

PROGRAMA DE ASIGNATURA GENERAL
PATRIMONIO CULTURAL, TRAS LA HUELLA DE LA IDENTIDAD NACIONAL

I. Identificación.

Código : DIS 9050
Duración : Semestral
Requisitos : DIS7364
Sesiones Cátedra : 2 módulos semanales

II. Objetivos.

Al finalizar la asignatura se espera que los estudiantes cuenten con las siguientes competencias:

- Conocer y valorar distintos ámbitos y conceptos involucrados en el Patrimonio Cultural diferenciando sus tipos y necesidades particulares en la realidad nacional.
- Reconocer y profundizar áreas específicas de desarrollo patrimonial vinculadas con la labor del diseño gráfico e industrial familiarizándose con el trabajo en equipos multidisciplinarios.
- Desarrollar habilidades de análisis y seguimiento para localizar nichos de desarrollo profesional, acordes con los nuevos paradigmas nacionales e internacionales en temáticas y fondos de la misma índole, que puedan postularse como un aporte a la innovación y mejoramiento del país.
- Generar posturas personales, gestoras y críticas, desde su posición de jóvenes profesionales del diseño profundizando en diferentes ámbitos culturales de su interés, arribando naturalmente al acercamiento de nuestra identidad nacional mediante las diversas producciones, individuales y colectivas, que este trabajo materialice.

III. Descripción de Contenidos.

UNIDAD 1:

Conceptos claves para entender el Patrimonio Cultural

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer, comprender y valorar la trascendencia del Patrimonio Cultural para una nación enmarcado en una realidad globalizada.
- Identificar características, factores constitutivos y disciplinas participantes en su configuración.
- Aplicar lo aprendido en referentes nacionales concretos, en un contexto Latinoamericano.

CONTENIDOS:

- Patrimonio Cultural e Identidad Nacional: conceptos generales
- Cultura: diálogos inter y transdisciplinarios
- El desafío de la Globalización
- Criterios y acuerdos internacionales
- Directrices culturales: UNESCO y PNUD
- Referentes en América Latina
- La situación en Chile: redes, instituciones y fondos relacionados con nuestro Patrimonio, Cultura e identidad nacional.

UNIDAD 2:

Desarrollo y aplicación a las temáticas seleccionada por los alumnos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Dilucidar e ilustrar necesidades específicas en la realidad nacional vinculadas con el diseño.
- Determinar la temática a investigar y desarrollar durante el semestre.
- Aplicar lo aprendido en evaluaciones parciales de avance y exposición de los temas.
- Vincular a los alumnos con exposiciones, profesionales y visitas a terreno según se requiera.

CONTENIDOS:

* Están condicionados por las temáticas elegidas, para apoyar su desarrollo durante el semestre.

UNIDAD 3:

Aplicación de temas a Fondos Concursables

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar, reconocer y analizar las potencialidades que tiene su tema y donde podría enmarcarse para una potencial postulación a un Fondo nacional e internacional.
- Reconocer y aplicar términos estratégicos al planteamiento y desarrollo de la postulación, proponiendo y cultivando vínculos con áreas interdisciplinarias relacionadas.

CONTENIDOS:

- Exposición y entrega de material sobre redes, instituciones y fondos relacionados con el Patrimonio cultural en el contexto nacional.
- Especificación aplicada Fondos en cada uno de sus ítems.

- Exposición de estrategias de postulación a fondos, con énfasis en los Ítems de formulación de equipos interdisciplinarios, CVs y la distribución de los fondos en términos financieros.

IV. Importancia del Curso en el Plan de Estudios.

La presencia, y urgencia, del tema patrimonial en la agenda pública nacional convoca a los diferentes sectores y disciplinas de la sociedad a atender las diferentes necesidades y desafíos que nuestra cultura nos presenta en la actualidad ante la proximidad del Bicentenario y términos como la globalización, Temas como “La identidad” son cada vez más importantes de definir desde una perspectiva del individuo y su posición en el mundo, su cultura, su profesión u oficio. Ayudando a ver cual es su rol en este contexto y visualizar su proyección como profesional.

El Diseño como una disciplina social y artística no puede ser ajeno a esta convocatoria ya que en su quehacer aplicado, dinámico y complejo, convergen las necesidades sociales, requisitos técnicos, consideraciones funcionales y estéticas en conjunto con la proyección y producción de las distintas soluciones que la sociedad, y su época, requieren.

La asignatura se postula como una valiosa oportunidad para integrar conocimientos teóricos del área cultural y proyectual en pro de un desempeño práctico donde, a través de la óptica del diseño, puedan generarse aportes pertinentes e innovadores para las actuales necesidades culturales así como la proyección de nuevos escenarios para el quehacer profesional, los que puedan materializarse en la actividad profesional y laboral, entendida en un amplio espectro.

V. Metodología de trabajo

Se propone una didáctica basada en el tratamiento de los contenidos apoyado por exhibición audiovisual, salidas a terreno, visitas a exposiciones y charlas de invitados destacados en distintos ámbitos relacionados con la temática del curso.

Lo anterior en función de un seguimiento y profundización de las áreas de interés de los estudiantes lo que les permita, al finalizar el curso, proponer y proyectar aportes atingentes e innovadores al desarrollo cultural desde su área profesional.

VI. Evaluación del Curso

El promedio del semestre corresponderá al 70% de la nota final

El examen corresponderá al 30% restante de la nota final

VII Bibliografía General

Alexander, C. **Ensayo sobre la Síntesis de la Forma.** Bs. Aires, Infinito, 1969.

Alvarez, Marcelo, Yudice, George, Lacarrieu, Mónica. **La (indi)gestión cultural : una cartografía de los procesos culturales contemporáneos**. Buenos Aires : CICCUS - La Crujía, 2002

Aimer Marichal, C. **Construcción de las identidades latinoamericanas: ensayos de historia intelectual** (siglos XIX y XX) El Colegio de México, Centro de estudios históricos; México D.F. 2004

Baca Urbina, G. **Evaluación de Proyectos, análisis y adm.** Mc Graw Hill. México, 1992.

Bayley, S. **Guía Conran de Diseño** Editorial Alianza, Madrid. 1992.

Ballart Hernández, Joseph. **El patrimonio histórico y arqueológico : valor y uso**. Barcelona : Ariel, 2002.

Barraza, José (compilador). **Manual de Patrimonio Cultural y Natural**. Santiago: Fondart Regional, consejo de monumentos nacionales 2003.

Brunner, J.J. **Un espejo trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales**. Santiago, Flacso. 1988

Bullejos, J. **Métodos para la redacción de Tesis profesionales** Ed. UNAM. México, 1959

Candau, J. **Antropología de la Memoria**. Nueva Visión, Buenos Aires, 2002.

Chávez, N. **El Oficio de Diseñar** GG. Barcelona, 2001; 2° Edición 2002.

Choay, F. **El urbanismo, utopías y realidades; Una recopilación de textos teóricos sobre la ciudad**. Lumen, Barcelona, 1983.

Cross, N. **Métodos de Diseño** Editorial Limusa, México. 1999.

De Benito, Eduardo. **La Palabra Americana**. Santiago: 1992

Delamaza, G. **Tan lejos tan cerca: Políticas públicas y sociedad civil en Chile**. LOM; Santiago, 2005

Eco, U. **Cómo Se Hace Una Tesis** Gedisa, Barcelona, 1986

Epple, Juan. **El Arte de recordar: ensayo sobre la memoria cultural de Chile**. Ed. Mosquito; Santiago, 1994.

Fariña Tojo, J. **La protección del patrimonio urbano: Instrumentos normativos**. Madrid : Akal Ediciones ,2000

Fernández de Alba, A. **Palabras sobre la ciudad que nace**. Discurso de incorporación a la RAE Madrid, 12-III- 2006. En: [http://www.rae.es/.../\(archivoAnexos\)/FernandezdelAlba.html](http://www.rae.es/.../(archivoAnexos)/FernandezdelAlba.html). También editado por Biblioteca Nueva. Madrid, 2006

Friedmann, R. **Marketing Municipal. El ciudadano como cliente**, en Revista Chilena de administración Pública. CED, Santiago, Chile.. 5/ 1995

Friedmann, R.: **Identidad e Imagen Corporativa para Ciudades**. Revista Chilena de Administración Pública. CED, Santiago, Chile. 1995

Friedmann, R. **Marketing regional: Un nuevo instrumento para el desarrollo de las regiones**, CED, Santiago, 1995.

Gissi, J. **Psicología e identidad latinoamericana**. Edic. Universidad Católica de Chile; Santiago, 2002.

Guzmán Schiappaca, F. **Iconografía, Identidad Nacional y Cambio de Siglo (XIX-Xx)**. Jornadas de Historia del Arte en Chile. RiL Editores Santiago, 2003

Ivelic, M. y Galaz G. **Chile Arte Actual**. Ediciones Universidad Católica de Valparaíso.1988.

IDENTIDAD y Prestigio en los Andes: Gorros, Turbantes y Diademas
Museo chileno de arte precolombino. Morgan editores; Santiago,1993.

Keselleck, R. **Futuro pasado: para una semántica de los tiempos históricos**. Paidós, Barcelona, 1993.

Frascara, J. **Diseño Gráfico y Comunicación** Ed. Infinito, Bs. Aires, 2000.

Flusser, V. **Filosofía del Diseño** Editorial Síntesis. Madrid, 2002

García Fernando, M.; Ibáñez, J.; Alvira, F. **El análisis de la Realidad Social: Métodos y Técnicas de la Investigación** Editorial Alianza, Madrid, 1994.

Goodman, N. **Maneras de Hacer Mundo**. Editorial Visor; Madrid, 1995

Larraín, J. **Identidad Chilena**, LOM Ediciones, Colección Escafandra. Santiago, 2001

Lechner, N. y Güell, P. **Construcción Social de las memorias en la transición chilena**, en Amparo Menendez y Alfredo Joignant editores, La Caja de Pandora; Planeta, Santiago, 1999

Lizún, C. **Individuo, estructura y creatividad: etopeyas desde la antropología cultural**. Akal, Madrid, 1992

Marrero, Mario. [Identidad e imagen aspectos esenciales a considerar en planes estratégicos de ciudad](http://www.imagourbis.unq.edu.ar). 2004 - [imagourbis.unq.edu.ar](http://www.imagourbis.unq.edu.ar)

Mandoki, K. **Prosaica. Introducción a la estética de lo cotidiano**. Grijalbo; México, 1994

Marinovic, M. y Jadresic, V. **Sicología del chileno. Estudio exploratorio de la personalidad nacional realizado a través del arte**. Aconcagua (colección Lautaro). Santiago, 1978

Maldonado, T. **Hacia una racionalidad ecológica**. Ed. Infinito, Bs. Aires, 2002.

Morales, D. *Modulaciones de la Ironía*, CIEC - Centro Interdisciplinario de Estudios Clásicos, Facultad de Humanidades, UDP. 2006

Munari, B. **¿Cómo nacen los objetos?** GG. Barcelona, 1995

Munari, B. **Diseño y Comunicación Visual**: Contribución a una metodología Didáctica. GG. Barcelona, 11° edición 1993

Norman, D. **La psicología de los objetos cotidianos** Editorial Nerea, Madrid. 1990.

Quezada, M. **Notas prácticas para la investigación en comunicación**. Ed. UDP, Ciencias de la Comunicación. 1996.

PNUD. **Nosotros los chilenos. Un desafío cultural**. 2002.

Serafini, M. T. **Cómo redactar un tema. Didáctica de la Escritura** / Paidós, 1989.

Sierra, R. **Técnicas de Investigación Social: Teoría y ejercicio**. Ed. Paraninfo. Madrid, 1995

Prats, L. **Antropología y Patrimonio**. Ariel, Barcelona, 2004

Santori, G. **Homo Videns**. La sociedad teledirigida. Taurus, 1998

Seminario Internacional Seguimiento y Desarrollo de Ciudades Iberoamericanas Patrimonio Mundial, ICOMOS 40 años de Reflexión y acción en el Patrimonio, Valparaíso Chile 2006.

Sepúlveda Llanos, F. **Arte, identidad y cultura chilena (1900-1930)** Proyecto de investigación FONDECYT no. 1971049. 2006

Simmel, G. *La Metrópolis y la vida mental*. Publicación electrónica de: Bifurcaciones, Revista de estudios culturales y urbanos. ISSN 0718 -1132. www.bifurcaciones.cl año2. Basado en la traducción de Juan Zorrilla (México, UNAM, 1988)

Villaruel-M., M. **La Voz de los Cineastas [Cine e Identidad Chilena en el Umbral del Milenio]**. Editorial Cuarto Propio; Santiago, 2005.

Yúdice, G. **El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global** Traducción de Gabriela Ventureira y Desiderio Navarro. Gedisa Editorial. Serie Culturas; 2003.

70_Casos_de_Innovacion. en corfo.cl/archivos/