



ESCUELA DE COMUNICACIONES
UNIVERSIDAD DE VIÑA DEL MAR

**“MEMORIA ETERNA, LA COSMOVISIÓN SOBRE LA MUERTE DE LAS
COMUNIDADES ANCESTRALES DE CHILE”**
PROYECTO PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN DIGITAL Y TRANSMEDIA

NOMBRE TUTOR: Dra. Angélica Pacheco Díaz
NOMBRE ESTUDIANTE: Luis Contreras Díaz

FECHA enero 2023

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme siempre oportunidades para seguir adquiriendo conocimientos, también a mi esposa Claudia y mi hijo Diego, por la constante comprensión y el apoyo que me brindaron durante este proceso.

A todos los docentes del magíster, personas con gran sabiduría que me entregaron sus conocimientos, en especial a mi profesora guía Angélica Pacheco Díaz, por su confianza y ayuda a lo largo del proyecto.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

II. MARCO TEÓRICO	6
2.1 MUERTE	7
2.2 RITOS MORTUORIOS	7
2.3 NARRATIVAS TRANSMEDIA	8
III. MARCO DE REFERENCIA	9
IV. PROPUESTA DEL PROYECTO	13
V. DIAGNÓSTICO	14
VI. ANÁLISIS DEL ENTORNO	14
6.1 ANÁLISIS DE MACROENTORNO	14
6.1.2 ENTORNO ECONÓMICO	15
6.1.3 ENTORNO TECNOLÓGICO	17
6.1.4 ENTORNO SOCIOCULTURAL	20
6.2 ANÁLISIS DE MICROENTORNO	23
6.2.1 SUMINISTRADORES	23
6.2.2 COMPETIDORES	24
6.2.3 INTERMEDIARIOS	26
6.2.4 INSTITUCIONES	26
VII. ANÁLISIS FODA	27
VIII. ANÁLISIS DE AUDIENCIA	29
8.1 PÚBLICO OBJETIVO	33
IX. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	35
X. PROPUESTA DE VALOR	37
XI. OBJETIVOS DEL PROYECTO	38

XII.	DESARROLLO DEL PROYECTO	39
XIII.	UNIVERSO TRANSMEDIA	40
XIV.	TÁCTICAS DEL PROYECTO	42
XV.	PROPUESTAS DE PIEZAS Y MAQUETAS	44
XVI.	PRESUPUESTO	48
16.1	RESUMEN DEL PRESUPUESTO	50
16.2	DETALLE DE COSTOS	50
XVII.	IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL (CARTA GANTT – CRONOGRAMA)	52
XVIII.	CONCLUSIÓN	55
XIX.	BIBLIOGRAFÍA	56

I. INTRODUCCIÓN

Las comunidades ancestrales de nuestro país poseen testimonios arqueológicos únicos en el mundo. Reconocer y respetar su cultura, creencias, valores y forma de ver y afrontar la vida, es parte fundamental para entender nuestra propia existencia (Bittmann y Munizaga, 1979).

La visión que tenían estas culturas, tanto de la vida como de la muerte, está llena de simbolismos y rituales, su visión del mundo es lejana a la percepción actual sobre los ciclos de la existencia lo que es un riesgo para la humanidad (Han, 2020). Gran parte de sus historias están llenas de fortaleza y valentía; virtudes que caracterizaban a estas comunidades como personas de gran espíritu.

La comunidad Chinchorro, Patrimonio Mundial de la Humanidad, fue la primera en habitar la zona costera del desierto de Atacama (9.000 años de antigüedad). Aparecieron antes que los Incas, Aymarás, Tiahuanacotas y Moches. Su forma de percepción espiritual nos devela una transmisión cultural sin precedentes en la historia de la humanidad, utilizando una compleja técnica de momificación, incluso más antigua que la empleada por la civilización egipcia. Para los chinchorros la trascendencia era parte fundamental de su existencia, era una continuación del camino de la vida, el paso a otro estado acompañando el alma de los muertos, manteniendo un vínculo antes de despedirse definitivamente del estado físico (Fernández, 2001).

El descubrimiento de las Momias Chinchorro, entre los años 1909 y 1917, fue realizado por el arqueólogo Max Uhle lo que marcó un hito científico logrando rescatar el valor de esta sociedad desconocida (Bittmann y Munizaga, 1979). Tras el hallazgo, por más de 100 años, distintos investigadores han continuado intentando descifrar los misterios de esta comunidad ancestral; y fue por este arduo trabajo científico que se logró acreditar ante el Comité de Patrimonio Mundial (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2021) la inscripción oficial

de tres asentamientos de la cultura Chinchorro. Sin embargo, aún se desconoce masivamente en Chile qué significó esta comunidad para nuestro país.

Por lo tanto, es necesario conocer las prácticas de esta cultura para la recuperación de memoria y reconexión humana (Chartier, 2022) a través de la comunicación digital vinculando estas historias con las audiencias, considerando la estética de la imagen como la narrativa que permite resaltar la importancia de los procesos mortuorios (Mitchell, 2019); acercando la historia y la cultura, recuperando su patrimonio cultural mediante una propuesta expandida e innovadora.

Existen escasos proyectos audiovisuales que muestren de qué manera esta y otras culturas concebía su relación con la muerte y los fascinantes misterios de su cosmovisión. Es por esto, que surge “Memoria Eterna”, un proyecto documental transmedia que busca desarrollar un relato que nos lleve a un punto de encuentro para entender la forma en cómo nuestros antepasados entendían la muerte, con la finalidad de entregar una mirada profunda y reflexiva sobre este tema.

La originalidad de la trama es factible porque existen fuentes de información que permiten su desarrollo; es una propuesta precisa considerando la falta de contenidos audiovisuales lo que permite establecer la relevancia de su realización.

Por lo tanto, el objetivo general del proyecto es dar a conocer, a través de una serie documental transmedia, la cosmovisión sobre la muerte de las comunidades ancestrales de Chile, recuperando historias de patrimonio cultural.

II. MARCO TEÓRICO

La relación que tenemos con la muerte es universal, desde tiempos remotos las distintas culturas de nuestros antepasados buscaron mantener un contacto con sus seres cercanos que habían partido de esta vida, comprendiendo que la muerte es una etapa más cuando el alma deja el cuerpo humano.

La búsqueda de la trascendencia de una vida terrenal a una espiritual aún permanece inserta en diferentes pueblos del mundo. En América Latina las prácticas mortuorias realizadas por poblaciones prehispánicas invitan a una reflexión sobre los simbolismos, los cuales forman parte de su legado histórico, “las tradiciones, creencias y costumbres funerarias han marcado hitos en el desarrollo de la humanidad, toda vez que dejan al descubierto su cosmovisión del mundo” (Torres, 2006, p.112).

La Convención sobre La Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural establece que ciertos lugares de la Tierra con un “valor universal excepcional” pertenecen al patrimonio común de la humanidad (UNESCO, 1972). Chile posee siete sitios patrimoniales, siendo el asentamiento de la cultura chinchorro en la región de Arica y Parinacota el más reciente en ingresar al listado.

2.1 Muerte

La muerte como hecho objetivo y las preocupaciones humanas al respecto han constituido motivo de especial y permanente interés para la ciencia, desde los puntos de vista biológico, médico, psicológico, bioquímico y, particularmente, antropológico (Duche, 2012).

Desde miles de años atrás el ser humano ha rendido culto a los seres que dejan esta vida, lo cual es parte de una percepción existencial que se ha repetido por generaciones buscando responder las interrogantes más profundas sobre: ¿qué ocurre después de la vida?, ¿a dónde vamos?, ¿es el fin?, mientras se contempla el cuerpo inerte de un ser querido. Es aquí donde desde el vínculo de lo físico y lo espiritual se logra formar una idea, una creencia, una cosmovisión sobre esta parte de la vida.

2.2 Ritos mortuorios

El mensaje más inmediato de la muerte es que es una dimensión de la vida. La percepción del mundo desde la comunidad andina nos muestra una manera peculiar

del movimiento del ciclo vital en cuatro fases: primeramente, se da el espacio del hecho de la creación, luego, el espacio del nacimiento, el espacio del crecimiento y finalmente se da el espacio de la muerte. Esto quiero resumir en el paradigma del "ciclo vital andino" (Bascopé, 2001).

La experiencia de la muerte en la cosmovisión andina es vista con un sentido de trascendencia, está lejos de ser una tragedia, es más semejante a una proyección del espíritu dentro del ciclo de la existencia universal, un viaje a otra dimensión de la vida, ya que ellos se consideran una cultura de la vida.

“La vida es el reverso de la muerte, y ésta de la vida. Es parte de algo ineluctable, tenés que morirte para volver a nacer, uno se ha muerto para volver a vivir, es una lógica circular. Los muertos nacen como muertos, viven como muertos y mueren como muertos para volver a la vida, está en la antigüedad, en la cultura Moche en Perú” (Vilca, 2018).

2.3 Narrativas Transmedia

El ecosistema mediático actual y los entornos inmersivos de las narrativas transmedia son espacios muy fructíferos para llevar a cabo propuestas documentales, como Scolari sostiene. Quizá el género documental o el periodismo de investigación -donde los tiempos de realización son más largos- son los que mejor se prestan para su expansión narrativa videolúdica. Creo que es aquí donde el *newsgaming* puede expresarse en plenitud: proponiendo experiencias de simulación que profundicen en algún tema o historia en un entorno inmersivo (Scolari, 2013). Este modelo documental al tener una narrativa más abierta y flexible pretende tener lograr un relato significativo involucrando a la audiencia en el proceso de expansión.

Finalmente, como afirma Gifreu-Castells (2015): “los géneros de no ficción como la noticia, los documentales, las crónicas, el pensamiento político o el activismo social a través de la red encuentran un espacio especialmente fértil en ella”.

III. MARCO DE REFERENCIA

Las obras con tratamientos narrativos similares a los propuestos para el documental transmedia “Memoria Eterna” son escasas. Sin embargo, el estado del arte propuesto incluye cuatro piezas audiovisuales considerando también una animación digital, todas con diversos relatos que se asemejan al objetivo planteado en el proyecto. Al considerar las audiencias es fundamental establecer la entrega de herramientas de participación que permita a los usuarios involucrarse en la elaboración de contenido. “La realidad parece avanzar hacia un tipo de documental interactivo social y colaborativo, donde todo el mundo puede aportar desde una vertiente u otra (cualquiera puede construir el documental a nivel narrativo aportando contenido, pero a la vez, si este no es el objetivo del interactor, puede acceder al código y mejorarlo proponiendo cambios)” (Grifeu, 2012, p.543).

- Inmersión en la Mapu - Koneltu ti mapu mu

Es el viaje de un espíritu ancestral por los bosques prehistóricos de Pewen / Araucarias andina de la reserva “La China Muerta”. Inmersión en la Mapu-Koneltu ti mapu mu (Angelini, 2022) es un documental realizado por la artista Rosa Angelini Figueroa, quien, además, es la creadora de “Hay una conspiración en la tierra” (2020). En el relato confluyen diversas reflexiones buscando concientizar sobre los recursos sagrados para la subsistencia y la sabiduría de los pueblos originarios.

Inmersión en la mapu - Koneltu ti mapu mu / dirección audiovisual, guion y producción Rosa Angelini Figueroa.

Inmersión en la Mapu. (24 de febrero de 2022). *Inmersión en la mapu - Koneltu ti mapu mu* / Rosa Angelini. Trailer. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=xFlsPnPWI-M>



Figura 1: Imagen del documental *Inmersión en la mapu - Koneltu ti mapu mu*.
Fuente: Youtube.

- UKU PACHA

La película *Uku Pacha* (Bonilla, 2021), es un proyecto de realidad virtual, 360 y narrativa modular. *Uku Pacha* en la cosmovisión andina, es el mundo del inconsciente, el lugar donde transcurre esta historia inmersiva y modular. Lo interesante es la forma narrativa donde el espectador navega en un formato de video de 360°, emergiendo la historia de tres personajes durante el recorrido en una combi que transita por Los Andes. Este documental de realidad virtual cinematográfica inmersiva construye un lenguaje interesante de poder explotar.

Cine Modular. (22 de noviembre de 2021). *Uku Pacha* [Archivo de Vídeo]. Youtube.
<https://www.youtube.com/embed/B0sKPaZwF-I>



Figura 2: Imagen del a película Uku Pacha. Fuente: Youtube.

- **RA KUE'E**

En México se hablan 364 variantes lingüísticas, clasificadas en 68 agrupaciones y 11 familias lingüísticas (INALI, 2008). “RA KUE'E” es un cortometraje animado, dirigido por Gabriela Badillo (2013), forma parte del proyecto 68 voces que agrupa una serie de cuentos indígenas animados narrados en su lengua originaria, fueron creados con la finalidad de fomentar el orgullo, respeto y uso de las 68 lenguas indígenas mexicanas. Su estructura lleva a una experiencia dispuesta a la imaginación del espectador.

Arqueología Mexicana. (29 de marzo de 2019). 68 voces. 68 corazones. Ra Kuee, “la muerte”. Cuento mixteco [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=aEyg6MYHkek>



Figura 3: Imagen del cortometraje animado RA KUE'E. Fuente: Behance.

- THE SECRET OF THE CHINCHORRO MUMMIES

Documental dirigido por John Purdie (2018), producido para *Timeline - World History Documentaries*, trata de ver con una perspectiva arqueológica el fascinante estado de conservación de las momias chinchorro en el árido desierto de Atacama, incorpora un grupo de reconocidos investigadores internacionales que ayuda a comprender cómo vivía la comunidad chinchorro intentando descifrar qué les llevó, 2000 años antes que los egipcios, a convertir a sus muertos en verdaderas obras de arte.

Timeline - World History Documentaries. (27 de febrero de 2018). *The Secret Of The Chinchorro Mummies | The Oldest Mummies In The World | Timeline*. [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=9LZZk376vol>



Figura 4: Imagen del documental *The Secret Of The Chinchorro Mummies*.
Fuente: Youtube.

Los contenidos audiovisuales evolucionaron, y la tecnología disponible nos ayuda a poder experimentar. El estado del arte, en resumen, deja un primer camino hacia nuevas formas de repensar los relatos, tal como afirma Carlos Obando: “El nuevo documentalista es ahora un realizador-arquitecto de contenidos que tiene en su materia prima diversos lenguajes para contar su historia: video, audio, texto, infografías, cartografías, datos que debe saber poner en escena en una interfaz-pantalla y conjugar de forma hipertextual. Quizás y, eso es lo que estamos viendo en la producción digital del nuevo formato; aprender a narrar en clave local para ser visto y consumido en clave global” (Obando, 2021).

IV. PROPUESTA DEL PROYECTO

La construcción del documental transmedia “Memoria Eterna” tiene un fuerte énfasis en el contenido, mezclando escenarios audiovisuales y animaciones digitales, permitiendo que la audiencia consuma el relato a través de un formato documental transmedia, construyendo reflexiones por cada usuario, para transmitir el legado

espiritual, histórico y patrimonial de las culturas ancestrales de Chile. A lo largo del proyecto la recopilación de la información respecto a los factores, datos y observaciones de proyectos audiovisuales documentales de similares características a “Memoria Eterna”, permite detectar variables para introducir, fortalecer y orientar una clara estrategia comercial que busca competir en el mercado audiovisual.

V. DIAGNÓSTICO

La industria audiovisual ha generado un mercado muy competitivo tanto a nivel nacional como internacional. Los diferentes formatos audiovisuales tienen audiencias segmentadas y fieles a seguir consumiendo contenidos de su interés. El escenario actual es favorable para realizar proyectos de interactividad y participación del público por medio de las distintas plataformas existentes. Sin embargo, existe una precariedad a la hora de levantar proyectos documentales por su formato, ya que es considerado poco atractivo desde el área comercial. Esto genera una reacción en cadena negativa para financiar y posicionar producciones audiovisuales de corte documental, muchas veces condicionando la proyección que estos proyectos pueden tener en los diversos mercados.

VI. ANÁLISIS DEL ENTORNO

El análisis del entorno del proyecto documental transmedia “Memoria Eterna” está enfocado en superar las limitaciones o amenazas del entorno, por tanto, es necesario obtener un exhaustivo conocimiento de los elementos y las variables que puedan afectar de forma directa e indirecta a su producción. Para obtener este análisis se deben considerar dos niveles: el primero corresponde al entorno más directo del proyecto (microentorno) y, posteriormente, el segundo que tiene relación con un aspecto más amplio (macroentorno). Este último factor es más predecible porque en él existen elementos que no pueden estar controlados por el propio proyecto.

6.1 ANÁLISIS DE MACROENTORNO

Todo proyecto se encuentra inmerso en un entorno que lo condiciona y con el que

interactúa. El planteamiento de investigación del proyecto documental transmedia “Memoria Eterna” requiere un conocimiento profundo de los factores del entorno general, para saber qué cambios se están produciendo y actuar en consecuencia con el propósito de mantenerse actualizado a las tendencias y los cambios del entorno macro. Para efectos de la investigación se priorizaron tres factores claves que pueden impactar de manera indirecta al proyecto.

6.1.2 ENTORNO ECONÓMICO

Tener en cuenta el escenario de inflación no solo a nivel local, sino también global, afecta directamente y obstaculiza lograr el objetivo económico del proyecto. El ecosistema audiovisual requiere una sólida base de recursos económicos para producir una dinámica en la producción, difusión y distribución de proyectos como el documental transmedia “Memoria Eterna”.

En este sentido el informe de estabilidad financiera del segundo semestre por parte del Banco Central (2022). Indica que el escenario macroeconómico se ha desarrollado de manera negativa en los últimos meses, siendo la principal fuente de riesgo para la estabilidad financiera global.

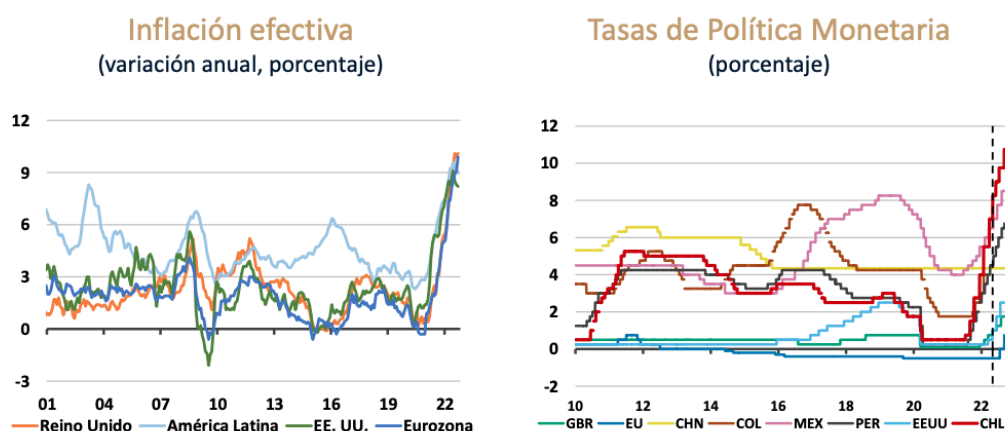


Figura 5: Gráfico de la Evolución del Sistema Financiero.
Fuente: Banco Central de Chile.

En medio de la desaceleración y la alta inflación, el ámbito empresarial refleja una situación económica con un panorama volátil. En términos financieros, el Gobierno apunta a estabilizar la economía junto con impulsar una agenda de productividad que podría ayudar a Chile a resistir el impacto negativo de la crisis económica y mantener la inversión que el país requiere.

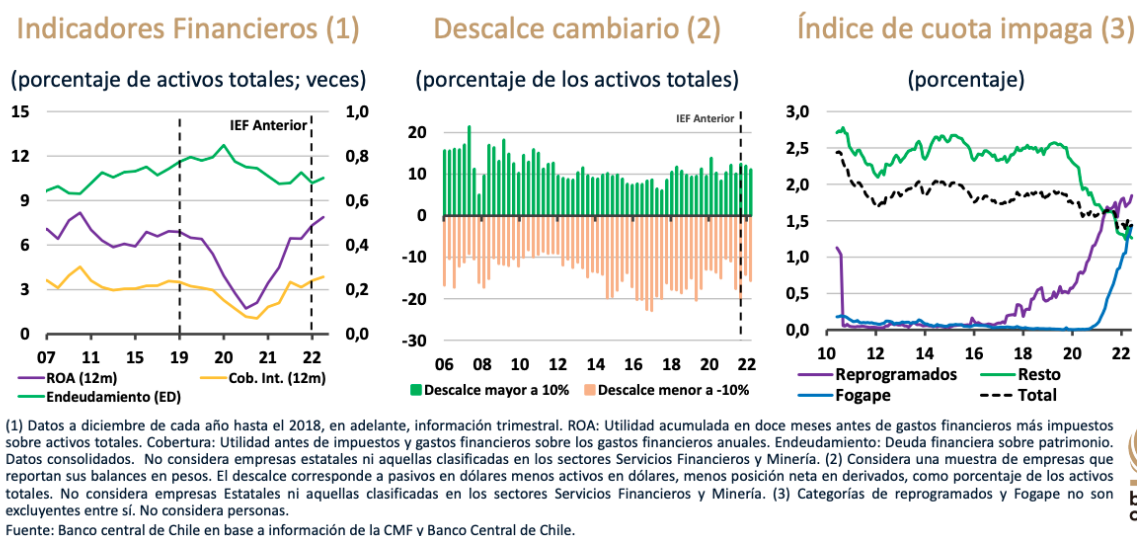


Figura 6: Gráfico Desarrollos Usuarios y Oferentes de Crédito.
Fuente: Banco Central de Chile.

Los hogares, también se han visto afectados con la reciente escalada inflacionaria y la caída del poder adquisitivo. Un conjunto de la población se verá enfrentada a un complejo escenario económico, lo que trae consigo un cambio en el consumo recreativo, sobre todo en actividades del área cultural, e implicaría nuevos hábitos de consumo audiovisual. Las estadísticas muestran un deterioro asociado a mayores costos y tasas de interés, aunque el endeudamiento se encuentra relativamente estable, el mercado laboral se percibe debilitado y las deudas de consumo e instrumentos como las tarjetas de crédito tienen una reactivación en el consumo de las familias, como demuestra el siguiente gráfico:

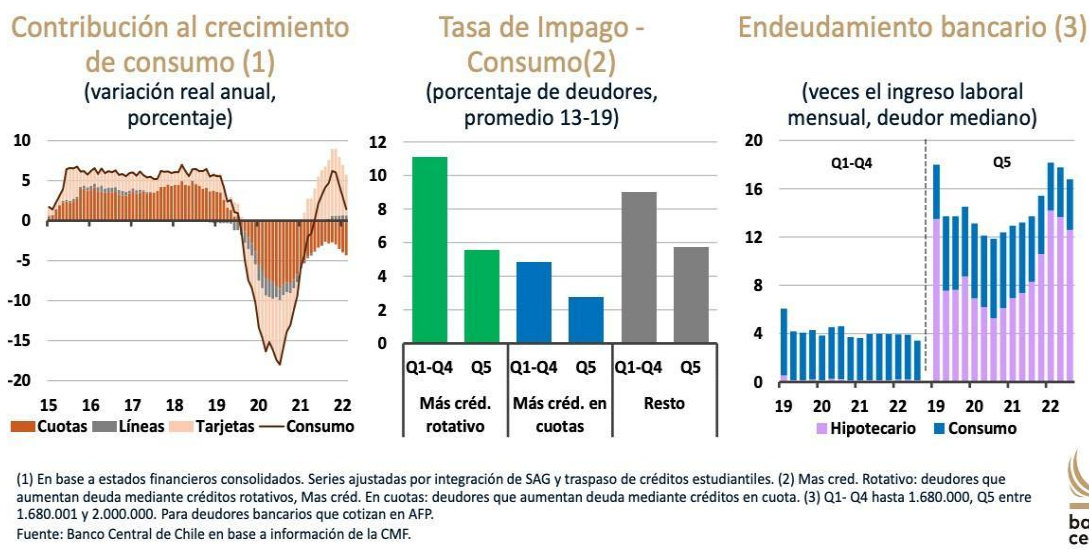


Figura 7: Gráfico Desarrollos Usuarios y Oferentes de Crédito.
Fuente: Banco Central de Chile.

Es cierto que no hay certeza del tiempo que durará este vaivén económico que afecta a todo el mercado y la industria, incluida la audiovisual, sin embargo, se puede prever un impacto negativo tanto en el corto como a mediano plazo.

6.1.3 ENTORNO TECNOLÓGICO

La innovación y el desarrollo tecnológico de la industria audiovisual nacional son aspectos claves para impulsar el uso de tecnologías y, a su vez, promover formas narrativas interactivas que tengan un real significado en la conexión con las audiencias. Hoy en día el usuario no solamente consume las imágenes, sino también las registra y expande en sus dispositivos electrónicos.

El ámbito tecnológico no tiene límites, las herramientas de tecnología que se destacan en Chile como el 5G, data centers, conectividad por fibra óptica y redes impulsan a proyectos de envergadura digital. Se vive una era alucinante en cuanto a avances tecnológicos y es aquí donde el proyecto documental transmedia necesita de todas estas fuentes para aportar valor a la expansión del mismo potenciando su marca y beneficiando a los usuarios.

A nivel local se identifica un porcentaje elevado de usuarios de internet, lo cual potenciaría una experiencia de difusión del proyecto. En relación con esta información podemos destacar los resultados de la investigación realizada por la Fundación País Digital (2020), con datos que muestran un 80% de participación de usuarios de internet en el año 2020 versus el 58% que había en el año 2013 conectados a la red a nivel nacional:

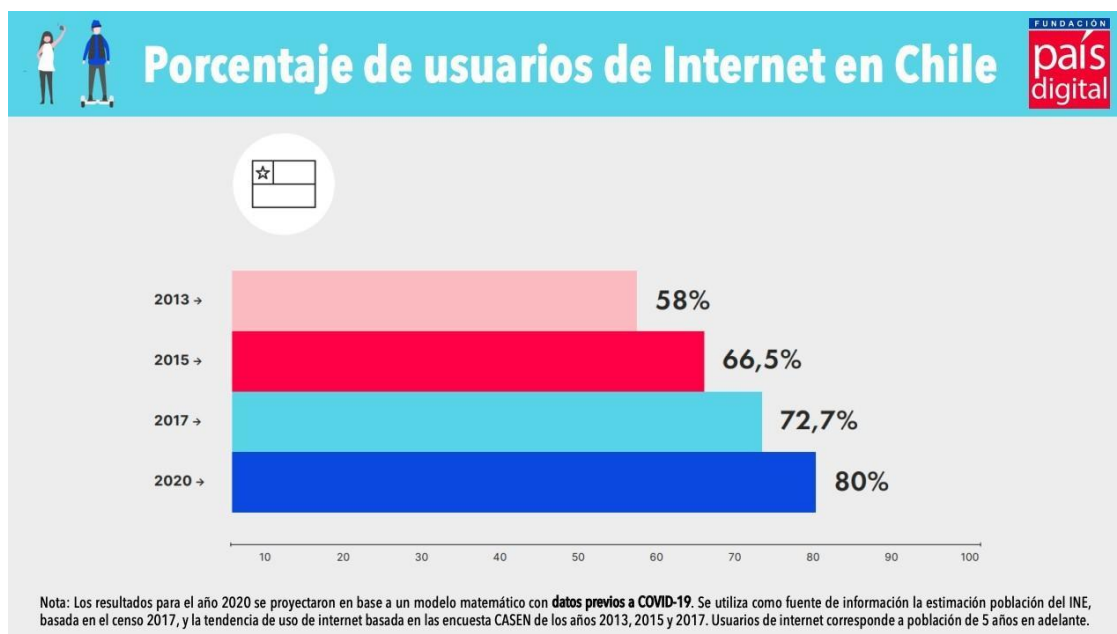


Figura 8: Gráfico de porcentaje de usuarios de Internet en Chile.
Fuente: Fundación País Digital.

De acuerdo con las cifras del mismo informe se puede identificar 5 regiones que encabezan la lista de usuarios de internet en el país, siendo la región metropolitana la que concentra la mayor cantidad de usuarios conectados a la red con un 87,5%, seguido por la región de Magallanes y de la Antártica Chilena con un 85,8%, luego la región de Antofagasta con un 83,1%, la región de Tarapacá con un 80,5% y la región de Valparaíso con un 79,9% lo que se puede distinguir en el siguiente gráfico:

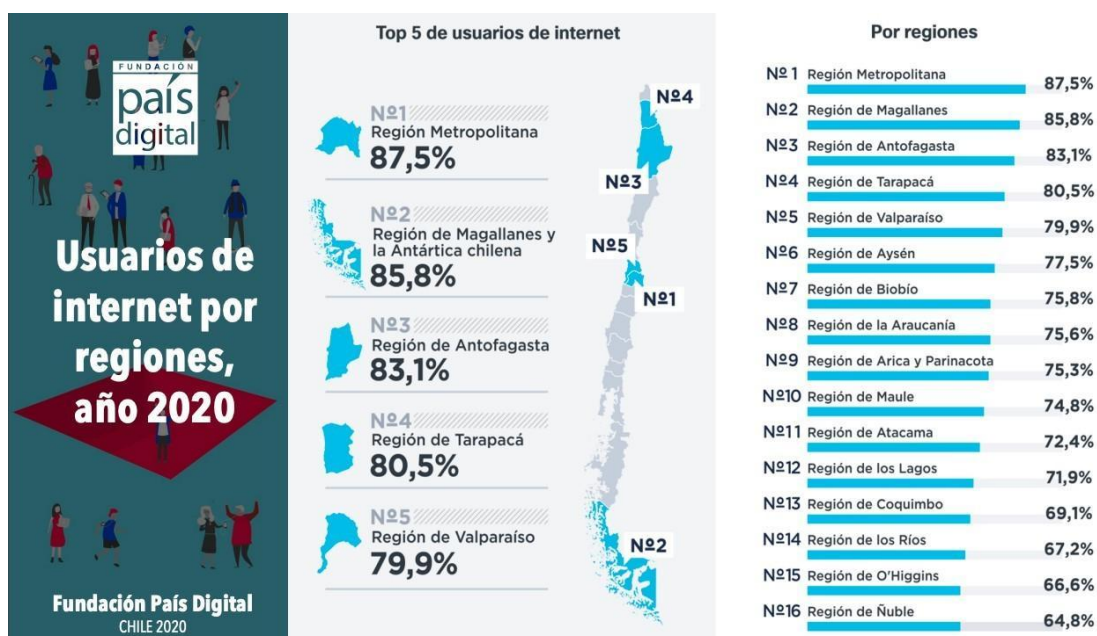


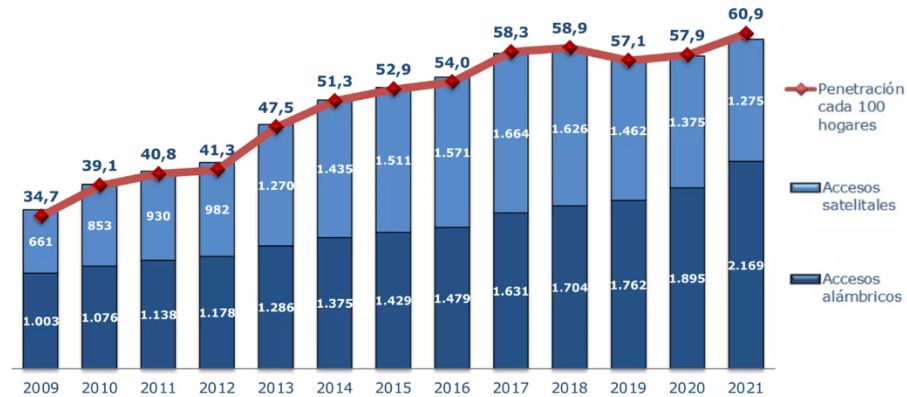
Figura 9: Gráfico de usuarios de Internet por regiones, año 2020.

Fuente: Fundación País Digital.

Los actuales emprendedores de la industria cultural plantean una nueva forma de enfrentar el trabajo (McRobbie, 2002). La fuerte explosión de lo audiovisual debido a las herramientas digitales que están disponibles asegura un crecimiento y posicionamiento de proyectos audiovisuales transmedia garantizando un constante progreso en su relato a través de diferentes medios. Uno de los sectores relevantes de analizar y que podemos destacar es el caso de los suscriptores de TV de pago, con datos entregados por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (2022), sobre la base de la información proporcionada por las compañías de servicios limitados de televisión (cable y satelital) donde podemos apreciar un alza significativa y constante en la totalidad de los suscriptores, lo cual marca un precedente relevante considerando que el documental transmedia “Memoria Eterna” pueda ser distribuido también a través de este servicio de televisión.

Televisión Pagada

Miles de suscriptores, penetración en hogares



- A diciembre 2021 Chile tiene un 60,9% de penetración de TV paga en el hogar con 3,4 millones de suscriptores.

Figura 10: Gráfico, porcentajes de suscriptores de TV paga, Marzo 2022.

Fuente: Subsecretaría de Telecomunicaciones.

Es importante destacar que el ecosistema de la investigación y desarrollo tecnológico pueda seguir aportando para entender los espacios de aprendizaje colaborativo entre los usuarios buscando soluciones pertinentes para conocer los caminos del desarrollo social con las nuevas tecnologías tanto en conexión y difusión a través de diversos medios.

6.1.4 ENTORNO SOCIOCULTURAL

Para el proyecto es relevante identificar cómo la sociedad chilena se nutre de conocer aspectos patrimoniales de nuestras comunidades ancestrales. En relación con esto, hemos encontrado que una de las prácticas de mayor interés en la sociedad chilena, ha sido, sin duda, el Día de los Patrimonios, este trabajo de recolectar y analizar datos de este evento está a cargo de la Subsecretaría del Patrimonio Cultural desde el año 2019, a través de su Departamento de Estudios y Educación Patrimonial.

Es en estas actividades donde se evidencia el gran interés de la ciudadanía en conocer, valorar y participar de esta actividad cultural.

El informe estadístico del Día de los Patrimonios (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2022) recolecta y analiza los datos sobre educación patrimonial. Uno de los antecedentes relevantes que nutre la investigación sociocultural del proyecto documental transmedia es que en el Día de los Patrimonios 2022 predominaron los lanzamientos audiovisuales (30,7%) en diversos formatos, incluyendo el documental.

Porcentaje de actividades virtuales inscritas en el Día de los Patrimonios 2022, por tipo de actividad.

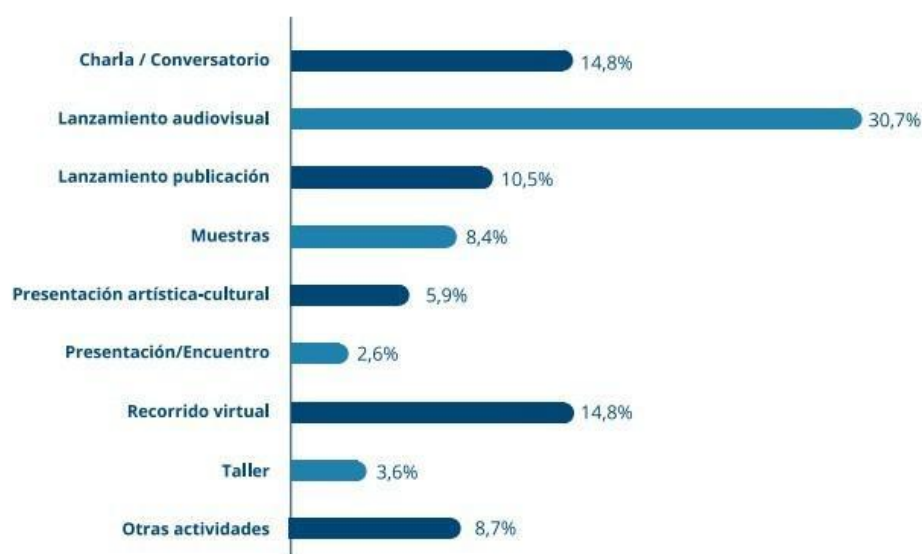
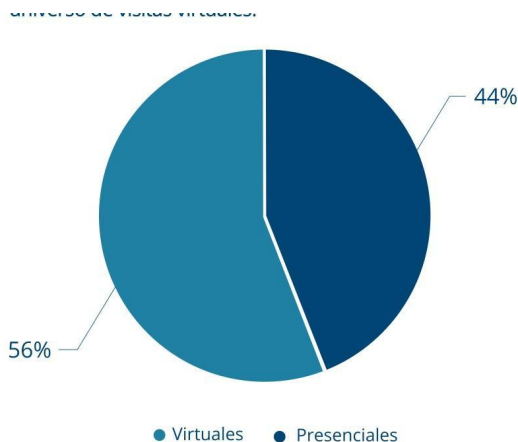


Figura 11: Gráfico elaborado por el Departamento de Estudios y Educación Patrimonial, a partir de los datos del Formulario de Inscripción del Día de los Patrimonios 2022.

Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

También es relevante identificar que la información reportada demuestra que se registraron 1.517.296 visitas en total, siendo 669.034 (44%) de forma presencial y 848.262 (56%) utilizando la virtualidad. Cabe destacar que, pese a que se ofreció una mayor cantidad de actividades presenciales, las visitas fueron en su mayoría de carácter virtual, lo que nos da luces de que el proyecto documental “Memoria Eterna” puede generar gran interés de la audiencia al publicar su material de manera online en diversas plataformas.

Porcentaje de visitas reportadas en el Día de los Patrimonios 2022, por modalidad de la visita¹⁹.



¹⁹ Por visitas virtuales se entienden las visitas a las actividades virtuales y las visitas a las actividades presenciales que recibieron visitas virtuales.

Fuente: Elaborado por el Departamento de Estudios y Educación Patrimonial, a partir de los datos del Formulario de Reporte del Día de los Patrimonios 2022.

Figura 12: Gráfico elaborado por el Departamento de Estudios y Educación Patrimonial, a partir de los datos del Formulario de Reporte del Día de los Patrimonios 2022.

Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio

Número de visitas reportadas en el Día del Patrimonio Cultural, por modalidad y en total, años 2019-2022²⁰.

Año	Visitas presenciales	Visitas virtuales	Total visitas
2019	1.018.377	0	1.018.377
2020	0	2.945.203	2.945.203
2021	6.708	3.007.856	3.014.564
2022	669.034	848.262	1.517.296

Figura 13: Tabla elaborada por el Departamento de Estudios y Educación Patrimonial, a partir de los datos reportados por las organizaciones del Día del Patrimonio Cultural, años 2019-2022.

Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

La evaluación que se realiza, considerando los datos obtenidos de esta investigación, es que en su conjunto la sociedad chilena participa de manera activa y sostenida en actividades relacionadas con temáticas patrimoniales lo que da pie a que el proyecto documental transmedia pueda generar interés del público objetivo que se pretende alcanzar.

6.2 ANÁLISIS DE MICROENTORNO

En función del proyecto documental transmedia “Memoria Eterna”, se desarrollaron los puntos de aquellos agentes del entorno cercano al proyecto y que pueden influir en el entorno inmediato y la capacidad de satisfacer a los usuarios.

6.2.1 SUMINISTRADORES

El proyecto documental transmedia busca generar *partner* de trabajo que permita desarrollar alianzas estratégicas para contar con un equipo humano y técnico en todas las áreas de producción del documental (guion – preproducción – realización – post producción y difusión). Por ejemplo, contar con patrocinio o auspicios de marcas ligadas a la tecnología audiovisual, tales como: Canon, Panasonic, Red, Blackmagic o

Sony que faciliten insumos en equipamiento (cuerpos de cámara y lentes para rodaje), permitiendo manejar costos de producción más bajos siendo un componente importante en la cadena de valor del proyecto. Otro caso interesante, es el de generar alianzas con estudios de post producción que permitan ser un apoyo en la creación cinematográfica permitiendo concluir el proyecto documental transmedia con estándares de calidad.

6.2.2 COMPETIDORES

Documental “Cultura Chinchorro, Patrimonio y Comunidad”: El proyecto de serie documental producido por Tetrápodo Films y dirigido por Marcos Herrera, es un proyecto promovido por la Universidad de Tarapacá. Las estadísticas del canal reflejan que tiene 8 videos publicados y 4 de ellos pertenecen a la serie documental que en total tiene más de 20.800 visualizaciones. Sin embargo, no cuenta con material actualizado y no refleja actividad desde hace 7 años.

MomiasChinchorro. (2 de septiembre 2015). *Cultura Chinchorro. Cap. 1 - Patrimonio y Comunidad*. [Archivo de Video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=rrvU6G0qRBA&t=16s>



Figura 14: Imagen del documental *Cultura Chinchorro, Patrimonio y comunidad*.

Fuente: Youtube.

Documental animado “Momias Chinchorro, Despertar de los Restos”: Este documental de animación *stop motion* “Momias Chinchorro: Despertar de los Restos”, dirigido por Álvaro Torres y Carolina Cortés, describe la momificación artificial que realizaba la cultura Chinchorro. Este material audiovisual fue financiado en parte por el CNCA – Fondo de Fomento Audiovisual 2010 y se encuentra alojado en el Canal de Vimeo de su realizadora Carolina Cortés Balmaceda y en el canal de YouTube del Museo Nacional de Historia Natural de Chile. Según las estadísticas, el video cuenta con 1417 visualizaciones y fue estrenado el 23 de julio de 2013.

Museo Nacional de Historia Natural de Chile (23 de julio 2013). *Despertar de los Restos*. [Archivo de Video]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=0RR0SBQDUSw>



Figura 15: Imagen del documental animado “**Momias Chinchorro, Despertar de los Restos**”. Fuente: Youtube.

6.2.3 INTERMEDIARIOS

La televisión es uno de los medios de comunicación más influyentes en nuestra sociedad. Es por esto, que entidades relevantes de la industria audiovisual chilena, como el CNTV, reconozca el proyecto documental transmedia “Memoria Eterna” lo que sería un aporte al desarrollo de contenido, contribuyendo al patrimonio cultural, potenciando el proyecto como un programa destacado para ser exhibido en la televisión abierta de Chile, teniendo un impacto atractivo para la audiencia del proyecto.

6.2.4 INSTITUCIONES

La manera de relacionamiento con organizaciones públicas y privadas aporta a desarrollar un planteamiento estratégico y operativo para el proyecto. Dentro de los organismos tenemos al Ministerio de Cultura de las Artes y Patrimonio que tiene relación con la divulgación y desarrollo del proyecto. Las gobernaciones regionales

ejercen una participación de la ciudadanía regional en temas de desarrollo cultural, lo cual contribuye a conseguir los objetivos. Las universidades, tanto públicas como privadas, son actores relevantes, impulsando actividades que tienen relación con las demandas artísticas y patrimoniales en la sociedad contemporánea. La Cineteca Nacional de Chile en su misión de preservar, conservar y difundir el patrimonio cinematográfico y audiovisual del país, también se encuentra ligada con nuestro propósito. Para concluir esta red colaborativa, y con objetivos similares a este proyecto transmedia, los museos, en su dinámica de promover y apoyar el desarrollo educativo, establecen lazos con organismos para crear

VII. ANÁLISIS FODA

A continuación, se presenta la realización de un análisis FODA, el que fue realizado sobre la base de las experiencias de acuerdo con la orientación del proyecto documental transmedia, en el cual se puede observar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que rodean el proyecto planteando posibles soluciones a los problemas encontrados.

Fortalezas ¿Qué haces bien? ¿En qué recursos únicos puedes recurrir? ¿Qué ven los demás como tus puntos fuertes?	Debilidades ¿Qué podrías mejorar? ¿Dónde tienes menos recursos que otros? ¿Qué es probable que otros vean cómo debilidades?
1.- Conocimiento en la realización de proyectos audiovisuales. 2.- Existe conocimiento del mapa de actores en materia audiovisual a escala local y nacional. 3.- El proyecto documental cuenta con una narrativa transmedia. 4.- Poca dependencia de proveedores externos para insumos técnicos (realización).	1.- Dependencia de fondos concursables (públicos y privados) para financiar la totalidad del proyecto. 2.- El proyecto cuenta con un equipo reducido para desarrollar un trabajo de documental interactivo transmedia. 3.- El proyecto requiere una infraestructura de alto costo (física y tecnológica) para convocar al equipo de trabajo.
Oportunidades ¿Qué oportunidades tienes abiertas? ¿Qué tendencias podrías aprovechar? ¿Cómo puedes convertir tus fortalezas en oportunidades?	Amenazas ¿Qué amenazas te pueden hacer daño? ¿Qué está haciendo tu competencia? ¿A qué amenazas te exponen tus debilidades?
1.- El acceso a la tecnología para la realización audiovisual permite tener una producción a menor costo. 2.- Existe apoyo de fondos concursables para generar material con contenido patrimonial (instituciones públicas y privadas). 3.- Permite vinculación con productoras audiovisuales que estén realizando proyectos similares. 4.- Existe una necesidad de reforzar contenidos culturales considerados Patrimonio de Humanidad. 5.- Alta demanda de material audiovisual a través de redes sociales.	1.- Competencia global de proyectos con temáticas similares. 2.- Desaceleración del crecimiento económico (crisis nacional y global). 3.- Poco valor otorgado (patrocinadores y auspiciadores) al formato documental en relación a otros formatos audiovisuales.

Figura 16: Imagen referencial análisis FODA.
Fuente: Elaboración Propia

El análisis del FODA permite establecer que las fortalezas están vinculadas al conocimiento y pericia de la realización audiovisual para proyectar un documental transmedia contando con el equipamiento técnico básico necesario para su producción. Las oportunidades están dadas por el mayor acceso a la tecnología, lo que influye directamente en los costos de producción, a su vez, existen diversos fondos concursables que apoyan proyectos con contenido patrimonial, advirtiendo una necesidad en el reforzamiento de los aspectos culturales considerados patrimonio de la humanidad. Las debilidades, indudablemente, son que el proyecto depende de fondos concursables para su financiamiento total, junto con esto, el proyecto necesita ampliar su equipo realizador con la finalidad de abarcar todas las áreas de un documental transmedia. Para esto, también es indispensable contar con una infraestructura física y tecnológica de alto costo. Por último, las amenazas, provienen por la desaceleración

económica, la competencia con proyectos que tratan temáticas similares y el poco valor que se observa para patrocinar o financiar proyectos de formato documental en relación con otros formatos audiovisuales.

VIII. ANÁLISIS DE AUDIENCIA

En el escenario de la tecnología audiovisual los proyectos que se realizan en estos formatos están cada día más enfocados en lograr audiencia, las producciones compiten por nichos específicos desarrollando estrategias y creando modelos de negocios sofisticados pensando en los hábitos de consumo de los usuarios. Actualmente, el área económica fundamental de los países desarrollados está constituido por la información (Monsálvez, 2003). En proyectos como el documental transmedia “Memoria Eterna” la audiencia tiene especial importancia, ya que es el eje central de la participación, contribuyendo con la construcción del relato. La inteligencia colectiva solo comienza con la cultura y aumenta con ella (Lévy, 2004).

El reporte de investigación del “Estudio del cine chileno en la plataforma de exhibición OndaMedia”, realizado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2020), muestra resultados relevantes para entender cómo los usuarios juegan un rol activo en el consumo audiovisual a través de diferentes dispositivos de visualización. En este estudio, fueron consideradas 212 películas y/o documentales nacionales que están o han estado disponibles en OndaMedia.

Los nuevos hábitos de consumo llevan a la sociedad a una dependencia de la interacción mediante las pantallas, derribando las barreras físicas, territoriales y culturales. Las estrategias de fidelización hacia los usuarios buscan reforzar vínculos directos reconociendo pautas de conducta y sus gustos.

Gráfico 3. Dispositivos de visualización

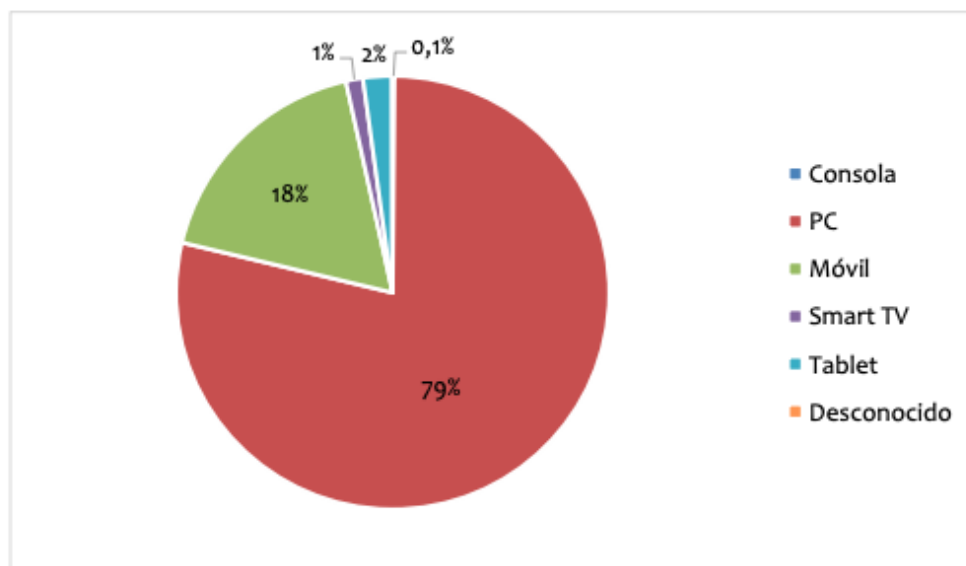


Figura 17: Estudio del cine chileno en la plataforma de exhibición OndaMedia.
Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

A partir de la Web 2.0, la interacción de la gente con los medios ha cambiado radicalmente (Bird, 2011), el público está abordando de manera consciente temas de su interés, eligiendo material audiovisual con el cual logre identificarse, reconociendo aspectos, sociales, históricos y culturales, incrementando su capacidad crítica y ampliando la visión del mundo que los rodea.

Uno de los resultados a destacar es que el formato documental es calificado de parte de los usuarios con el mayor porcentaje con 5 estrellas, obteniendo un 38%, este porcentaje es considerablemente mayor a los obtenidos por formatos como el drama, la comedia y largometrajes de acción y terror.

Gráfico 17. Género cinematográfico y número de estrellas

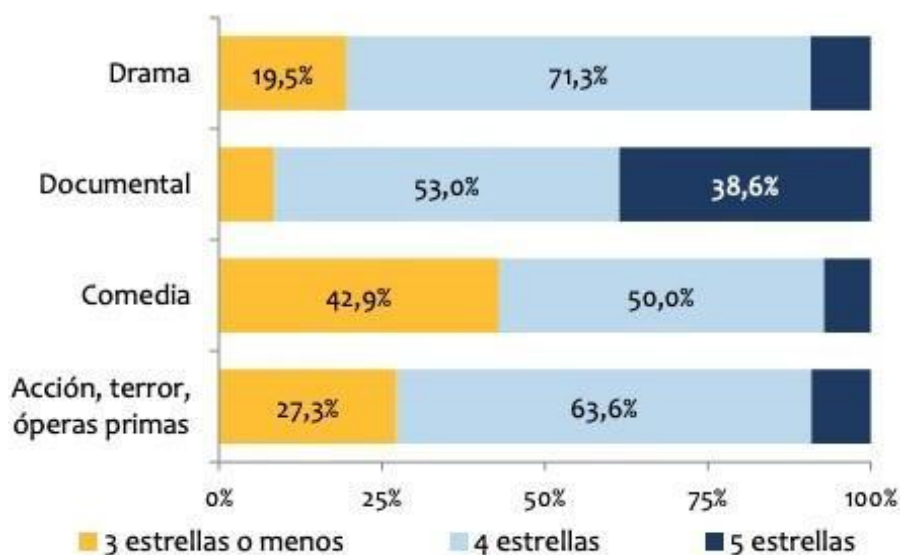


Figura 18: Gráfico de Estudio del cine chileno en la plataforma de exhibición OndaMedia. Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Sin embargo, es necesario precisar que las producciones de formato documental tienden a tener menores visualizaciones en comparación, por ejemplo, con las de género drama que tienen mucho mayor alcance. También, se observa que los documentales en la región metropolitana son más vistos por personas que residen en las comunas de Providencia, La Reina, Las Condes y Santiago (sector centro). En regiones los usuarios que prefieren el formato documental residen principalmente en Magallanes y Valparaíso.

Identificar los intereses de las audiencias según géneros cinematográficos, entrega información relevante sobre el consumo y comportamiento del público. Lograr conocer las tendencias que existen entre los usuarios permite proyectar una estrategia para el documental transmedia “Memoria Eterna” buscando satisfacer las necesidades de los usuarios.

Gráfico 19. ¿Qué géneros cinematográficos prefiere habitualmente? (Opción Múltiple)
según Sexo

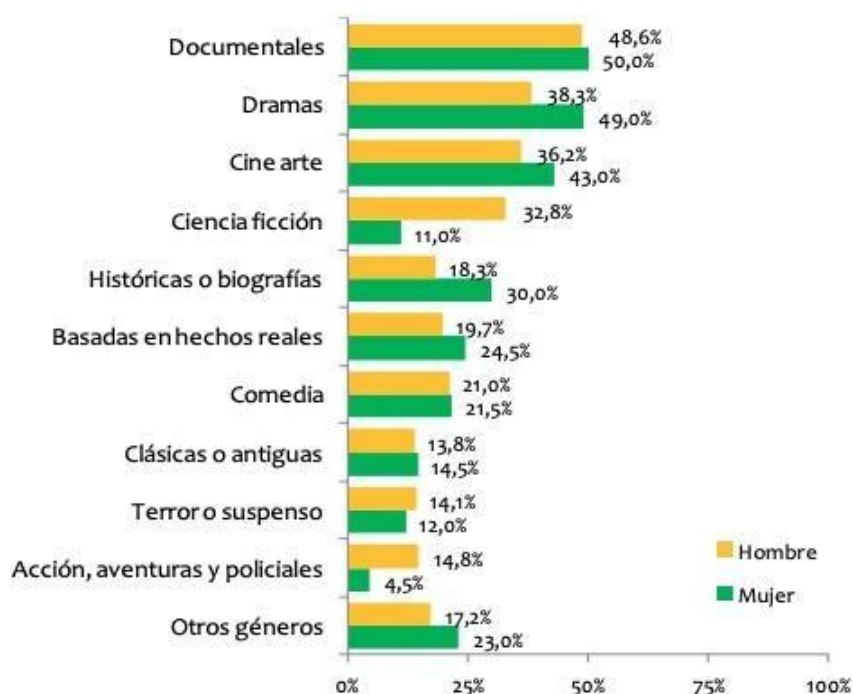


Figura 19: Gráfico, Estudio del cine chileno en la plataforma de exhibición OndaMedia. Fuente: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Considerando estos resultados y los antecedentes del informe, podemos obtener una muestra que ayuda a confirmar que, el público objetivo al cual está destinado el proyecto documental transmedia “Memoria Eterna” durante su primera temporada, está relacionado de manera directa con el interés de poder visionar producciones audiovisuales según el formato definido.

Para definir el perfil del usuario del proyecto documental transmedia “Memoria Eterna” se consideró el estudio de los análisis expuestos anteriormente en este trabajo. Cada individuo, por lo general, está en constante transformación, por lo tanto, la producción del proyecto transmedia debe sondear el entorno del usuario, ya que cada día busca nuevos estímulos en mayor o menor medida.



Figura 20: Imagen, Arquetipo de usuario. Fuente: Elaboración propia.

Los principales rasgos del arquetipo de usuario tienen relación con un modelo típico de la generación millennial, jóvenes nacidos a partir de los 80, hiperconectados, con estudios profesionales y de postgrado, con sentido colaborativo, compromiso y tolerancia. Este usuario tiene prioridades y expectativas diferentes a las generaciones anteriores, puesto que sus necesidades son en función de su estilo de vida y metas personales.

8.1 PÚBLICO OBJETIVO

La identificación del público objetivo al que va dirigido el proyecto permite determinar los rasgos básicos y generales que tendrá el usuario.

- Género: Hombres y mujeres.
- Edad: Entre los 25 a 40 años o más.
- Lugar de residencia: Principalmente en Chile.
- Educación: Educación media completa - estudios superiores universitarios (pregrado y postgrado).
- Grupo socioeconómico: AB, C1a, C1b, C2 y C3.
- Generación: Principalmente, Millennials.
- Intereses: Temas culturales, actualidad e históricos.

La generación Millennial tiene un claro interés en consumir productos y vivir experiencias, acordes a las nuevas tecnologías, por esto, el proyecto documental transmedia “Memoria Eterna” está en la línea de poder satisfacer esa necesidad ante el comportamiento de usuario de esta generación, esperando construir un modelo integral que refleje tanto los aspectos emocionales como los cognitivos para acercarnos a una observación profunda de las características específicas de estas personas.

La planificación comercial del proyecto para llegar a los usuarios está orientada en poder abarcar los siguientes ejes:

- Atraer: buscando crecer, creando perfiles de clientes acorde a los contenidos específicos en diversas plataformas, potenciando contenidos relevantes para cada segmento identificado.
- Vincular: con la intención de aumentar la relación de negocio con potenciales usuarios. Proyectando estrategias que permitan ampliar los productos satélites que rodean el proyecto.
- Fidelizar: para lograr apuntar a usuarios idóneos con los cuales poder lograr relaciones fructíferas con resultados concretos que nos ayuden a formar comunidades fieles.
- Mantener: lograr construir relaciones a largo plazo con el público objetivo que

ayuden a generar crecimiento y un desarrollo sostenible del proyecto para lograr resultados de valor social y financieros.

Tomando en cuenta lo anteriormente planteado para este trabajo fue necesario conocer el análisis sistemático y permanente de las necesidades del mercado, orientando el proyecto documental transmedia hacia oportunidades atractivas que ofrezcan un potencial crecimiento en el mediano y largo plazo, definiendo objetivos para elaborar estrategias de desarrollo basadas en las necesidades del mercado y en su evolución. Además, este trabajo puede contribuir al desarrollo del proyecto en cuanto a estrategias de rentabilidad y expansión, brindando un panorama que permita implementar planes de acción con objetivos concretos en el proceso de la toma de decisiones actuales y futuras.

IX. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

El proyecto audiovisual “Memoria Eterna” basa su estrategia de posicionamiento en ser el primer proyecto documental transmedia que trata el tema de la muerte en la cosmovisión de las culturas ancestrales de nuestro país. La marca, dentro de sus objetivos, busca maximizar en las historias los aspectos culturales y patrimoniales para que estos tengan un sentido en el prosumidor, “ya no hay que producir marcas sino historias: es la era del relato” (Silió, 2009, p.24), declarando un posicionamiento que busque beneficiar al proyecto, identificando al usuario objetivo, resolviendo parte de sus necesidades y situando al documental transmedia por sobre el resto de las alternativas del mercado.

Conocer primeramente el mercado y la posición que busca ocupar el proyecto está basada en las necesidades detectadas de los usuarios y no en las características del proyecto, para tener una interacción con el usuario en mayor medida que la competencia. Para esto, es necesario diferenciar el proyecto del resto de los competidores con el objetivo que la audiencia vea la propuesta como la más interesante y que más valor le aporta, asegurando la viabilidad y sostenibilidad del proyecto en el mediano y largo plazo.

Participar en la industria audiovisual, que es altamente competitiva, con la finalidad de ingresar rápidamente al mercado e impulsar el proyecto, lleva a considerar que es relevante plantear tempranamente objetivos y estrategias para alcanzar el posicionamiento deseado como marca. La intensa competencia en la industria y el poder de negociación de los usuarios ejerce presión sobre el proyecto. En este contexto, tener claras las ventajas competitivas del documental transmedia “Memoria Eterna” permitirá diferenciarnos de nuestra competencia considerando un proceso evolutivo constante de la estrategia de diferenciación en la propuesta de valor, tomando en cuenta que los mercados cambian, nuestros competidores se adaptan y constantemente siguen apareciendo nuevos actores.

La estrategia comercial en la elaboración del presupuesto, considerando un mercado audiovisual con una fuerte competencia, requiere acciones en la definición de objetivos económicos específicos, en este sentido la producción del documental transmedia requiere realizar tareas en las etapas de investigación, preproducción, realización, postproducción y difusión, considerando un equipo humano y técnico para cumplir los objetivos en cada una de estas etapas. Teniendo presente la envergadura del proyecto es necesario postular a fondos para cubrir parte del financiamiento, junto a ello, también, es necesario incorporar otras fuentes de financiamiento como patrocinadores y auspiciadores que permitan compartir los riesgos en la producción como forma directa de financiación y así tener la seguridad de ir solventando y generando los cimientos financieros del proyecto mediante un plan económico de aportes que permita fortalecer las diferentes fases de realización.

En conclusión, este proyecto documental transmedia tiene una misión social en un contexto cultural y geográfico determinado. Para que esta estrategia logre fidelización con nuestros usuarios es muy importante que ellos descubran, exploren y tengan una amplia experiencia con la propuesta de contenido, satisfaciendo así la necesidad del usuario.

X. PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor del documental transmedia “Memoria Eterna” es la creación de contenidos sobre la cultura chinchorro a través de un documental transmedia que aún no existe en la industria audiovisual en Chile. Ser pionero aumenta las posibilidades de supervivencia para mantener todo el modelo de negocio, planificando diversas estrategias que permitan identificar el marco conceptual de la propuesta de valor tratando de atender las necesidades emocionales y sociales de los prosumidores. Este posicionamiento va a suponer la configuración del proyecto con el objetivo de generar una identidad de marca al ser el primer proyecto de documental transmedia que trata el tema de la muerte en las cosmovisiones ancestrales de Chile.



Figura 21: Esquema de la propuesta de valor del documental interactivo “Memoria Eterna”. Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, los actuales modelos de consumo audiovisual (redes sociales, plataformas *streaming*, etc.) permite que el proyecto documental transmedia tenga un objetivo claro en poder entregar una respuesta a los usuarios en las demandas de flexibilidad, interacción y expansión en el consumo de contenidos, llevando a estos a involucrarse directa o indirectamente en la elaboración de estos.

El reto principal es poder vincularnos con nuestra audiencia y poder situarlos en el centro de la cadena de distribución, creando historias que entreguen fuerza al propósito de la marca del documental transmedia y a su vez generar interacciones a través de las distintas plataformas. Dentro de los objetivos principales al rescatar el patrimonio de los pueblos ancestrales, focalizando el tema de la cosmovisión que tenían con la muerte se rescata un tesoro intangible de sabiduría ancestral para que no se siga perdiendo de

generación en generación. Para finalizar, la dinámica de esta propuesta de valor busca fortalecer una relación entre la marca del proyecto y sus usuarios basado en el principio de una identidad virtual, aprovechando la posibilidad de fortalecer los planes estratégicos del proyecto documental transmedia.

XI. OBJETIVOS DEL PROYECTO

El objetivo general del proyecto es dar a conocer, a través de una serie documental transmedia, la cosmovisión sobre la muerte de las comunidades ancestrales de Chile, recuperando historias de patrimonio cultural.

Los objetivos específicos son:

- Fomentar la reflexión sobre dinámicas culturales de los pueblos ancestrales y cómo éstas se encuentran distanciadas de la sociedad contemporánea.
- Proponer estrategias de interacción entre los usuarios a través de hashtag en redes sociales.
- Proyectar el alcance del tema principal (la muerte) con pequeñas historias paralelas de diferentes culturas latinoamericanas.
- Construir una comunidad que promueva a través de diversos soportes digitales el conocimiento ancestral que tenían nuestros antepasados de la vida después de la muerte.

El objetivo comunicacional del proyecto es lograr interacción y cocreación de los contenidos de las piezas audiovisuales, mediante el uso de plataformas. De esta manera la creación de las comunidades dará pie a una interacción motivada por el interés común de participar activamente en la creación y protección del valor histórico patrimonial de las historias presentadas. Las formas narrativas del proyecto permiten una distribución mediante diversos soportes fomentando también la interacción entre los prosumidores y la marca. El *engagement* con nuestro usuario será la clave que produzca esa emoción de generar relaciones mutuamente beneficiosas en los diferentes espacios de convergencia comunicativa para alcanzar los objetivos

planteados.

XII. DESARROLLO DEL PROYECTO

A la hora de analizar las estrategias del proyecto documental transmedia se debe tener presente que los modelos de creación y producción de contenidos culturales y la participación de los usuarios en la construcción de significados establece la ruta de acción que se desarrolla en una primera etapa en los diversos espacios comunicativos digitales del proyecto.

Inicialmente la estrategia contempla la realización de tres microrrelatos audiovisuales (*teaser* promocionales) mostrando las cosmovisiones sobre la muerte que tenían las culturas ancestrales vinculadas al documental. La participación de los usuarios al visualizar este material audiovisual entregaría pistas de contenidos asociados a cada capítulo del documental, construyendo una historia más compleja en el ámbito promocional. Este material audiovisual será emitido por televisión abierta y alojado en el sitio web del proyecto www.MemoriaEterna.tv, posibilitando al usuario a visionar estos materiales de manera continua en cualquier momento y lugar. Al finalizar cada *teaser* promocional emerge la pregunta: ¿existe vida después de la muerte?, es aquí donde nace la comunidad, debido a que el prosumidor podrá compartir digitalmente sus visiones a través de un mensaje que puede ser enviado por WhatsApp y que quedará alojado inmediatamente en el sitio web del proyecto. El material recolectado posteriormente será incluido dentro del guion definitivo en la estructura audiovisual de cada capítulo del documental transmedia, permitiendo ser un aporte valioso al desarrollo de cada historia “el receptor puede aportar su parte de la historia, su propio discurso” (Molpeceres & Rodríguez Fidalgo, 2014).

El vínculo generado en la etapa inicial daría pie posteriormente a un proceso de construcción del proyecto más dinámico en todos sus productos (web, audiovisual, RR.SS. y comics). El sentido de interés generado en el usuario a través de la participación en el contenido preliminar estimularía a conformar comunidades que colaboren entre sí, estableciendo múltiples vínculos conectados con la estrategia

transmedia, expandiendo el universo, redirigiendo la información del contenido principal que tiene el documental de forma paralela en cada uno de los mundos, profundizando las experiencias y emociones de los usuarios en los diversos *storytelling* que cohabitan en el universo del proyecto.

XIII. UNIVERSO TRANSMEDIA

El universo transmedia del documental “Memoria Eterna” busca extender la trama del eje principal para así facilitar que el usuario pueda interactuar con el proyecto y recorrer las distintas plataformas, conectando con el mensaje y sus productos, permitiendo colaborar en la construcción del relato para ampliar constantemente su universo.

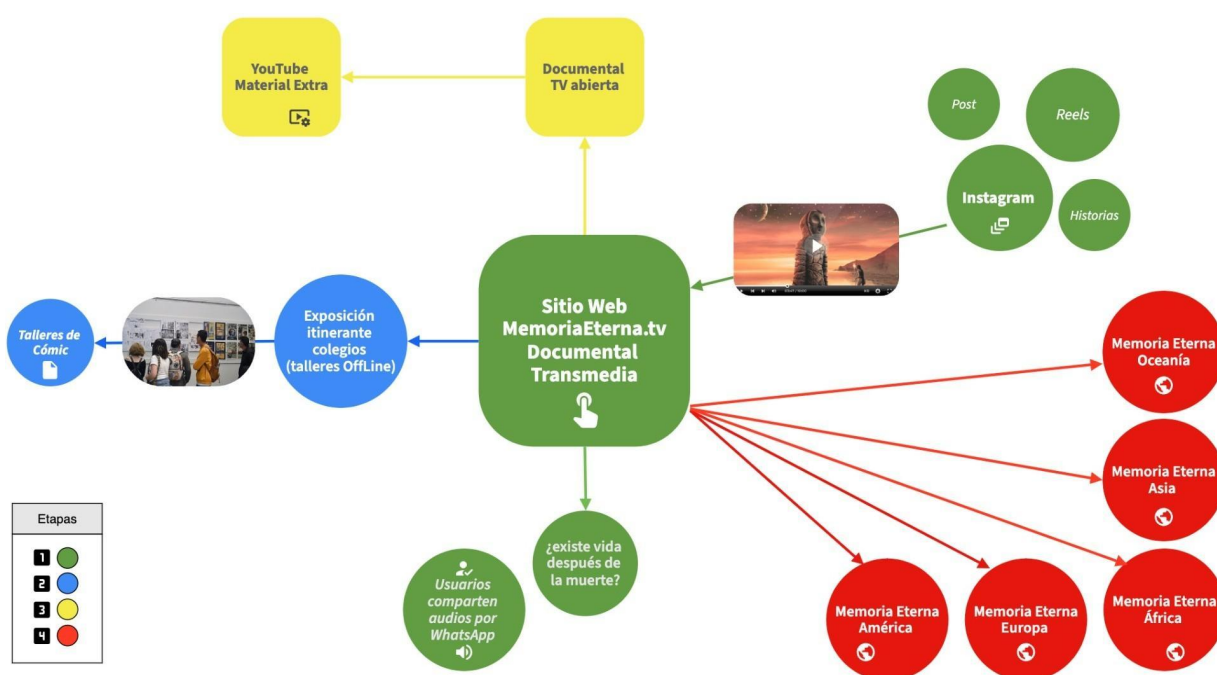


Figura 22: Esquema del universo transmedia del documental interactivo “Memoria Eterna”. Fuente: Elaboración propia.

El universo transmedia del proyecto combina lo digital y el *offline* de formas

diferentes, respondiendo a etapas de desarrollo que se visualizan en la imagen anterior, ofreciendo nuevas oportunidades para atraer a diversos usuarios.

La plataforma central del proyecto que es el sitio web www.MemoriaEterna.tv, es donde se alojan los microrrelatos y se produce la participación del usuario a través de audios enviados por WhatsApp para atraer, cautivar y retener a las audiencias. En una primera etapa, los usuarios pueden visionar los tres microrrelatos que son parte de la primera temporada del proyecto; la página tiene una navegación intuitiva y está adaptada para dispositivos móviles.

Instagram es considerada una plataforma relevante en la extensión narrativa de los contenidos digitales del proyecto, ya que las posibilidades de exhibición del contenido y los mecanismos de retroalimentación permiten crear mayor fidelización y que la experiencia del usuario sea satisfactoria. La construcción de una comunidad en esta plataforma donde los usuarios puedan compartir opiniones y profundizar el tema, conectando con sus historias, abre nuevas oportunidades para transformar la atención de los fans enriqueciendo por medio de materiales no lineales y asincrónicos la propuesta promocional del proyecto.

El documental será exhibido por televisión abierta considerando alcanzar la audiencia cautiva de este medio, que tiene relación con nuestro público objetivo. Esto también tiene el propósito de utilizar este medio como el eje troncal que ramifica hacia uno complementario en un canal de Youtube por medio del cual se entrega material extra de la producción emitida por la TV abierta.

La realización de una exposición itinerante en el universo transmedia contempla visitas a los colegios apuntando a generar un enganche con un público más joven. Esta experiencia promueve el proyecto y junto con potenciarlo incluye a los participantes (estudiantes de enseñanza media) a través de la realización de un taller de comics proponiendo la creación de historias para ampliar el universo narrativo.

Para finalizar, tenemos la visión de que el proyecto puede ser expandido alojando historias y microrrelatos de las comunidades ancestrales que vivieron en diferentes continentes mostrando de manera interactiva cómo exploraban las cosmovisiones sobre la muerte.

XIV. TÁCTICAS DEL PROYECTO

Como el objetivo comunicacional del proyecto es la creación de comunidades que interactúen movidos por el interés común de participar activamente en la creación y protección del valor histórico patrimonial de las historias presentadas en el documental transmedia “Memoria Eterna”, las estrategias iniciales son dos apuntando a cuatro tácticas concretas en la primera etapa del proyecto que deben ser medibles, alcanzables, relevantes y temporales:

TÁCTICA I: El desarrollo y realización de *sitio web* www.MemoriaEterna.tv es el eje principal del proyecto, ya que el correcto funcionamiento y programación del sitio permitirá que éste tenga una versión operativa tanto para computadores de escritorio como en dispositivos móviles. El trabajo de implementación contempla un desarrollo técnico para que los usuarios puedan interactuar con la plataforma y ser prosumidores del proyecto a través del envío de audios vía WhatsApp. El sitio en una primera instancia será un *one page* (una sola página) apuntando a un diseño minimalista teniendo presente que mientras más pestañas e información contiene un sitio más lento es su carga. Los conceptos claves para la estrategia de posicionar el sitio son: transmedia, muerte, cosmovisión y pueblos ancestrales. El indicador clave (KPI) será medido periódicamente para analizar la cantidad de visitas del sitio y principalmente el tiempo de estancia en el sitio, considerando también la tasa y el origen del tráfico.

TÁCTICA II: La publicación de tres microrrelatos promocionados en *Instagram* es la segunda táctica para implementar, puesto que nuestro público objetivo consume de manera habitual *posteos* en este medio. La idea es que estos materiales audiovisuales pueden, incluso, ser contados con una sola frase, ofreciendo a los usuarios un formato atractivo por ejemplo a través de *Reels*. La brevedad temporal de una pieza audiovisual

de estas características apunta a la memoria emotiva del espectador intentando sustituir todo lo que el guion no puede abarcar por la limitación temporal. El secreto de la micronarración audiovisual está en la selección del momento. Delante y detrás de la historia que se muestra hay más historia y la habilidad del guionista consiste en ofrecer ese momento de tal modo que el espectador se interese y recree el antes y el después a su medida, como cocreación (Guarinos y Gordillo, 2010).

TÁCTICA III: La diseminación del material extra a través del *canal de Youtube* apunta a encantar a aquellos prosumidores que realizan un consumo diario por medio de esta plataforma entregando material adicional de las entrevistas a los diferentes personajes del documental. El objetivo es conseguir levantar una campaña de publicidad invitando a crear nuevos microrrelatos del documental transmedia realizado por usuarios de esa plataforma fomentando una cultura participativa con el proyecto, apuntando a un público objetivo más joven (secundario) de edades entre los 25 y 35 años, considerando que son el mayor grupo demográfico de la plataforma.

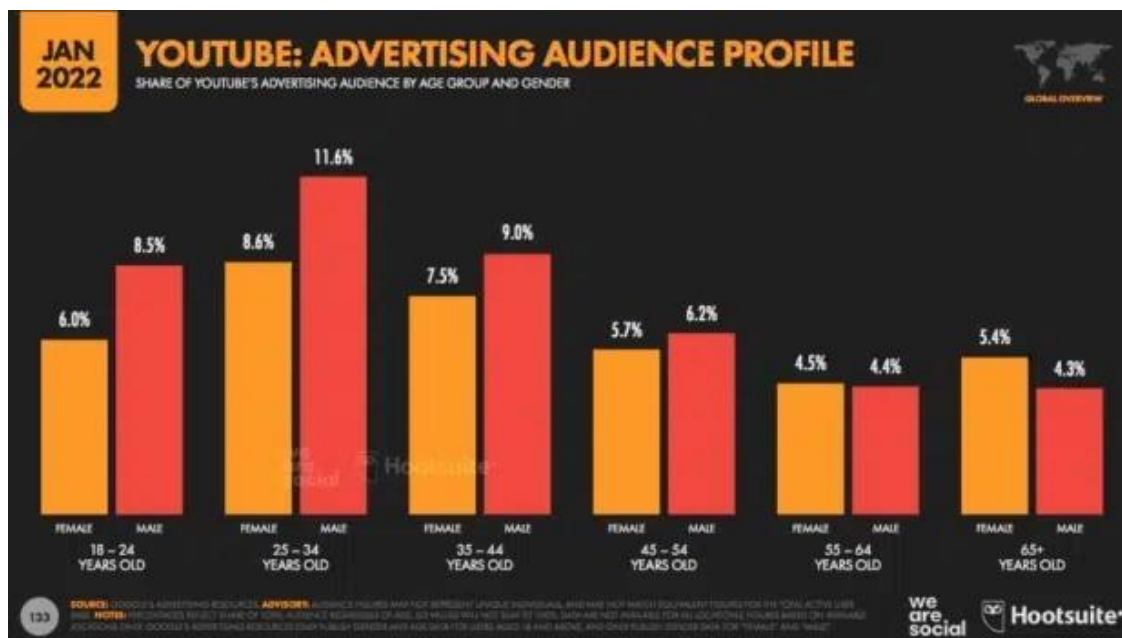


Figura 23: Gráfico de grupos por rango etareo de audiencias en Youtube.
Fuente: *Hootsuite Global State of Digital 2022 report.*

TÁCTICA IV: Se encuentra enfocada en impactar el aula de clase con la intervención a través de clínicas realizadas en los colegios (*off line*) para que alumnos de enseñanza media vinculen las historias del documental transmedia con el diseño e ilustración gráfica por medio de cómics. Esta intervención tiene la finalidad de que estos usuarios puedan participar activamente y de manera educativa en la co-creación incorporando elementos que sean parte de las historias paralelas, por ejemplo: creando personajes. De esta manera, los jóvenes descubren las diversas identidades culturales e históricas que tienen los pueblos ancestrales y su relación con la muerte, generando curiosidad en las nuevas generaciones. El fenómeno del *fan fiction* existe desde el mismo origen de la cultura de masas (o incluso antes), pero las nuevas plataformas colaborativas lo han puesto en el centro de la escena (Scolari & Establés, 2017).



Figura 24: Imagen referencial de ilustraciones.
Fuente: Chile Arqueológico.

XV. PROPUESTAS DE PIEZAS Y MAQUETAS

El proyecto documental transmedia “Memoria Eterna”, en su primer capítulo, busca potenciar la difusión de la cultura chinchorro, elaborando una propuesta narrativa de no ficción con un discurso no lineal explorando diversificar el contenido con dinámicas de consumo colectivo ampliando las audiencias por múltiples interfaces. La narración documental *transmedia* actuaría como un activador cultural (Jenkins, 2008) añadiendo nuevos medios o correlatos del relato principal.



Figura 25: Idea conceptual del logo documental interactivo “Memoria Eterna”.
Fuente: Elaboración propia.

Sitio web (One page).



MEMORIA ETERNA

LA COSMOVISIÓN DE LA MUERTE

MICRORELATO PROMOCIONAL



¿Existe vida después de la muerte?



*Algunos de los audios serán incluidos en el documental transmedia "Memoria Eterna" al finalizar te pedimos indicar tu nombre y edad.



Cultura Chinchorro

Nullam molestie arcu sed orci ornare. Interdum pretium est blandit. Vestibulum pretium, urna at lacus tincidunt, arcu tortor aliquet arcu, tincidunt vulputate odio lacus nec ipsum. Sed eget tortor orci.

Rapa Nui

Nullam molestie arcu sed orci ornare, interdum pretium est blandit. Vestibulum pretium, urna at lacus tincidunt, arcu tortor aliquet arcu, tincidunt vulputate odio lacus nec ipsum. Sed eget tortor orci.



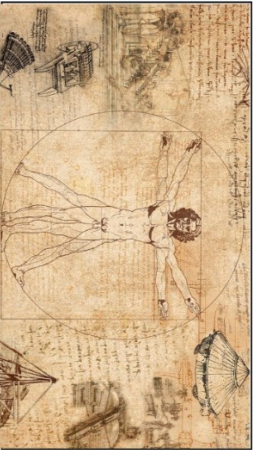
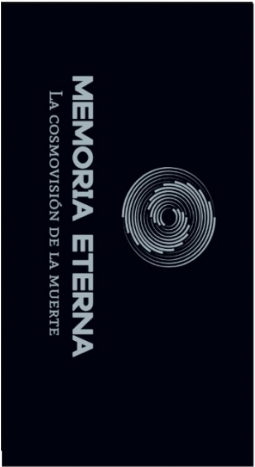
Selk'nam

Nullam molestie arcu sed orci ornare, interdum pretium est blandit. Vestibulum pretium, urna at lacus tincidunt, arcu tortor aliquet arcu, tincidunt vulputate odio lacus nec ipsum. Sed eget tortor orci.

Donec ullamcorper ex odio, sed rhoncus erat finibus ut. Aliquam tristique turpis id leo pretium accumsan.



Storyboard Microrrelato audiovisual - 01 Chinchorro

Title Microrrelato audiovisual - 01 Chinchorro		Scene _____		Page 01	
Director Luis Contreras Díaz - @azero.tv		Location _____		Date 2023	
Shot _____ Framing _____ Duration 00:00:10"		Shot _____ Framing _____ Duration 00:00:10"		Shot _____ Framing _____ Duration 00:00:10"	
					
Video Imágenes del espacio y galaxia #MemoriaEterna		Video Imágenes de ilustraciones y la del experto en historia		Video Imágenes de ilustraciones de comunidades Chinchorro, integrando también al arqueólogo	
Audio Post de audio con efectos de sonido		Audio Entra en off cuña del historiador música de fondo		Audio Entra en off cuña del arqueólogo música de fondo	
Shot _____ Framing _____ Duration 00:00:10"		Shot _____ Framing _____ Duration 00:00:10"		Shot _____ Framing _____ Duration 00:00:10"	
					
Video Imágenes del Museo San Miguel de Azapa junto a la imagen del antropólogo		Video Diversas ilustraciones representando la cosmovisión		Video Logo junto con # y título del documental con la pregunta al cierre del video.	
Audio Entra en off cuña del antropólogo música de fondo		Audio Post de audio con efectos de sonido *enchanted.media		Audio Música épica con golpe final	

XVI. PRESUPUESTO

Para realizar el documental transmedia es necesario disponer un financiamiento abierto, ya que al ser realizado de manera independiente el proyecto solo cuenta con un respaldo económico limitado, por esto dependemos de los fondos concursables, auspicios y patrocinios para llevarlo a cabo en su totalidad.

El desarrollo de las condiciones del proyecto documental transmedia, comprende varias etapas en su cadena de valor, desde la investigación, creación del guion, plan de preproducción, grabación, postproducción (imagen y sonido), y la posterior difusión y distribución del proyecto. Además, se requiere la formación de un equipo humano para todas las etapas de la producción audiovisual, las que dependen cada una de la otra para lograr un equilibrio en la sostenibilidad del proyecto. Por esto, los objetivos de postulación son el poder responder y resolver la necesidad de cubrir una parte de los gastos presupuestados para llevar a cabo el documental transmedia y así tener la seguridad de ir solventando y generando los cimientos financieros del proyecto mediante un plan económico de aportes que permita fortalecer las diferentes fases de realización.

Al realizar un levantamiento de costos para la creación del documental transmedia y considerando las características del proyecto, el fondo seleccionado es:

Fondo de Fomento Audiovisual

Este fondo financia la producción y distribución de obras cinematográficas, creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica. Depende del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, y existe a partir de la promulgación de la ley N° 19.981, en 2004. La línea específica de postulación es:

Línea Producción de Audiovisual Interactivo y/o Experimental

En la primera etapa el objetivo es cubrir los gastos de operación, postulando al

“Fondo Audiovisual, Línea Producción de Audiovisual Interactivo y/o Experimental”. Éste nos permitiría financiar total o parcialmente los gastos para la ejecución del proyecto. Los gastos de operación comprenden, en general, los gastos necesarios para el cumplimiento de las funciones y actividades para lo que fueron otorgados los recursos, tales como, alimentación, arriendos, vestuario, materiales de uso o de consumo, servicios básicos, mantenimiento, reparaciones, artículos de librería, difusión, pasajes, peajes, combustibles, entre otros.

Este fondo cuenta con un presupuesto total estimado de \$52.500.000.- (cincuenta y dos millones quinientos mil pesos), que corresponden al año 2023 para el financiamiento total o parcial de los proyectos seleccionados. Financiando un monto máximo de \$26.250.000.- (veintiséis millones doscientos cincuenta mil pesos chilenos) por cada proyecto seleccionado.

Línea Webserie

En la segunda etapa el objetivo es cubrir los gastos parciales de personal e inversión, considerados desde el desarrollo del guion hasta la postproducción del proyecto postulando al *“Fondo Audiovisual, Línea Webserie”*. El proyecto webserie postularía dentro de la modalidad documental. Este fondo cuenta con un presupuesto total disponible de: \$70.000.000.- (setenta millones de pesos chilenos). designando un monto máximo por proyecto de: \$35.000.000.- (treinta y cinco millones de pesos chilenos).

El monto total financiable del proyecto sería, según el formulario de presupuesto, de \$140.470.000.- para esto los montos a postular por fondos serían:

- *Línea producción de audiovisual interactivo y/o experimental*

Monto solicitado: \$11.400.000 (once millones cuatrocientos mil pesos chilenos)
Gastos a cubrir: Arriendo e insumos de oficina, suscripción a plataformas de videollamadas y gastos de servicios de contabilidad.

- Línea webserie

Monto solicitado: \$35.000.000 (treinta y cinco millones de pesos chilenos) considerando cubrir los gastos y remuneraciones de preproducción y producción.

Gastos para cubrir: honorarios por remuneraciones de producción, dirección, cámara, iluminación y sonido.

16.1 RESUMEN DEL PRESUPUESTO

		Valor \$1 USD =	\$ 908
		Validez =	07-dic-22
Desarrollo	\$-0		USD 0,0
Remuneraciones en Preproducción y Producción	\$ 59.200.000		USD 65.198,2
Gastos administrativos e imprevistos	\$ 11.400.000		USD 12.555,1
Gastos de preproducción y producción	\$ 27.870.000		USD 30.693,8
Gastos y Remuneraciones de Postproducción	\$ 42.000.000		USD 46.255,5
Promoción y distribución	\$-0		USD 0,0
Total	\$ 140.470.000		USD 154.702,6
Total Financiable	\$ 140.470.000		USD 154.702,6
TOTAL SOLICITADO	\$ 46.400.000		USD 51.101,3
TOTAL COFINANCIADO	\$ 151.570.000		USD 166.927,3

16.2 DETALLE DE COSTOS

Gastos administrativos e imprevistos:

ÍTEM	UNIDAD (Jornada/Se mana/Mes)	N° DE JORNADAS /SEMANAS /MESES	VALOR UNITARIO (BRUTO)	VALOR TOTAL	MONTO SOLICITADO AL FONDO
Arriendo oficina	Mes(es)	12	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000
Insumos de oficina	Mes(es)	12	\$ 150.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Suscripción a plataformas de teletrabajo (Zoom)	Mes(es)	12	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Gastos sanitarios	Mes(es)	12		\$ -	
Contador/a	Mes(es)	12	\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
Pagos de insumos básicos (luz, agua, gas)	Mes(es)	12	\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
IMPREVISTOS (El monto no puede superar el 7% de lo solicitado al Fondo)					
				TOTAL	TOTAL SOLICITADO
			CLP	\$ 11.400.000	\$ 11.400.000
			USD	USD 12.555	USD 12.555

Costos equipo humano:

Etapa de PREPRODUCCIÓN									
ÍTEM	CANTIDAD DE PERSONAS	UNIDAD (Jornada/Se mana/Mes)	N° DE JORNADAS/SE MANAS/MESES	TIPO DE CONTRATO	VALOR UNITARIO (LÍQUIDO)	VALOR UNITARIO (BRUTO)	VALOR TOTAL	MONTO SOLICITADO AL FONDO	MONTO COFINANCIADO
Equipo de trabajo individualizado en el FUP (Puedes modificar la lista de acuerdo a las particularidades de tu proyecto)									
Director(a)	1	Mes(es)	4	Honorarios	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ -
Productor(a)	1	Mes(es)	4	Honorarios	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000	\$ 4.800.000	\$ -
Director(a) de arte						\$ -	\$ -		\$ -
Otros(as) integrantes del equipo de trabajo (Puedes modificar la lista)									
Cámarógrafo	2	Jornada(s)	20	Honorarios	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 6.000.000		\$ 6.000.000
Iluminador	2	Jornada(s)	20	Honorarios	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 4.000.000		\$ 4.000.000
Sonidista	2	Jornada(s)	20	Honorarios	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 6.000.000		\$ 6.000.000
							TOTAL	TOTAL SOLICITADO	TOTAL COFINANCIADO
							CLP	\$ 25.600.000	\$ 9.600.000
							USD	USD 28.194	USD 10.573

Etapa de PRODUCCIÓN									
ÍTEM	CANTIDAD DE PERSONAS	UNIDAD (Jornada/Semana/Mes)	N° DE JORNADAS/SEMANAS/MESES	TIPO DE CONTRATO	VALOR UNITARIO (LÍQUIDO)	VALOR UNITARIO (BRUTO)	VALOR TOTAL	MONTO SOLICITADO AL FONDO	MONTO COFINANCIADO
Equipo de trabajo individualizado en el FUP (Puedes modificar la lista de acuerdo a las particularidades de tu proyecto)									
Director(a)	1	Mes(es)	4	Honorarios	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000		\$ 4.800.000
Director(a) de arte	1	Mes(es)	4	Honorarios	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ -
Productor(a)	1	Mes(es)	4	Honorarios	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000		\$ 4.800.000
Otros(as) integrantes del equipo de trabajo (Puedes modificar la lista incluyendo jefaturas de departamento no incluidas en el apartado de Recursos Humanos del FUP, roles específicos, elenco)									
Cámarógrafo	2	Jornada(s)	25	Honorarios	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	\$ -
Iluminador	2	Jornada(s)	25	Honorarios	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ -
Sonidista	2	Jornada(s)	25	Honorarios	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	\$ -
							TOTAL	TOTAL SOLICITADO	TOTAL COFINANCIADO
							CLP \$ 33.600.000	\$ 24.000.000	\$ 9.600.000
							USD 37.004	USD 26.432	USD 10.573

Gastos operativos:

ÍTEM	UNIDAD (Jornada/Semana/Mes)	N° DE JORNADAS/SEMANAS/MESES	VALOR UNITARIO (BRUTO)	VALOR TOTAL	MONTO COFINANCIADO
Alimentación	Mes(es)	4	\$ 100.000	\$ 400.000	\$ 400.000
Alojamiento	Jornada(s)	10	\$ 150.000	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Transporte	Mes(es)	4	\$ 100.000	\$ 400.000	\$ 400.000
Arriendo equipamiento técnico cámara con accesorios	Jornada(s)	45	\$ 250.000	\$ 11.250.000	\$ 11.250.000
Arriendo equipamiento técnico sonido	Jornada(s)	45	\$ 150.000	\$ 6.750.000	\$ 6.750.000
Arriendo equipamiento técnico iluminación	Jornada(s)	45	\$ 150.000	\$ 6.750.000	\$ 6.750.000
Compra de material almacenamiento y backup		1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 120.000
Compra de equipamiento Disco duro externo		5	\$ 140.000	\$ 700.000	\$ 700.000
Otros				\$ -	\$ -
				TOTAL	TOTAL COFINANCIADO
				CLP \$ 27.870.000	\$ 27.870.000
				USD 30.694	USD 30.694

Gastos de post producción y circulación:

Gastos operacionales y de inversión en etapa de Postproducción					
ÍTEM	UNIDAD (Jornada/Semana/Mes)	N° DE JORNADAS/SEMANAS/MESES	VALOR UNITARIO (BRUTO)	VALOR TOTAL	MONTO COFINANCIADO
Sala de Postproducción de imagen	Jornada(s)	40	\$ 200.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
Sala de Postproducción de sonido	Jornada(s)	40	\$ 200.000	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000
Audiodescripción, lengua de señas y subtítulos descriptivos					
Banda sonora					
Adquisición de licencias de software					
Diseño de proyecto					
campaña de comunicaciones	Mes(es)	1	\$ 50.000.000		\$ 50.000.000
distribucion	Mes(es)	1	\$ 3.000.000		\$ 3.000.000
Exhibicion					
implementacion	Mes(es)	1	\$ 4.500.000		\$ 4.500.000
difusion	Mes(es)	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
				TOTAL	TOTAL COFINANCIADO
				CLP \$ 19.000.000	\$ 76.500.000
				USD 20.925	USD 84.251

Remuneraciones en etapa de Postproducción									
ÍTEM	CANTIDAD DE PERSONAS	UNIDAD (Jornada/Semana /Mes)	N° DE JORNADAS/SEMANAS/MESES	TIPO DE CONTRATO	VALOR UNITARIO (LÍQUIDO)	VALOR UNITARIO (BRUTO)	VALOR TOTAL	MONTO SOLICITADO AL FONDO	MONTO COFINANCIADO
Equipo de trabajo (Puedes modificar la lista de acuerdo a las particularidades de tu proyecto)									
Director(a)	1	Mes(es)	4	Honorarios	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000		\$ 4.800.000
Productor(a)	1	Mes(es)	4	Honorarios	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 4.800.000		\$ 4.800.000
Otros(as) integrantes del equipo de trabajo (Puedes modificar la lista)									
Diseñador Motion Graphics	2	Jornada(s)	30	Honorarios	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 6.000.000		\$ 6.000.000
Productor musical	1	Jornada(s)	20	Honorarios	\$ 70.000	\$ 70.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ -
Montajista	1	Mes(es)	60	Honorarios	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 6.000.000		\$ 6.000.000
							TOTAL	TOTAL SOLICITADO	TOTAL COFINANCIADO
						CLP	\$ 23.000.000	\$ 1.400.000	\$ 21.600.000
						USD	USD 25.330	USD 1.542	USD 23.789

El presupuesto expuesto comprende solo la realización audiovisual del primer capítulo del documental transmedia y los microrrelatos promocionales y no incluye el trabajo realizado en las plataformas del proyecto general.

XVII. IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL (CARTA GANTT – CRONOGRAMA)

Durante el proceso de implementación del proyecto, el análisis de datos es fundamental para generar estructuras de control, para esto, es imprescindible fijar un sistema de medición para interpretar a los usuarios que transitan en las diversas plataformas lo cual requiere de estrategias válidas que permitan alcanzar los objetivos de la producción.

Ampliar las herramientas que favorezcan la participación de los usuarios y lograr trazar conexiones con el resto de las plataformas del proyecto transmedia plantea un desafío para la gestión. Las métricas deben ser estudiadas de manera periódica a lo largo del proyecto, esto con la finalidad de leer el impacto que va teniendo cada etapa del documental interactivo en los usuarios. El localizar y reconocer públicos diferentes con hábitos distintos al *buyer* persona propuesto en un comienzo del proyecto, activa nuevas formas de abordar el comportamiento de aquellos nuevos usuarios, ofreciendo productos, plataformas o soportes pensados en estimular la interactividad, generar mayor participación y fidelizar consumidores leales al producto audiovisual.

Emprender el proyecto documental transmedia “Memoria Eterna” en términos de retorno de la inversión (aplicando técnicas de análisis del Big Data) permite poder realizar valoraciones útiles en los procesos de inversión futura abordando todos los mundos propuestos en el universo transmedia. Este marco de inversión incluye fijar

nuevas líneas de trabajo ampliando los recursos técnicos y humanos, considerando aspectos legales para formular modelos de negocios con franquicias dentro de las plataformas, desarrollando campañas publicitarias multisoportes y acciones en el sistema educativo escolar promoviendo conocimiento, participación e identidad de la temática abordada en el documental transmedia.

El inicio del proyecto contempla abarcar la primera temporada que consta de tres capítulos (cultura Chinchorro, Rapa Nui y Selk'nam), para eso hemos determinado un timeline de realización que considera 12 meses por capítulo, de los cuales 4 serán de pre-producción, 4 de producción y 4 de post-producción; este último, también contempla la ejecución de una campaña comunicacional buscando potenciar la promoción, difusión y comercialización del proyecto. Para el trabajo es importante generar este espacio de visibilización del contenido, puesto que una correcta planificación ayudaría a poder alcanzar la meta propuesta, que es dar a conocer el documental transmedia buscando la participación activa de los usuarios.

CARTA GANTT
 Documental transmidea: "Memoria Eterna"
 Primera etapa del proyecto - Realización capítulo 1
 Duración total: 12 Meses

INVESTIGACIÓN	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Levantamiento de información																
Entrevistas de investigación																

SITIO WEB	SEMANA 1				SEMANA 2				SEMANA 3				SEMANA 4			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Desarrollo y programación sitio web																
Periodo de prueba																
Lanzamiento sitio web operativo																

PREPRODUCCIÓN	SEMANA 1				SEMANA 2				SEMANA 3				SEMANA 4			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Inicio escritura de guion																
Realización entrevistas previas al rodaje																
Revisión del guion																
Ajustes guion definitivo para rodaje																
Busqueda de material audiovisual de archivo																
Armar microrrelatos audiovisuales																

PRODUCCIÓN	MES 5				MES 6				MES 7				MES 8			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Revisión libro de producción etapa rodaje																
Grabación en Santiago																
Grabación material en regiones																
Revisión de material de cámara																

POSTPRODUCCIÓN	MES 9				MES 10				MES 11				MES 12			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Inicio del proceso de postproducción																
Primera revisión de la estructura narrativa																
Segunda etapa del proceso de edición offline																
Segunda revisión del material con guion																
Proceso de sonorización																
Revisión final																
Entrega de material - Capítulo 1																

CAMPAÑA COMUNICACIONAL	SEMANA 1				SEMANA 2				SEMANA 3				SEMANA 4			
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Eventos																
Notas de prensa (medios escritos y audiovisuales)																
Publicidad pagada en redes sociales																
Estreno primer capítulo - Chinchorro																

XVIII. CONCLUSIÓN

La interactividad, la participación y los puntos estratégicos del proyecto documental transmedia “Memoria Eterna” juegan un papel fundamental en todo el universo del proyecto. Hoy existe una sobreoferta de contenido, por esto es necesario fidelizar los usuarios logrando su lealtad con el proyecto. El estudio del concepto transmedia aplicado a un producto audiovisual interactivo permite entender que se requiere de formas innovadoras a la hora de implementar acciones en la creación de comunidades en las distintas plataformas del proyecto.

La creación de la propuesta estratégica, tomando en cuenta los aspectos diferenciadores respecto a otros productos con las mismas características, aporta un lineamiento claro acerca de un orden en la implementación considerando sus necesidades y posibilidades.

Para concluir, podemos destacar que las estrategias transmedia que logran construir sólidas historias con la capacidad de existir de manera autónoma en cada plataforma son un atractivo para captar el interés de los usuarios, por esto siempre se debe tener presente que el poder llevar un control del proyecto evita que se pierda la coherencia en el mundo narrativo, por lo tanto, lo fundamental es el relato y no la tecnología.

XIX. BIBLIOGRAFÍA

- Bittmann, B. y Munizaga, J. R. (1979). El arco en América: evidencia temprana y directa de la Cultura Chinchorro (norte de Chile). *Revista Indiana*, 5, 229-252.
<https://doi.org/10.18441/ind.v5i0.229-251>
- Fernández, G. (2001). Almas y difuntos: ritos mortuorios entre los aymarás lacustres del Titicaca. *Chungará* (Arica), 33(2), 201-219.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0717-73562001000200005>
- Scolari, C. (2013) Las narrativas transmedia más allá de la ficción, Duesto
- Duche, B. (2012). La antropología de la muerte: Autores, enfoques y períodos. *Sociedad y religión*. XXII (37): 206-215.a
- Torres, Delci. (2006). Los rituales funerarios como estrategias simbólicas que regulan las relaciones entre las personas y las culturas. *SAPIENS*, 7(2), 107-118. Recuperado en 05 de enero de 2023, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152006000200008&lng=es&tlng=es.
- Bascope, Caero (2001). El sentido de la muerte en la cosmovisión andina: el caso de los valles andinos de Cochabamba. *Chungará* (Arica), 33(2), 271-277. Recuperado en <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-73562001000200012>
- Gifreu-Castells, A. (2015). Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa. *Obra digital*, 8, pp. 14-39.
<https://doi.org/10.25029/od.2015.54.8>.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Vilca, M. (2018). *En el mundo andino, la vida y la muerte son dos caras de la misma moneda/ Entrevistado por Camilo Ratti y Pablo Giordana. Revista Alfilo de la Universidad Nacional de Córdoba*.
<https://ffyh.unc.edu.ar/alfilo/en-el-mundo-andino-la-vida-y-la-muerte-son-dos-caras-de-la-misma-moneda/>

Instituto Nacional de Lenguas Indígenas - INALI (2008) Programa de Revitalización, Fortalecimiento y Desarrollo de las Lenguas Indígenas Nacionales 2008-2012 en México, <https://dds.cepal.org/redesoc/publicacion?id=612>

Obando Arroyave, C. (2021). El documental interactivo y transmedia: narrar en clave local, ver en clave global. *Hipertext.net*, n.º 23, pp. 34. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2021.i23.04>.

Gifreu-Castells, A. (2012). El documental interactivo como nuevo género audiovisual. [Archivo PDF]. http://agifreu.com/interactive_documentary/TesisArnauGifreu2012.pdf

McRobbie, A. (2002). From Holloway to Hollywood: Happiness at Work in the New Cultural Economy? in Du Gay, Paul and Pryke, Michael (eds.), *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*. London: Sage, pp. 97-114.

Reusser Monsálvez, C. (2003). ¿Qué es la sociedad de la información? *Revista Chilena De Derecho Informático*, (2). <https://doi.org/10.5354/rchdi.v0i2.10650> página 148

LÉVY, P. (2004), *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Traducción del francés por Felino Martínez Álvarez. Organización Panamericana de la Salud. - (2007), *Cibercultura*. Informe al Consejo de Europa. Barcelona, Anthopos Editorial.

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2020). Estudio del cine chileno en la plataforma de exhibición OndaMedia. Santiago de Chile: Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Recuperado de www.observatorio.cultura.gob.cl/

Bird, E. (2011) Are we all producers now?, *Cultural Studies*, 25:4-5, 502-516, DOI: [10.1080/09502386.2011.600532](https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532)

Molpeceres-Arnaiz, S., & Rodríguez-Fidalgo, M. I. (2014). The introduction of the receiver's discourse in transmedia storytelling: the case of TV shows/ La inserción del discurso del receptor en la narrativa transmedia: el ejemplo de las series de televisión de ficción. *Historia y Comunicación Social*, 31-43.

Silió, Elisa (2009): "Así se hace una campaña", en *El País*, Extra Publicidad, sábado 31 de enero, p.24-25, 2009.

Guarinos, V. & Gordillo, A (2010). *El microrrelato audiovisual como narrativa digital necesaria*

https://www.iiiis.org/cds2010/cd2010csc/svd_2010/paperspdf/ob090cp.pdf

Scolari, C. A., & Establés, M.-J. (2017). El Ministerio Transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave - Revista de Comunicación*, 20(4), 1008–1041. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>

