]

“Lograr un objetivo, que es la soberanía alimentaria, y más allá de la soberanía alimentaria podemos hablar del buen vivir, el buen vivir es esa forma de mirar el entorno y de relacionarte contigo mismo, con la gente y con la naturaleza (...) Entonces para ese camino la agroecología es una forma de hacer las cosas, una herramienta de no solo producir sino es un acto de reflexión”

buen vivir,
soberanía alimentaria
gente
naturaleza
agroecología
herramienta
reflexión

“A todos ellos los considero unas personas que saben mucho y como a alguien cercano, como parte de la familia, una relación bien cercana, con los agricultores en general.”

cercano
familia
relación
agricultores

“Ha sido una relación súper también de amistad, de amigos, de familia. Ellos sobre todo los productores además de considerarlos unos amigos o personas cercanas, también están súper agradecidos del apoyo que les han dado ellos, lo reconocen hartito y lo valoran mucho. Y también desde el otro lado, desde la visión de los co-productores, creo que también para ellos ha sido una relación bien de familia.”

agradecidos
apoyo
valoran
co-productores
familia

“Una relación humana bien cálida, algo que es difícil que se de. Ojalá no sea difícil, para q se pueda replicar en otros lados pero encuentro que es algo que no es común... Y las voluntades de ambas partes de continuar esto frente a la adversidad, a los momentos difíciles... Yo creo que son las relaciones humanas las que han sostenido esto.”

cálida
relación humana
encuentro
voluntades



CAROLINA CARRIEL

ECO-PRODUCTORA DE PILGUA |
LÍDER CONVIVIMU

"Así llegó Pilgua a mi vida, con las ganas de hacer algo distinto relacionado con la comida, pero más allá de un blog si no que entregar información interesante y relevante respecto al patrimonio gastronómico culinario"

Pilgua
comida
información
patrimonio
gastronómico
culinario

"instancia de conversación que se genera entre todos, o sea, coproductor con coproductor, coproductor con cliente, productor con cliente, productor con productor, o sea se dan instancia de conversación"

conversación
coproductor
productor
cliente

"Yo creo que a ellos les entrego la valoración de su trabajo, porque de verdad o sea cuando yo le digo a la señora Nena "su queso es el mejor del mundo" ella me mira así como, al principio media asustada, ya esta niña jamás ha comido queso en su vida, pero ahora lo encuentra bacán y cuenta y llega a mostrar como mira hice esta variedad de aceituna, entonces en el fondo yo siento que uno le da el impulso y el reconocimiento a su trabajo, como aplaudir que de verdad su leche es maravillosa, y que yo de verdad le agradezco que realmente se haya levantado a las cuatro cinco de la mañana a ordeñar la vaca y traernos sus productos a todos..."

valoración
trabajo
reconocimiento
maravillosa
agradezco
productos

"Pilgua para mi es un grupo de personas que siguen mis mismos intereses y es un lugar limpio en mi vida, como veo que está todo tan contaminado, la mala onda, los créditos bancarios, la hipoteca y que se yo...y en verdad Pilgua es el lugar donde yo consigo tener relaciones como super simples pero no con una connotación negativa, sino que relaciones como más limpias, relaciones que se establecen entre personas que si bien tenemos un interés común que es la comida que se yo, también nos hemos podido organizar para hacer cosas tan bonitas como generar estos lazos con los productores."

limpio
relaciones
personas
comida
lazos
productores

"Es una experiencia totalmente nueva, si uno está acostumbrado yo igual compraba hartas cosas en el supermercado entonces estás acostumbrado a sacarlas del estante cachai y ver todo igual, entonces acá no po, ver todo, ver las plantas de maní, que la señora Nena nos enseñara hacer el queso, o sea una experiencia maravillosa. Organizábamos visitas a terreno cada cierto tiempo y ahí conocimos más productores, la señora Ana Luisa, ahí fuimos donde la Marianela también..."

experiencia
supermercado
plantas
nueva
visitas a terreno
productores

"Confianza, confianza porque nosotros lo que ya hemos dicho muchas veces, nosotros no le exigimos ningún tipo de certificado ni timbre ni nada, como nosotros vemos los procesos, vemos lo que hacen, vamos a sus campos vamos a sus tierras a sus casas, nosotros sabemos que de verdad que lo que están haciendo es una cosa limpia con cariño, con respeto hacia el entorno y... confianza de ellos hacia nosotros también, porque uno podría ser un intermediario más..."

confianza
certificado
procesos
tierras
limpia
cariño
respeto
entorno

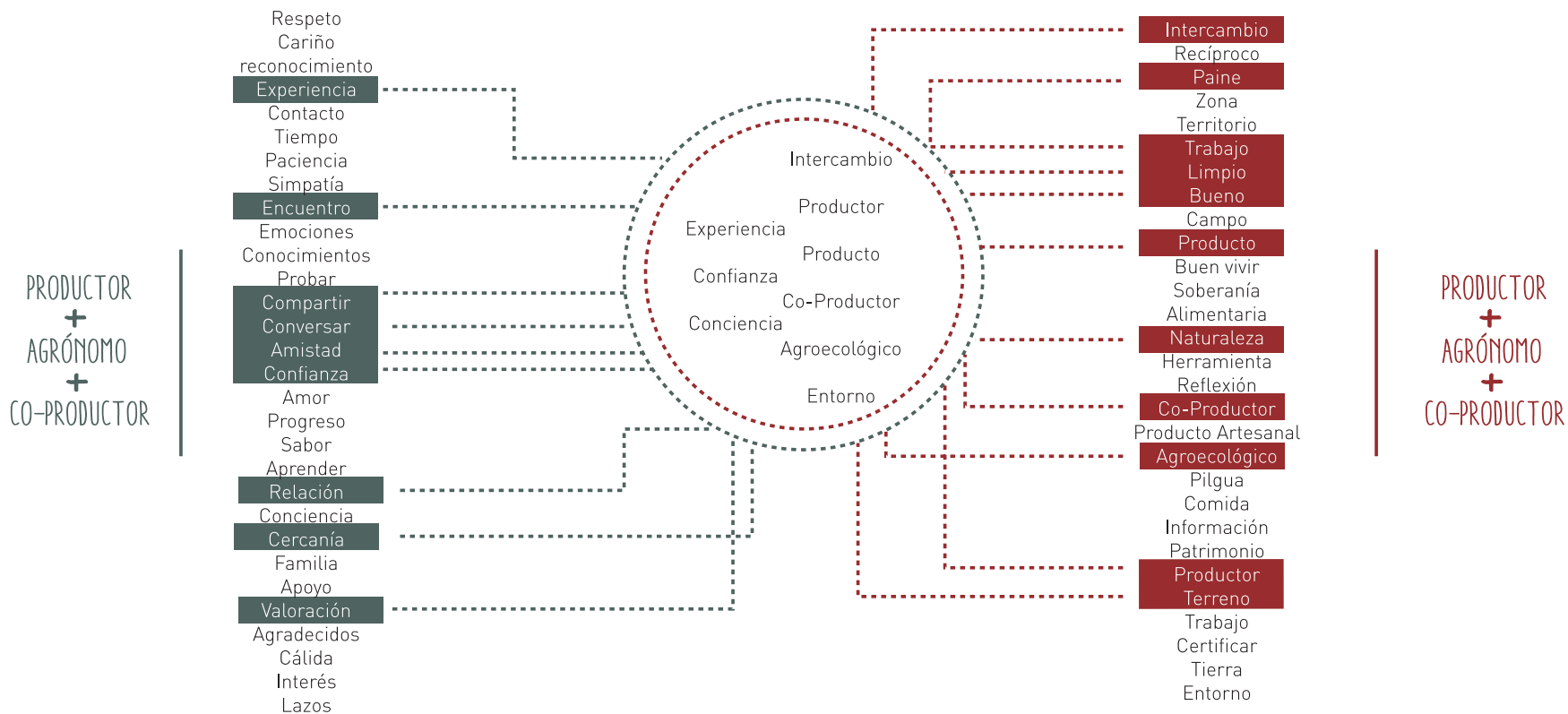


DIAGRAMA 7| LEVANTAMIENTO CONCEPTUAL

Los productores fueron representados por tres de sus participantes, de distintos sectores del comuna sector de Paine, Aguila Sur, Peralillo y Colonia Kennedy.

Se toma en consideración los conceptos del agrónomo, persona experta en todo el tema agroecológico y por último la voz de la líder del convivium y representante de los participantes de Pilgua.

Nacieron dos áreas de observación conceptual, la relacionada con la emotividad y el sentir, y la otra ligada al intercambio y a los participantes del Encuentro.

CONCLUSIONES EXTRAÍDAS

El levantamiento de información nos permite comprender la historia, los procesos y las acciones presentes en el modelo de intercambio productivo, que son determinantes para la generación de vínculos entre los participantes del Encuentro.

Es así como podemos destacar los tres hitos que permiten entregar una línea visual para el desarrollo del proyecto:

1º DESPLAZAMIENTO/ENTORNO

→ Situar el recorrido que hacen los productores/campesinos con sus productos nos entrega un primer contexto. Un desplazamiento geográfico pero también de realidad y vivencia. El cambio de ritmo en los sectores periféricos de Santiago, muestra un panorama envuelto en la calma y quietud del entorno y contrasta con la rapidéz y el ruido de la capital.

Por otro lado permite al consumidor construir por medio de la imagen una realidad contextual de lo que se vive previamente al Encuentro.

2º CONFIANZA/VÍNCULO

→ Nace a raíz de las conversaciones entre las personas involucradas. La muestra de interés por parte de los co-productores hacia el trabajo del productor/campesino, va incrementando la valoración de lo que se hace y se entrega. Y el cariño con el que trabajan los productores,

alimenta la motivación de los co-productores para seguir generando las instancias de intercambio e ir mostrando las relaciones a los demás consumidores.

Un hecho puntual que refuerza el concepto de confianza, es la acción de invitar al otro a la casa propia. Ingresar al hogar de una persona denota una confianza absoluta. Porque es allí el hogar, el espacio más íntimo de las familias.

3º ENCUENTRO/INTERCAMBIO

→ Es la instancia que reúne el intercambio en sí. Los agentes activos (productores y co-productores) se desenvuelven ante los consumidores y disponen de sus conocimientos y experiencias para generar en ellos un nuevo pensamiento relacionado con los mecanismos de comercialización a una escala directa, sin intermediarios.

Es la instancia en donde nace el diálogo y el primer acercamiento entre consumidores y productores. Hay muestras de cariños, abrazos, risas y anécdotas que enriquecen el acto comercial del intercambio.



**MAPEO DE
REFERENTES
AUDIOVISUALES**

1. ATLAS VIVO DE CHILE

[<http://www.atlasvivodechile.com/>]

Descripción

El proyecto Atlas Vivo de Chile nace de la convicción de que un país es lo que su gente hace de él, y que el mejor y más potente vehículo para proyectar su imagen hacia el exterior está constituido por las personas que lo habitan. Debido a ello, cada historia es protagonizada por un chileno o chilena, desde un niño jugando a dominar olas en una playa de Arica hasta un piloto experto en la Patagonia; desde una solitaria locutora de radio comunal de la pampa salitrera hasta un canal de televisión manejado por niños en la isla de Chiloé.

Los 125 videos contemplados en el proyecto –y que han sido registrados a lo largo de todo el territorio nacional- tienen una duración promedio de tres minutos, y poseen una estética realista, sin efectos especiales, música incidental ni narrador en off. En conjunto, apuntan a convertirse en una ventana para observar a Chile a través de una suma de sensaciones, ambientes, voces y detalles que expresen rasgos representativos de nuestra identidad colectiva, y que nos permitan enriquecer el relato que hacemos de nuestro país hacia el exterior.

Proyecto realizado por la Fundación Imagen de Chile y la productora Aplaplac.

Conceptos observados:

- Rescate del imaginario.
- Se enfoca en la persona, en su historia, tradición.
- Retrata la experiencia del otro.

Ritmo del video:

- Imágenes contextuales / Entorno del espacio/ Historia.
- Imágenes de detalles / proceso de creación.
- Imagen de la persona / TESTIMONIO.

Audio:

- Relato del protagonista, en primera persona.
- Acompaña como voz de fondo.

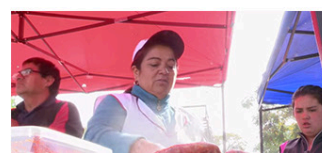
Tomas:

- Cámara fija, primeros planos.
- Enmarca los detalles.
- EN movimiento, direccionalidad ante una acción.

Otros:

Hay presencia de texto dentro del video, como intervención para entregar datos de lugares, productos, nombres.

Duración: 3:25 seg.



Conceptos observados:

- Escenarios a lo largo de todo Chile.
- Realidades cotidianas.
- Relato contemplativo,
- Espectador es un observador de la situación.

Ritmo del video:

- Son circunstanciales.
- No tienen un inicio, ni un fin. Son parte de algo.

Audio:

- Sonido ambiental.

Tomas:

- Toma fija.
- Transcurre una acción.
- A veces esta acción sale del cuadro.

Otros:

Duración: entre 0:50 seg. /1:40 min. Apróx.

2.- MAFI: MAPA FÍLMICO DE UN PAÍS

[mafi.tv]

Descripción

MAFI (Mapa Fílmico de un País) es una organización sin fines de lucro dedicada al registro documental con el objetivo de contribuir a la memoria audiovisual del país y fomentar la reflexión social en base a imágenes.

La mirada MAFI se caracteriza por capturar fragmentos documentales que invitan a detenerse a mirar, reivindicando el valor expresivo de la imagen como forma de pensar la realidad. Para ello MAFI trabaja con una red de realizadores nacionales que aportan su mirada en la construcción de este mapa fílmico del país.



EJEMPLO | SECUENCIA VIDEO 2.

3. VIDEO THE BRIDGE AT QÈSWACHAKA.

[<https://www.youtube.com/watch?v=dql-D6JQ1Bc>]

Descripción:

Cada año, las comunidades locales a ambos lados del Cañón del Río Apurímac utiliza técnicas tradicionales de ingeniería Inka para reconstruir el puente Q'eswachaka.

Proyecto realizado por Noonday Films y el National Museum of the American Indian.

Conceptos observados:

- Trabajo de la comunidad.
- Rescate de las tradiciones.

Ritmo del video:

- Introducción al tema/ historia/ Contexto.
- Desarrollo del tema/ actividad.
- Descripción del proceso / Testimonio.

Audio:

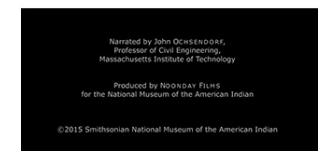
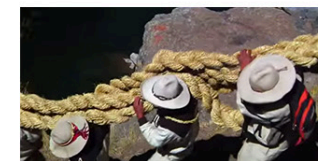
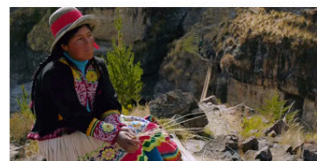
- Voz en off que narra la historia, el proceso y el fin de la tradición Inka.
- Sonido ambiente en conjunto con el ambiente-contextual.
- Audio en inglés, cuenta con subtítulo.

Tomas:

- En movimiento.
- También estáticas.

Otros:

Duración: 3:25 seg.



Conceptos observados:

- Trabajo de campesinas.
- Conservación de las tradiciones
- Rescate de las tradiciones.
- Historias en primera persona, implicancia de los personajes.
- Recetario audiovisual, muestran los productos y destaca las preparaciones.

Ritmo del video:

- Introducción / muestra el contexto
- Música acompaña al sonido ambiental
- Se entremezclan las historias. Le da un ritmo y un seguimiento a la narración del relato.

Audio:

- El sonido ambiente es el que predomina a lo largo de la narración.
- Se ocupa el recurso de relato en ciertas partes de la historia.
- En puntos específicos de la narración, se utiliza música instrumental para enfatizar la toma.

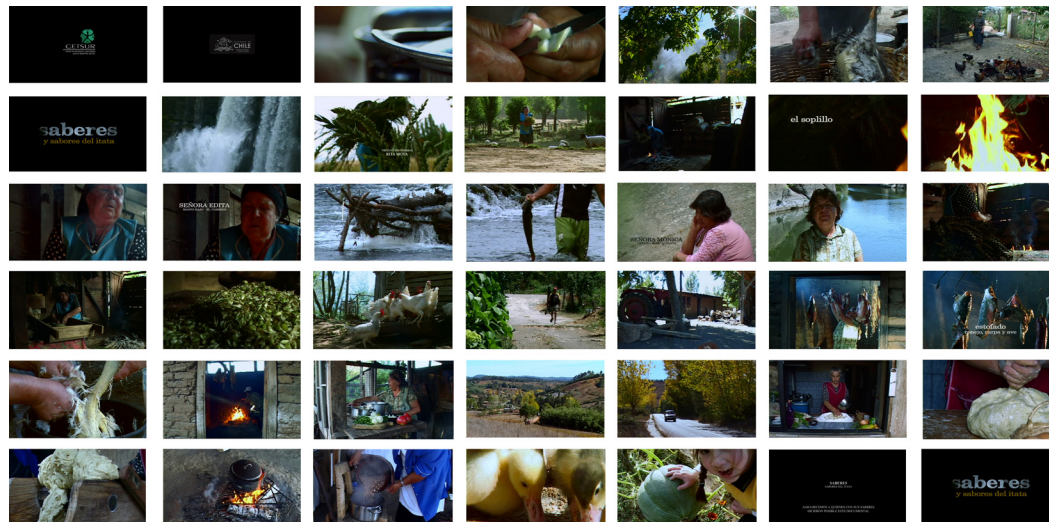
Tomas:

- Cámara en movimiento
- Cámara fija
- Planos generales, para el contexto
- Primeros planos, detalles

Otros:

Intervención tipográfica. Especificaciones de algunos conceptos.
Presentación personajes.

Duración: 59:00 minutos apróx.



4. SABERES Y SABORES DEL ITATA

[Documental]

Documental Ganador del "Arara de Ouro", TourFilm Brazil Festival Internacional 2011.

Descripción:

A orillas del río Itata, de cordillera a mar, la cocina de seis mujeres campesinas evoca con sus aromas, colores y sonidos, centenarias recetas de la culinaria tradicional rural. Un registro íntimo, en lo más profundo del corazón de un territorio que, resistiendo el avance de pinos y eucaliptos, de políticas agrarias desfavorables y el avance de la llamada modernidad, aún sorprende con los saberes que estas mujeres han atesorado de sus antepasados. Basado en el libro "Tiempos de fogón, caldos y otros recuerdos de mujeres del Itata" editado por CET SUR, este documental revaloriza un modo de vida que tal vez desaparezca con sus protagonistas.

EJEMPLO | SECUENCIA VIDEO 4.



MIRADA



El tono del registro es experiencial, en base al sentir personal que busca acerca al otro. Se muestra un mundo interior, subjetivo. Haciendo una invitación a ser parte de esto. Es así como a partir del mundo interior, es posible llegar a un Encuentro con el otro. **"Mientras más implico al receptor en forma íntima, emocional, y por lo tanto en forma individual y personalizada, más me aseguro su adhesión."**²²

Por medio de la observación se lleva a un viaje que recorre el contexto de los productores, las acciones que realizan ante cada encuentro y el vínculo que prima en el intercambio productivo, el cual se ve envuelto por las relaciones interpersonales y la dinámica entre las personas asistentes.

Así por medio de la subjetividad se muestra un recorrido hacia la humanización del intercambio productivo, enfocándose en las personas y sus acciones. Viviendo, transitando, percibiendo.

"La realidad que entonces aparece en la imagen, una vez seleccionada e integrada, es el resultado de una percepción subjetiva del mundo: la del realizador. El cine nos da de la realidad una imagen artística, de modo que si lo pensamos bien, es totalmente no realista (piénsese en la función de los primeros planos y de la música, por ejemplo), y reconstruida con arreglo a lo que el realizador pretende hacerle expresar, sensorial o intelectual mente."²³

.....

[22] OLHAGARAY, N. 2002. Del video-arte al net-arte. Santiago, Chile. Editorial LOM. p.62
 [23] MARTIN, M. 2002. El lenguaje del cine. Barcelona, España. Editorial Gedisa, S.A. p.30

FOTOGRAFÍAS ANÁLOGAS|
REGISTRO PERSONAL.

A woman with dark hair, wearing a traditional woven sweater with colorful patterns, is shown in profile. She is holding a white bowl filled with a light-colored soup or broth. In the background, a kitchen setting is visible with a white wall and a window. In the foreground, a white pot with a floral pattern and a black handle is visible on a stove. The overall scene suggests a domestic or cultural context.

**PROYECTO
AUDIOVISUAL**

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Serie de tres vídeos de aproximadamente 3 minutos de duración, que aborda el modelo de intercambio productivo ya descrito y analizado, el cual está basado en las relaciones humanas que se generan entre los involucrados.

Desde de una mirada **subjetiva y autoral** se busca incluir al consumidor que llega al vídeo, por medio de planos generales y ritmos dinámicos que invitan a la observación y al seguimiento de las acciones.

Cada capítulo está destinado a retratar los hitos que se involucran dentro del intercambio. En el primer capítulo, se retrata el desplazamiento desde Santiago a Paine al encuentro del productor y de su contexto.

Luego, el segundo capítulo muestra al productor preparándose para ir al encuentro de los otros productores y salir desde Paine hacia el intercambio productivo en Santiago. Por último el tercer capítulo muestra el momento en que comienza el Encuentro entre los productores y los co-productores. Dando paso a la actividad del Encuentro, sus dinámicas propias y el contacto con los consumidores.

Así se pone en descubierto la modalidad que se vive en el intercambio productivo, desde que se concibe, hasta las acciones propias de dicho modelo.

Es de carácter conativo ya que “ *trata de implicar a tal grado al receptor, que es capaz de producir un cambio en su conducta. El video conativo, es un video que moviliza una serie de recursos de atracción, de seducción y mecanismos de identificación para alterar un comportamiento. (...) una solución aparentemente paradójica; una de las formas, por lo menos en el campo del arte, para implicar un público, es precisamente ofreciéndole algo que desconoce.*”²⁴

Así por medio de una realidad que no se ha mostrado, y un modelo que busca la interacción entre las personas, por medio de las conversaciones, los saludos y las risas, se trae a la visualidad imágenes que representan el intercambio.

Cabe mencionar que es de carácter experimental, generando ritmos y relatos desde la perspectiva autoral.

Por último se hace extensiva la invitación de participar en el Encuentro mismo, para generar un contacto directo con los productores, y para que el consumidor pueda experimentar en persona la experiencia del intercambio productivo. Dejando un mensaje que apele a la participación y a la transformación del consumidor en su acto de compra. E incluyendo la dirección del Encuentro como acto difusivo.

[24] OLHAGARAY, N. 2002. Del video-arte al net-arte. Santiago, Chile. Editorial LOM. p.63

ESPECIFICACIONES CONCEPTUALES Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Finalidad

Mostrar el vínculo que se genera entre productores agroecológicos del sector de Paine y Pirque y co-productores del convivium Pilgua, para invitar a los consumidores a transformarse en consumidores conscientes. (co-productores)

Tipo de registro

Documental

Sinopsis

Por medio de imágenes cercanas que invitan a conocer la intimidad del hogar de los productores, y la dinámica humana del Encuentro que los reúne en su intercambio productivo, se da a conocer el vínculo que predomina. Acercando al consumidor a la dinámica del Encuentro desde el contexto de los productores, el recorrido que realizan hacia el Encuentro y la interacción que se genera en él.

Conceptos

Desplazamiento/Entorno
Confianza/Vínculo
Encuentro/Intercambio

Llamado

Conoce, comparte, transforma

El mensaje final busca invitar al consumidor a descubrir este nuevo modelo de comercialización limpio y consciente. Así por medio de palabras cortas pero potentes se desarrolla dicha invitación.

Piezas

3 vídeos.

Formato

Full HD

Locación

Sector de Paine y Santiago. Específicamente Águila Sur y Providencia.

Mirada/Imagen

Mirada subjetiva e íntima.

Escenografía/Ambientación

Lugares al exterior (predios de productores, sector del Encuentro) contexto territorial. Lugares interiores como casas de los productores, contexto de confianza y cotidianeidad.

Planos

Planos generales que contextualizan el territorio y la acción. Primeros planos a lugares más cercanos e íntimos al interior de las casas de algunos productores y acciones hecha por ellos mismos.

Movimientos de la cámara

Mixto, se ocupa la cámara en movimiento para la contextualización. Y la cámara fija para el transcurso de las acciones.

Relato Narración

Relato visual, seguimiento de la trayectoria. Intervención de texto conceptual para informar y educar al consumidor.

Iluminación

luz natural y de interior.

Color

Según la temporalidad.

Sonido

Sonido ambiente (sonido-territorio)

Duración: 2:30 - 3:00 minutos apróx.

GUIÓN

En base a los conceptos desarrollados dentro del levantamiento de información se construye un guión informativo y cercano para integrar a la imagen. Así por medio de frases cortas y descriptivas se introducen filosofías aplicadas en el modelo de intercambio.

Agroecología

“Es una forma de ver el desarrollo rural, una forma de hacer agricultura que da origen a una forma de vida”.

Su producción es limpia y basada en lo local. “No utiliza productos químicos, fertilizantes o pesticidas, y sus insumos son producidos por los propios agricultores o por otros productores de su territorio”.

No es lo mismo que agricultura orgánica. “El concepto de agroecología es mucho más amplio, va asociado a una arista cultural y social importante, versus la agricultura orgánica que es netamente producción y está asociada a una certificación”.

Impulsa la asociatividad, en el proceso productivo y/o de comercialización. “Los productores establecen confianzas entre ellos y dejan de estar tan solos. Este vínculo también los enriquece. Eso es agroecología, estar con el otro, con el compañero, apoyándose y aprendiendo”.

Slow Food

Slow Food rescata el derecho fundamental al placer y a la responsabilidad de proteger el patrimonio alimentario, tradicional y cultural.

Destaca el concepto de Ecogastronomía: Reconocimiento de la fuerte conexión entre la comida, la tierra y el planeta.

Busca que los alimentos y toda acción rodeada a ellos sea Bueno, Limpio, Justo

Co-Productor

Paso de consumidor a socio activo de todo el proceso de producción de los alimentos, se informa e involucra apoyando.

‘Convivium’ es una palabra latina que significa ‘fiesta, diversión, banquete’, y Slow Food aplica este apropiado término a sus asociaciones locales.

Los Convivium establecen relaciones con productores, emprenden campañas para proteger alimentos tradicionales, cultivan el aprecio por el placer y la calidad en la vida cotidiana.

Sistemas Participativos de Garantía

Los SPG corresponden a un modelo de certificación alternativa que permite asegurar el proceso agroecológico de los productos.

Están basados en la confianza que se genera entre Productores y Co-productores, y el vínculo que llega a formarse entre ellos y este intercambio productivo/social.

Los SPG buscan validar el comercio local, ajustándose a las diferentes realidades socio-culturales, conscientes del contexto local y su biodiversidad. El cuidado, buen manejo y respeto de la tierra.

Comercio Justo

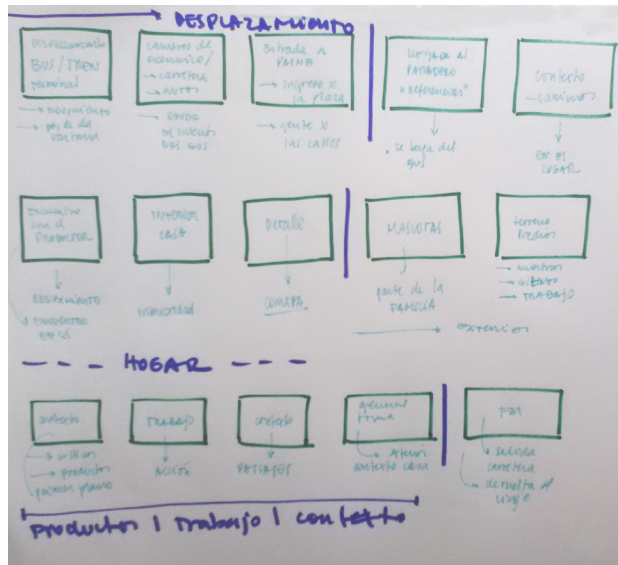
Garantiza condiciones respetuosas para el productor, sus derechos, ingresos sostenibles y la valoración de lo que produce. Tiende a asegurar cadenas cortas de comercialización, para evitar intermediarios. Contribuye a crear relaciones directas entre productores y consumidores. Impulsa el intercambio cultural en la transacción, convirtiendo a estos consumidores conscientes en co-productores.



BITÁCORA DEL PROYECTO

El proceso de grabación se realizó bajo un conocimiento del lugar, explorado en fechas anteriores y visitas a otros productores de la misma zona. De las cuales se extrajo un registro visual fotográfico del entorno detallado. Además de entregar la información territorial, en el sentido de reconocer los hitos dentro del camino que ayudan a situarse.

Bajo este conocimiento visual es que se genera storyboard para el primer prototipo de la secuencia audiovisual, buscando generar una estructura en cuanto a ritmo e intencionalidad.



STORYBOARD INICIAL | RESUMEN CONCEPTUAL



ACERCAMIENTO AL STROYEYBOARD | INTENCIONALIDAD

SOTORYBOARD (boceto estructura/ intencionalidad)

ROTOTIPO → DESPLAZAMIENTO DESDE STGO A PAINE

→ AL ENCUENTRO CON EL DE PRODUCTOR

→ RITMOS DE LA SECUENCIA
IDENTIDAD GRÁFICA

IDENTIDAD GRÁFICA

NAMING

El proyecto se denomina al ENCUENTRO, entregando de inmediato un enfoque de reunión y comunidad. Compuesto por la contracción²⁵ al y la palabra Encuentro²⁶. Se abarca de inmediato el acto que se realiza entre los involucrados del intercambio, existiendo una acción, un acercarse. Además refuerza la intencionalidad del vídeo, ya que invita a conocer al otro, y se puede jugar con la especificación. Incluyendo el nombre de la persona o producto retratado. Por ejemplo con el prototipo se fue al encuentro de Marce, una de las productoras agroecológicas de Paine.

LOGOTIPO

Se realiza bajo los conceptos ya trabajados (desplazamiento/entorno, confianza/vínculo, encuentro/intercambio) un ejercicio manual para generar, por medio de un trazo manuscrito la palabra al. Entregando visualmente un recorrido que juega con la forma, aludiendo a la cordillera, elemento que destaca dentro del trayecto y el entorno de Paine.

Por otro lado se trabaja tipográficamente la palabra encuentro, buscando legibilidad, fuerza y unificación para el logotipo.

TIPOGRAFÍA

La tipografía seleccionada es Charcoal CY²⁷, sanserif regular.

Charcoal CY

A B C D E F G

a b c d e f g

1 2 3 4 5 6 7

san serif regular

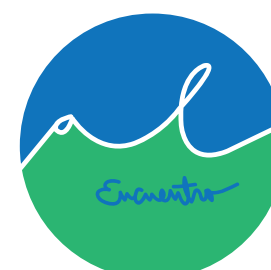


[25] Formación de una palabra a partir de otras dos de las que se omite bien la vocal con que acaba la primera, bien la vocal con que empieza la segunda: en español, "al" procede de la contracción de "a" y "el" [En línea] <http://es.thefreedictionary.com/Contracci%C3%B3n> [Consulta 06 septiembre 2015]
[26] Coincidencia o reunión de personas en un lugar [En línea] <http://es.thefreedictionary.com/encuentro>. [Consulta 06 septiembre 2015]
[27] Descarga gratuita de www.dafont.cl

EXPLORACIÓN DEL LOGOTIPO

En este ejemplo el trazo es demasiado abstracto, dificultando la legibilidad.

Otras propuestas que buscaban destacar el sentido de comunidad y de reunión utilizando la figura de la circunferencia. Además de una búsqueda tipográfica.



INTERVENCIÓN TIPOGRÁFICA

Se generó una búsqueda de tipografías para intervenir las tomas audiovisuales y entregar conceptos claves del modelo de intercambio productivo. Reforzando la imagen y la acción dentro del vídeo. Además de entregar al consumidor un conocimiento que amplía el entendimiento del modelo expuesto.

Se buscan tipografías con serif para que faciliten la lectura del texto en el vídeo. Al experimentar con el prototipo, se aprecia que el uso de este estilo no compatibiliza con las tomas, se pierden con el fondo y no ayudan a la legibilidad. Por lo tanto se procede a ampliar la búsqueda.



Bitstream
Vera Serif

A B C D E F G
a b c d e f g
1 2 3 4 5 6 7

Roman

Big Caslon
Medium

A B C D E F G
a b c d e f g
1 2 3 4 5 6 7

Medium





**BITÁCORA DE
GRABACIÓN**

CONCEPTUALIZACIÓN VISUAL

Es posible desarrollar un relato común en los tres videos, debido al uso de los conceptos principales extraídos y trabajados. La presencia del desplazamiento, la confianza y el encuentro ayudan en la generación de un hilo conductor en el discurso visual.

DESCRIPCIÓN VIDEOS

VIDEO 1

Mano alzada + uso de trípode
Cuadros exploratorios
Tomas en movimiento, con leves desplazamientos.
Cámara fija, planos generales.
Registro de la acción

VIDEO 2

Uso de trípode en el interior
Mano alzada en el exterior
Tomas en movimiento, contextualización del entorno.
El detalle de la luz en este video es importante, ya que denota un cambio de día, al generar planos con luz nocturna y otros con luz diurna.
Esto enfatiza el trabajo y el esfuerzo que implica para los productores el asistir a los encuentros.

VIDEO 3

Cámara fija. Se desarrolla la acción dentro de escena.
Planos generales para retratar la interacción de los involucrados.

Es importante destacar que el sonido utilizado en los tres videos corresponde al sonido ambiente, esta elección refuerza la intencionalidad de involucrar al usuario que va a observar los videos, para situarlo en el contexto de lo que ocurre dentro de la imagen.

Por último es importante dejar en claro, que cada video rescata un concepto clave dentro del modelo de intercambio productivo.

VÍDEO 1 → AGROECOLOGÍA
VÍDEO 2 → SPG
VÍDEO 3 → SLOW FOOD/BUENO, LIMPIO, JUSTO

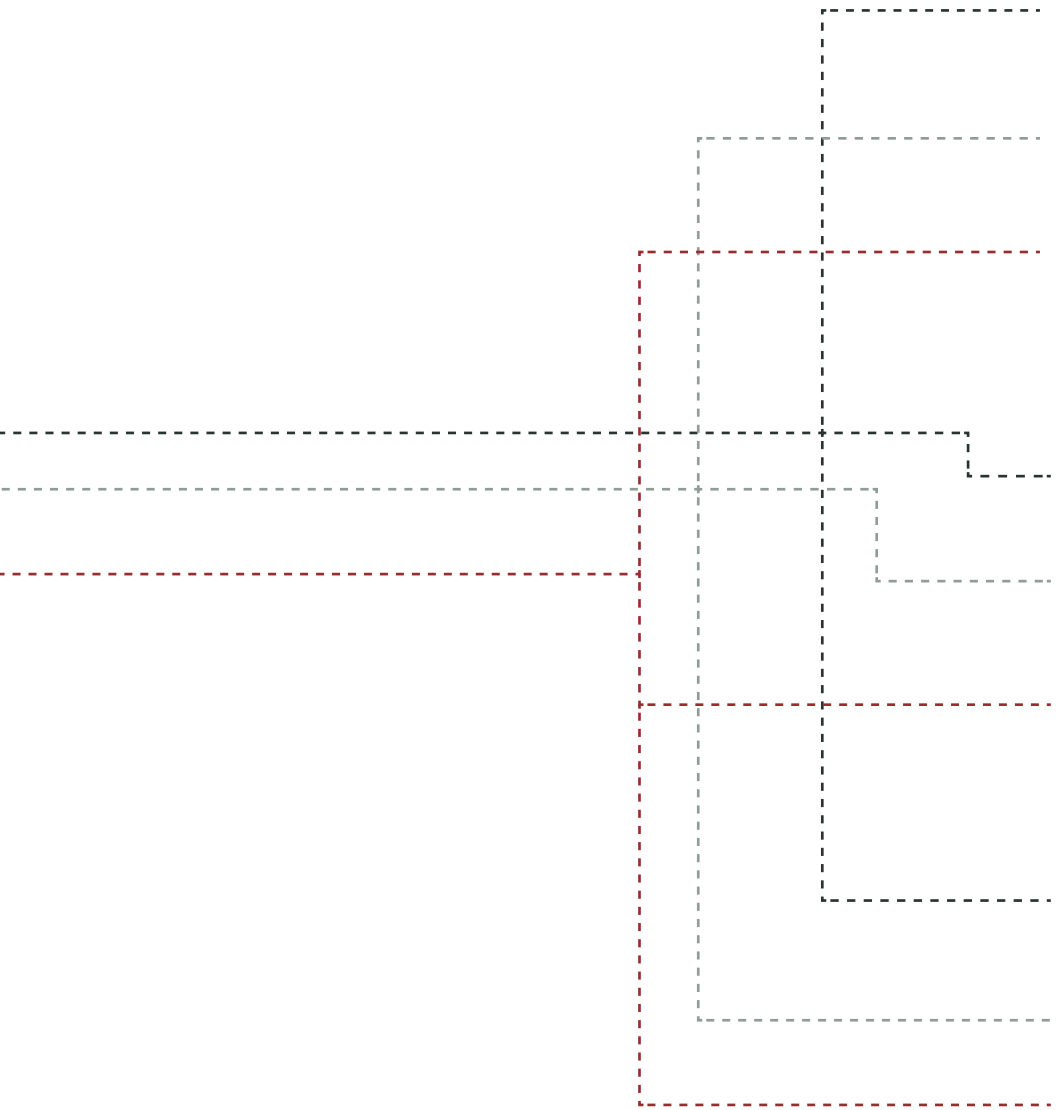
EQUIPO

Cámara CANON T3i
Canon 35mm f/2 USM IS
Tarjeta SAND ISK 16GB Class 10
Magic Lantern Firmware
Trípode
Macbook Pro OS X
Adobe Premiere CS6

DESPLAZAMIENTO/
ENTORNO

CONFIANZA/
VINCULO

ENCUENTRO/
INTERCAMBIO



VIDEO 1 [AL ENCUENTRO de Marce, Productora agroecológica]



VIDEO2 [AL ENCUENTRO de los Productores con Doña Sara y Don Pedro]



VIDEO3 [AL ENCUENTRO de Todos]

PROTOTIPO

Fue construido con las tomas generadas para el VIDEO 1 (Al Encuentro de Marcela, Productora agroecológica de Paine).

Características Técnicas

Programas utilizados: After Effects CS6. Premiere Pro CS6.

Full HD: 1920 x 1080 px

Fotogramas: 29.97 x seg.

Duración: 00:04:43 seg.

Algunas de las fallas que tuvo este prototipo, que luego tuvieron un replanteamiento en las próximas versiones, fueron:

Peso de los videos Una composición de dos minutos, al exportarlo (por After Effects) generaba un archivo de 3 o más GB, lo que dificultaba la reproducción óptima del archivo realizado., Lo que hacía que se quedara pegado o muchas veces se repetía en ciertas partes. Por lo tanto se evalua cambiar a Premiere CS6.

Tiempos: Planos muy largos, para lo cual se decide acortar la duración de cada clip. En algunos casos se cambian o eliminan planos.

Tipografía: La legibilidad no era absoluta, en algunas partes, dependiendo del fondo de la imagen se generaban ruidos visuales.



STORYBOARD VERSIÓN FINAL NUEVA INTERVENCIÓN TIPOGRÁFICA

Se comenzó una nueva búsqueda tipográfica, enfocada hacia un estilo san serif, de cuerpo regular, con un grosor que diera peso al texto y que aporte a la legibilidad. Permitiendo una adaptabilidad tipográfica en su uso dentro del plano.

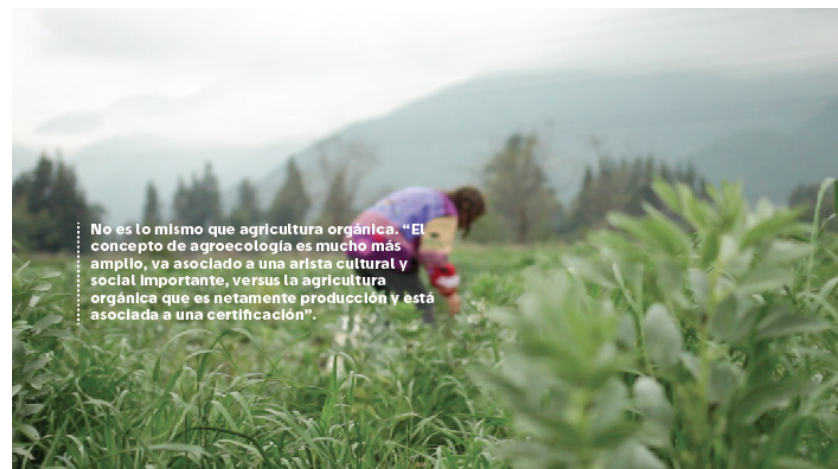
Tipografía seleccionada

STILU
A B C D E F G
a b c d e f g
1 2 3 4 5 6 7
Bold

APLICACIÓN TIPOGRÁFICA

El contenido conceptual se aplica dentro de las tomas relacionadas con el trabajo del productor, ya que muestran el concepto de agroecología. Por lo tanto es pertinente a la imagen. Se prueba el tamaño de la tipografía en relación con el cuadro.

Además se comienza a explorar en la aparición de la intervención y los elementos que la acompañan.



SONIDO

Es importante destacar que el audio es netamente de carácter ambiente o sonido-territorio.

“Se llamará sonido ambiente al sonido ambiental envolvente que rodea una escena y habita su espacio, sin que provoque la pregunta obsesiva de la localización y visualización de su fuente: los pájaros que cantan o las campanas que repican. Puede llamárseles también sonidos-territorio, porque sirven para marcar un lugar, un espacio particular, con su presencia continua y extendida por todas partes.”²⁸

La elección de este tipo de audio, fue generada a partir de querer situar en el contexto al observador (consumidor) del vídeo. Así por medio de un uso de los sentidos auditivos se transporta hacia el lugar de la imagen.

Al ser este tipo de sonido el predominante en la escena, se genera un FCP (fuera de campo pasivo) *“el sonido crea un ambiente que envuelve la imagen y la estabiliza, sin suscitar en modo alguno el deseo de ir a mirar a otra parte o de anticipar la visión de su fuente y de cambiar, pues, de punto de vista.(...) sitúa para el oído un lugar estable (el conjunto de un rumor urbano)(...)Este fuera de campo pasivo está esencialmente constituido por sonidos-territorio y por elementos de decorado sonoro.”²⁹*

[28] CHION, M. 1991.
[La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido.](#)
 Barcelona, España. Ediciones Paidós Ibérica, S. A. p.65
 [29] Ibid, p.72

VERSIÓN FINAL

Zona azul: intervención de cuadro a negro para comenzar con el relato. Acompañado de un audio contextual del Terminal Alameda de Santiago.

Zona naranja: Transcurre la acción y se asocia al concepto de agroecología. Por lo tanto se interviene con el contenido, por medio de frases cortas que describen características de la agroecología.

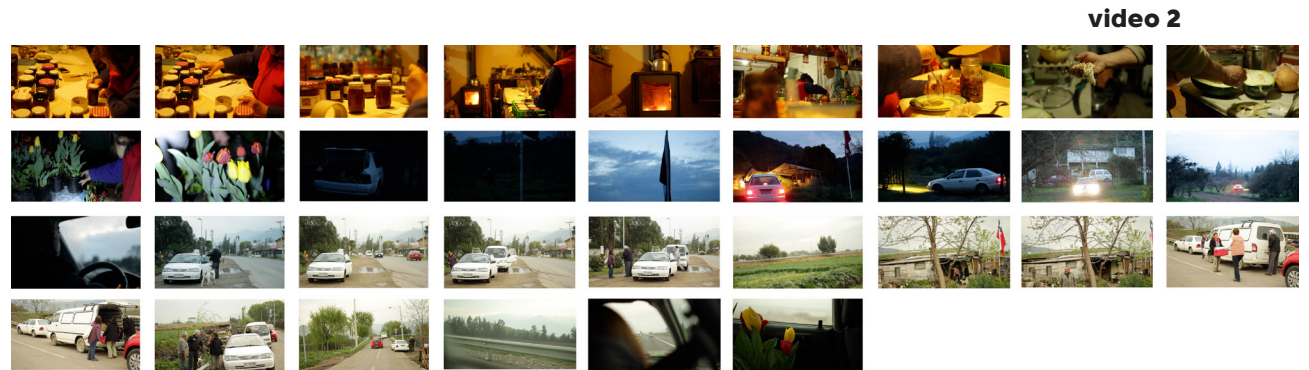
Zona roja: Es la zona a intervenir con el mensaje que se entrega. Una invitación a vivir más de cerca el intercambio productivo, por medio del Conocer qué es lo que pasa con los alimentos y las personas que hay detrás de lo que se lleva a nuestras mesas. Compartir con el productor de forma directa, sin intermediario, compartir también un pensamiento de cambio y así llegar a la acción de Transformar, la mente y la vida hacia un paso más consciente y respetuoso con la temporalidad y lo local.



SELECCIÓN DE FOTOGRAMAS

La selección de las tomas se realiza bajo la intencionalidad de generar un relato continuo, subjetivo y que represente la interioridad que se genera en el Ecuentro.

Se expone la secuencia a trabajar para la edición y montaje de las piezas audiovisuales, para llegar al resultado más óptico y coherente.



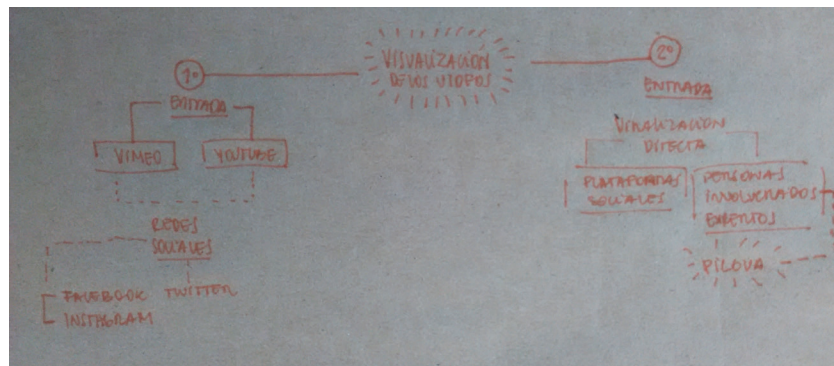


DIFUSIÓN

Por medio de dos entradas se genera la visualización de los vídeos, llegando a un público objetivo, como también a usuarios de las redes sociales que navegan libremente.

La primera entrada es a través de espacios que respaldan y acogen la secuencia de vídeos, entre ellos vimeo y youtube. Estas plataformas invitan a difundir por medio de las redes sociales. Se le da énfasis a instagram y facebook, por ser las plataformas más visitadas por los consumidores³⁰.

La segunda entrada se realiza a través de la etapa viral, la que alude al boca en boca como medio de traspaso de información. Esta acción de contarle al otro algo, lo hace ser un traspaso más directo. Por lo tanto se envía la secuencia audiovisual a personas relacionadas con el ámbito de la agroecología, slow food y el tema gastronómico culinario. Por otro lado se busca compartir el proyecto entre los involucrados en el Encuentro mismo (del Campo a la Ciudad) siendo ellos la base de esta red de intercambio.

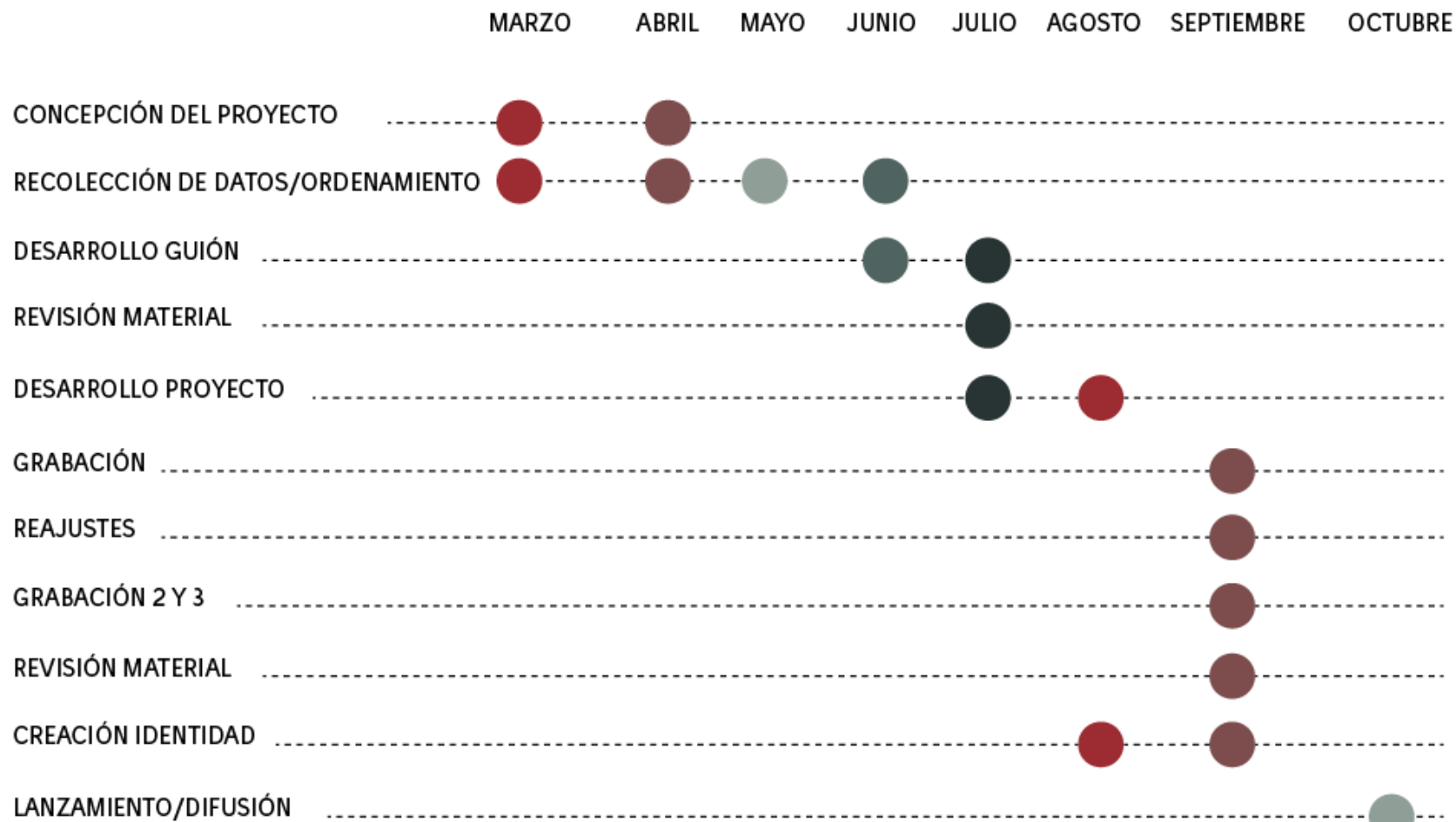


[30] Revisar ANEXO con las entrevistas realizadas a los consumidores, por el equipo Pilova.



PLANIFICACIÓN

Carta gantt del proyecto audiovisual.





PRESUPUESTO

HONORARIOS, GASTO DE INVERSIÓN Y GASTOS DE OPERACIÓN		
GENERALES	CANTIDAD X PRECIO	PRECIO TOTAL
INTERNET: Conexión a banda ancha	8 meses x \$23.990	\$191.920
Mac Book Pro OS X	\$599.990	\$599.990
Imprevistos	8 meses x \$10.000	\$80.000
PRODUCCIÓN		
Trayecto a Paine (3 viajes ida y vuelta/ 3 personas)	18 viajes x \$1600	\$28.800
Director General	18 hrs x \$8250	\$112.500
Camarógrafo	18 hrs x \$6250	\$112.500
Asistente Audio	18 hrs x \$8250	\$148.500
Cámara CANON T3i	\$200.000	\$200.000
Canon 35mm f/2 USM IS	\$450.000	\$450.000
Tarjeta memoria 16 GB	\$26.990	\$26.990
Trípode	\$14.990	\$14.990
DESARROLLO		
Postproductor	40 hrs x \$6250	\$250.000
Diseñador Gráfico	30 hrs x \$6250	\$187.500
Premiere CS6 (suscripción licencia)	3 meses x \$20.685	\$62.055
Illustrator CS6 (suscripción licencia)	3 meses x \$20.685	\$41.350
TOTAL		\$2.507.095

El presupuesto que se presenta a continuación corresponde al desarrollo y producción de los tres videos dentro del sector de Paine, específicamente Águila Sur y Peralillo.



CONCLUSIÓN

Volver a tener una alimentación sana, limpia y consciente de los ciclos y del entorno, es posible. Conociendo a quien produce el alimento, y entendiendo cómo lo produce, acercando el modelo de intercambio productivo de forma vivencial. Así al sacar el intermediario, la relación se vuelve horizontal y permite llegar a generar vínculos con el otro. Destacando la confianza y una nueva forma de comercialización.

Este proyecto involucra dos áreas que llevan a la disciplina a un nivel de activismo social. Por un lado se encuentra la visualización del modelo de intercambio productivo. El hecho de comprender que existe una forma diferente de compra, que involucra el trato directo con las personas encargadas de la producción e introduce saberes al intercambio,

experiencias y vivencias propias de cada instancia, entrega un acto reflexivo en cuanto a la temporalidad de los alimentos y el concepto de la escala local. Además reconocer la existencia de un vínculo como estructura del intercambio, generado por la confianza entre los involucrados, permite adentrarse a este modelo desde la experimentación. Así las vivencias de cada participante invitan a generar una red más grande y ampliar dicho intercambio.

Desde un enfoque de diseño, el poder trabajar la investigación desde la observación de las situaciones y realidades, lleva a la carrera a involucrarse con las comunidades. Aportando a la sociedad con un imaginario desconocido e íntimo en el ámbito agroecológico y

productivo. Buscando generar un cambio de paradigma dentro del acto de comercialización.

La segunda área se relaciona con la imagen audiovisual y la construcción de códigos visuales, que desde la interioridad muestran el proceso completo del intercambio productivo involucrando el entorno de los productores y mostrando una instancia desconocida, pero cercana para el consumidor, buscando concientizar y otorgarle valor a su poder de compra.

Además el hecho de trabajar el área audiovisual, enriquece a la disciplina, debido a que le otorga herramientas dinámicas y en constante interpretación. Lo que hace del lenguaje visual una forma de comunicación potente y con carácter a la hora de entregar el mensaje.

Otro punto importante es el hecho de la interdisciplinariedad que se da en trabajo. El involucrarse a áreas desconocidas, como lo son los modelos de intercambios productivos, el comprender el mundo de la agroecología y el generar trabajo en comunidad, hace que el diseño se integre a mundos diferentes y entregue su aporte a través del acto de comunicar una acción social potente.

Finalmente y hablando desde la experiencia propia, este proyecto simboliza el cierre de una etapa de búsqueda y orientación dentro de la disciplina. La cual se lleva hacia el bien común, hacia el hacer comunidad y vivir en un respeto mutuo con las personas y con el entorno. Respetando los ciclos de la Tierra y aprendiendo de ellos.

“Sentir, Probar, Manifestar. Lo que se da en la inmediatez del encuentro. Consigo mismo, con el otro, con el mundo. Sin tratar de tomar, de entender. Simplemente. Dejarse llevar, dejarse tocar, soltar la presa y expresar. Entrar en el movimiento que, del mundo a mí y de mí al otro, desarrolla al infinito la espiral de la vida. El encuentro es un trayecto auténtico en el cual debemos paso a paso nacer juntos, despertarnos a la vida.

El verdadero saber no es toma y acumulación de datos objetivos, sino reconocimiento de los vínculos que unen el ser viviente a la vida. El verdadero saber es nutrimento y vínculo que llega a los sentidos, toca el corazón genera el gesto. Se halla en el encuentro del cuerpo, del corazón y de la mente. Sentir. Probar. Manifestar.

El encuentro es la ocasión dada de poner raíces y de dejar dentro y fuera de sí la expresión del ser viviente.”

Rolando Toro

A photograph of a broccoli field. The plants are in various stages of growth, with some showing large, dense heads. The leaves are green, and some are starting to turn yellow or brown, indicating maturity or the start of senescence. The background shows a vast field of similar plants stretching towards a horizon under a bright sky.

BIBLIOGRAFÍA

Libros, revistas, capítulos de libros

CARRAS, R. 2009. Pensamientos, prácticas y acciones del GAC. 1ª ed. Buenos Aires. Tinta Limón

CHION, M. 1991. La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona, España. Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Di DONATO, M. "Entrevista a Carlos Petrini". Papeles. Madrid. Icaria. N°118. (2012)

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. 2010. Metodología de la investigación. 5a ed. México, Mc Graw Hill.

HUANACUNI, F. 2010. Buen vivir/Vivir bien. Perú, CAOI.

MARTIN, M. 2002. El lenguaje del cine. Barcelona, España. Editorial Gedisa, S.A.

MIRANDA, C. Buenas Prácticas, Encuentros del Campo a la ciudad: La experiencia Slow Food en Santiago de Chile. Boletín de agricultura familiar.

OLHAGARAY, N. 2002. Del video-arte al net-arte. Santiago, Chile. Editorial LOM.

RISLER, J. ARES, P. 2013. Iconoclasistas. Manual de Mapeo Colectivo Recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa. 1ª ed. Buenos Aires. Tinta Limón.

TORREMOCHA, E. s.f Sistemas Participativos de Garantía. Una herramienta clave para la soberanía alimentaria. Revista Soberanía Alimentaria. Biodiversidad y Culturas. Mundubat ONG.

Web Audiovisual

ATLAS VIVO DE CHILE [en línea] En: <http://www.atlasvivodechile.com/>

MAFI: MAPA FÍLMICO DE UN PAÍS [en línea] En: mafi.tv

VIDEO THE BRIDGE AT QÈSWACHAKA. En: <https://www.youtube.com/watch?v=dqI-D6JQ1Bc>

Documental

SABERES Y SABORES DEL ITATA [documental] dirigida por Marcelo Gotelli. Chile, 2011 (1:15:53) son., col

Consulta en línea

INDAP [en línea]: <http://www.indap.gob.cl/programas/programa-de-desarrollo-local-prodesal> [Consulta: 24 mayo 2014]

Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) [en línea] www.ifoam.org. 2 junio 2014
Definición de <http://definicion.de/holistica/> [en línea] consulta. 2 junio 2014



ANEXOS

EXTRACTO de las Entrevistas realizadas a los consumidores en el Encuentro del Campo a la Ciudad.

14. octubre. 2014

¿Cómo se enteró del Encuentro del Campo a la Ciudad?	¿De qué comuna proviene?	¿Cómo llegó (medio de transporte) al Encuentro?	¿Qué es lo bueno del Encuentro?
Por amigos (de Pilqúa)	Santiago	Metro	Tener productos directo de sus productores
?	Providencia	Auto	Es barato, rico, las cosas son buenas
Por una amiga	Providencia	Metro	Para mí está bien
Por una amiga (Caro Carriel)	Las Condes	Auto	Encontrar cosas ricas, sanas y baratas
Por Instagram	Nuñoa	Auto	Productos naturales, trato directo
Por mi hija	Nuñoa	Auto	Se puede consumir productos naturales
Por una amiga (Claudia)	Las Condes	Auto	Todo es orgánico y local. Precio Justo generalmente
Por una amiga	Providencia	Auto	Me encanta saber que no tengo intermediarios. Lo cercano con los productores agroecológicos.
Por una amiga	Las Condes	Auto	
Por una amiga	Providencia	Metro	Alimentos de proximidad
Por una amiga	Santiago	Bicicleta	Todo! Cada vez que vengo es excelente, maravilloso

¿Qué es lo bueno del Encuentro?	¿Qué es lo malo del Encuentro?	¿Qué es lo mejorable del Encuentro?	¿Quieres dejar su mail para el envío de invitaciones?
Tener productos directo de sus productores	a veces el frío		eduardoaragones@gmail.com
Es barato, rico, las cosas son buenas	No hay tantos puestos		francisca@swarq.net
Para mí está bien		Ampliar	ya está en la red
Encontrar cosas ricas, sanas y baratas	Se encuentra poco		
Productos naturales, trato directo	Son muy pocos stand		ya está en la red
Se puede consumir productos naturales	Pocos stand, poca variedad, caro		aveneram@gmail.com
Todo es orgánico y local. Precio justo generalmente	?		veromalvear@gmail.com ?
Me encanta saber que no tengo intermediarios. Lo cercano con los productores agroecológicos.	Muy pocas cosas	Me gustaría saber cuando van a venir con más anticipación	silvia.apiolaza@gmail.com
Alimentos de proximidad	Que se acaba todo muy rápido	Mas novedades en hortalizas y verduras	ya está en la red
Ir a ayudar a productores ?			
Todo! Cada vez que vengo es excelente, maravilloso	Mail muy encima	Mas anticipación	bifurcacion@gmail.com

MANIFIESTO SLOW FOOD

Manifiesto para la Calidad

Con los años, Slow Food ha encabezado varias campañas exitosas para crear conciencia sobre las cuestiones alimentarias. Hoy en día es comprometido con la promoción de los objetivos establecidos en

...

Bueno, limpio y justo: el Manifiesto Slow Food para la Calidad

La producción de alimentos y los sistemas más comunes de consumo de hoy en día son perjudiciales para la tierra, para sus ecosistemas y para los pueblos que la habitan.

El sabor, la biodiversidad, la salud de los seres humanos y los animales, el bienestar y la naturaleza vienen bajo ataque continuo. Esto pone en peligro el impulso de comer y producir alimentos, gastrónomos y ejercer el derecho al placer sin dañar a la existencia de otros o para el equilibrio medioambiental del planeta en que vivimos.

Si, como el poeta agricultor Wendell Berry dice, 'comer es un

acto agrícola', se deduce que la producción de alimentos debe ser considerado como un 'acto gastronómico'.

El consumidor orienta el mercado y la producción con sus opciones y, creciente conocimiento de estos procesos, él o ella asume un nuevo papel. El consumo se convierte en parte del acto productivo y por lo tanto el consumidor se convierte en un co-productor.

El productor tiene un papel clave en este proceso, trabajando para lograr la calidad, por lo que su experiencia disponible y dar la bienvenida a los conocimientos y el saber hacer de los demás.

El esfuerzo debe ser muy común y debe ser hecho en la misma cuenta, compartida e interdisciplinar espíritu como la ciencia de la gastronomía. Cada uno de nosotros está llamado a practicar y difundir un nuevo, más preciso y, al mismo tiempo, más amplio concepto de calidad de los alimentos sobre la base de tres, prerequisites básicos interconectados. La comida de calidad debe ser:

1) Buena. sabor y el aroma de un alimento, reconocible para los sentidos educados y bien entrenados, es el fruto de la competencia del productor y de la elección de las materias primas y métodos de producción,

las cuales en ningún caso modificar su naturalidad.

2) Limpio. El medio ambiente tiene que ser respetada y las prácticas sostenibles de la agricultura, la ganadería, la elaboración, la comercialización y el consumo debe ser tomado en consideración. Cada etapa de la cadena de producción agro-industrial, el consumo incluido, debe proteger los ecosistemas y la biodiversidad, la protección de la salud del consumidor y el productor.

3) Justa: La justicia social debe llevarse a cabo mediante la creación de condiciones de trabajo respetuosas del hombre y sus derechos y capaces de generar recompensas adecuadas; a través de la búsqueda de economías globales equilibradas; a través de la práctica de la compasión y la solidaridad; mediante el respeto de las diversidades culturales y tradiciones.

Bueno, limpio y justo de calidad es una promesa de un futuro mejor. Bueno, limpio y justo de la calidad es un acto de civilización y una herramienta para mejorar el sistema alimentario como lo es hoy. Todo el mundo puede contribuir a bueno, limpio y justo la calidad a través de su opciones y comportamientos individuales.

PLANILLAS

Contienen la información que relaciona los productos y las ganancias de los productores.

FERIA MERCADO DE LA TIERRA				
NOMBRE PRODUCTOR: Lidia Rivera Caballero				
FECHA MERCADO: 31-05-14				
PRODUCTO	CANTIDAD OFERTADA	PRECIO	CANTIDAD VENDIDA	VENTAS DEL DIA
Hermoso Maizado 1kg	2	\$2400	0	
Hermoso Maizado 1/2	1	\$2400	0	
Hermoso Maizado 1/4	2	\$2400	2	2400
Horchuca de Maiz 1kg	24	\$300	24	7200
Queque maiz 1kg	6	\$1000	6	6000
Tortillas semibolitas	4	\$1800	4	12000
Tortillas	3	\$1000	3	3000
Queque panamí	7	\$210	7	1470
Papallo hoto 1kg	6	\$800	6	4800
" " 3/4	4	\$600	4	2400
" " 1/2	1	\$400	1	400
Luchugo	8	\$250	8	2000
Papas amarillas	8	\$800	8	6400
TOTAL VENTAS	27	100		4.860
(Monedas)				24.010

FERIA MERCADO DE LA TIERRA				
300000 PRODUCTOR: Marcela Salazar Morales				
FECHA MERCADO: 31-05-14				
PRODUCTO	CANTIDAD OFERTADA	PRECIO	CANTIDAD VENDIDA	VENTAS DEL DIA
Patate grande 5cm	1	\$9.000	0	
" " chico	4	\$1.800	3	2400
Colombata	4	\$1.800	0	
Colombata 1/2cm	1	\$1.800	0	
Lechuga	1	\$2.900	1	2900
Lechuga	3	\$1.500	0	
Carotas blanca	2	\$2.100	0	
Hojas de Maiz	322	100	322	32.200
Manchita Maiz	2	1500	2	3000
Cebolla	2	3000	1	3000
Calabaza	2	20.000	1	20.000
Demerara	3	2.500	2	5000
TOTAL VENTAS				\$39.600

INVITACIONES

Piezas gráficas del convivium Pilguapara la difusión del Encuentro del Campo a la Ciudad.



Storyboard del ENCUENTRO



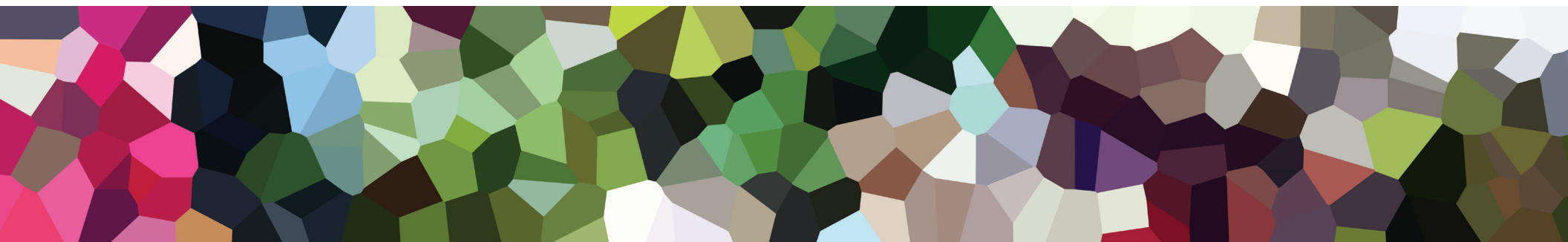
PASQUIN

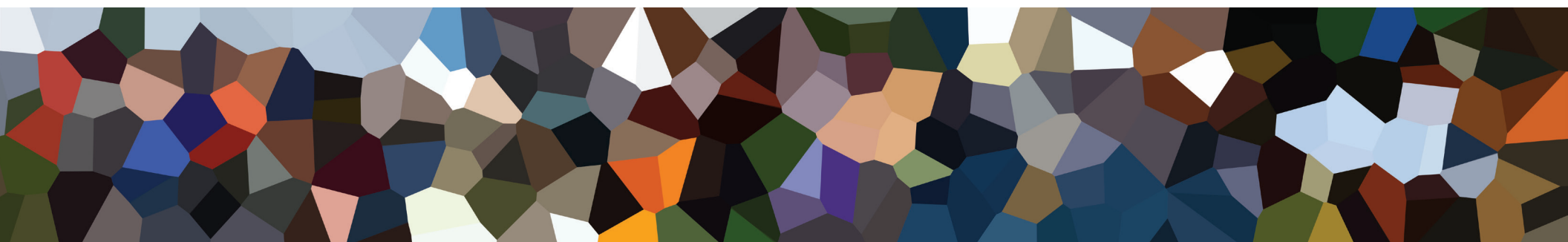
participación con la ilustración ¿Y si haces un huerto en tu balcón? para la revista.



EXPLORACIÓN DE COLOR

Proceso de análisis del registro de la línea de tiempo, cuya finalidad es observar la temporalidad por medio de la diversidad cromática.





Quiero expresar mi eterna gratitud a todas las personas que me acompañaron en esta etapa de mi vida, ya que sin su cariño, apoyo e infinito amor y confianza en mí, nada de esto hubiese sido posible.

En primer lugar quiero agradecer a los profes de la FAU, ya que cada uno a su manera, dejó una huella en mi paso por la Universidad. En especial a Jacko Bustamante, por sus conversaciones, sus sabios consejos y su invitación al Convivium Pilgua. A Mauricio Vico por su motivación constante, a Cristián Gómez por ampliar mi visión de la disciplina y por invitarme a disfrutar de ella. Y de manera particular a mi profesor guía Rodrigo Dueñas, por la confianza y el impulso que necesitaba para concluir esta etapa.

A mis amigos maravillosos, que me soportaron, amaron y apoyaron en cada instancia del proceso.

Naty, por su amistad eterna y entusiasmo continuo. Javi, por su disposición a escuchar mis ideas y ayudarme a ordenarlas. Lois, Jorge, Pai, Coni, Ale. Todos, muchas gracias.

A Elena, Gonzalo, Stefan, gracias por ser mi red de contención. Por darme la fuerza necesaria en los momentos de flaqueza. Por sus palabras de amor que llenan mi corazón y por creer en mí.

Gracias al gran compañero que apareció en el momento justo, para ayudarme en esta travesía.

Y por sobre todo agradecer a la bella familia que a la distancia, me entregaban su apoyo incondicional, su amor y su fuerza. Gracias mamá, papá por todo. Gracias a mi bella hermana, a mi tía y a mi abuela. Por ser la base de este proceso.

Y gracias a la vida y sus energía por situarme en un entorno de amor.

ESPECIFICACIONES DEL INFORME

En este informe se utilizaron las tipografías:

Stilu en sus diferentes variantes

DiNPro en sus diferentes variantes

Para las intervenciones en los diagramas y fotografías se utiliza

Aracne Condensed Regular. Y las citas Aller.