



TALAGANTE AL
XPRO50

PLATAFORMA WEB PARA DIFUSIÓN DE
ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE TALAGANTE

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE DISEÑADORA GRÁFICA
Presentada por: Marianela Vivar Aguilera

Profesor Guía: Mauricio Vico | Santiago, Chile 2016



fau

UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

Prólogo

Mis abuelos cultivaron la tierra, cantaron las cuecas y cocinaron con frutos de las cosechas de las Provincias de la Región Metropolitana. Fue Malloco, comuna de Peñaflor, una de estas pequeñas localidades la que me vio nacer y crecer.

De este lugar conozco prácticamente todo, sus alrededores, su historia, sus tradiciones y su gente. Peñaflor, junto con otros pueblos aledaños, como por ejemplo Padre Hurtado, Paine, Buin, Isla de Maipo, El Monte, El Paico, Talagante y Melipilla, aún mantiene vivas varias de las tradiciones propias del campo chileno pero, a diferencia de otros lugares similares del país, poseen la ventaja de situarse a pocos minutos del Gran Santiago.

Su carga Patrimonial, el deseo de conservar y promover sus tradiciones y la oportunidad de establecerlo como un destino alternativo a las actividades de la ciudad e impulsar el desarrollo de la Provincia han sido las principales motivaciones de realizar este proyecto.

Agradecimientos

A mi familia, a Jorge y a mis amigas Cecilia, Fernanda y Katherine, que me brindaron el apoyo para desarrollar este proyecto. A Luis Emilio Contreras, amigo y consultor en todo el proceso de desarrollo Web. A Susana, Esteban, Gabriela, Claudia y Maca, partícipes de este y muchos otros procesos. A la Cata, Víctor, Alan y Francisco, por su apoyo durante el tiempo que realicé título mientras trabajaba.

A los docentes que, de una u otra manera, guiaron la iniciativa: Eduardo Castillo, Mauricio Vico, Bruno Pirelli y especialmente a Rodrigo Jiménez.

Agradezco a todos los artesanos por su disposición, en especial a aquellos con los que he mantenido un mayor contacto: Fermín, Geno, Eric, Andrea y sobre todo a Mariela Farfán, de Entrelazando Colores.

A los gestores culturales que han apoyado y difundido esta iniciativa y finalmente, al equipo de trabajo de lo que se viene para Talagante al Expreso.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, en la Provincia de Talagante, existe un número no menor de trabajadores culturales. Las instituciones locales, en los últimos años han hecho esfuerzos por rescatar y difundir sus obras, pero ¿se ve este trabajo de Gestión reflejado en el acontecer cultural actual de la zona?

En los capítulos del presente informe se detallan las necesidades que tiene la zona en cuanto a impulsar el desarrollo local. Autores como Fernando González Martínez, periodista local, relatan parte de los conflictos sociales existentes de este lugar. Además, se plantea la oportunidad de generar proyectos de desarrollo social en torno al proyecto Metrotren Santiago-Melipilla y se describen las problemáticas, ventajas y oportunidades que presenta la escena cultural de la provincia de Talagante, principal benefactor de Talagante al Expreso.

Para generar métodos que busquen el desarrollo e impulso de la actividad cultural en la zona, se abordará también el término de Gestión Cultural y el rol que debiera tener el Diseñador dentro de ésta área.

¿Es un Diseñador un profesional apto para ser un gestor cultural? ¿Cuál es la importancia de contar con un Diseñador en un proyecto de Gestión Cultural? Éstas con algunas de las tantas preguntas que se esperan responder a lo largo de este informe.





Abstract

“Talagante al Expreso”, es un proyecto de industrialización que busca agrupar y poner en valor las actividades de los productores culturales de la Provincia de Talagante y darlos a conocer al resto de los habitantes de Santiago con el fin de impulsar y promover el desarrollo local. Para ello, se apoya en la inminente puesta en marcha del proyecto Metrotrén Santiago – Melipilla, también conocido como Melitrén, un expreso que uniría las Provincia de Talagante y Melipilla entre sí y con el centro de la capital.

La llegada del Melitrén, reducirá considerablemente los tiempos de viaje desde y hacia la zona, lo cual representa una posibilidad para los pequeños productores locales de darse a conocer y abarcar un público mayor.

El proyecto consta de una interfaz web responsiva, que incluye al directorio de artistas, con la información necesaria de contacto, muestra de su trabajo y geolocalización del lugar donde desarrollan sus actividades. En esta primera etapa se ha reunido a destacados artesanos de la provincia que han hecho de su oficio su fuente laboral, trabajando dentro de la zona.

PALABRAS CLAVE: *Provincia de Talagante / Gestión Cultural / Artesanos / Metrotrén Santiago - Melipilla*

FORMULACIÓN

1- Definición del Proyecto	09
1.1 Origen y Motivación.....	09
1.2 Problema.....	10
1.3 Objetivos.....	16
1.4 Oportunidad de diseño.....	17

INVESTIGACIÓN

2- Conceptos Guía	22
2.1 Producción Artesanal	22
2.1.1 Artes, oficios y artesanía.....	22
2.1.2 Diferencia entre arte popular y artesanía.....	24
2.1.3 Artesanía en Iberoamérica.....	25
2.2 Provincia de Talagante y su desarrollo artesanal	28
2.2.1 Tierra de alfareros.....	28
2.2.2 La Loza Policromada de Talagante.....	28
2.3 Diseño y Gestión Cultural	30
2.3.1 Trabajadores culturales en Chile.....	30
2.3.2 Política, Gestión y Mediación Cultural.....	32
2.3.3 Diseño como Gestor y Mediador Cultural.....	34
3- Levantamiento de información	36
3.1 Método.....	36
3.2 Mapeo de Artesanos de la Provincia de Talagante.....	37
3.3 Gestión Cultural en la Provincia de Talagante.....	44

ANÁLISIS

4- Conclusiones preliminares	52
4.1 De los artesanos.....	52
4.2 De la Gestión Cultural en la Provincia.....	54
4.3 Del Cruce.....	55

EL PROYECTO

5- Descripción del Proyecto	58
5.1 Descripción.....	58
5.2 Usuario.....	59
5.3 Etapas del Proyecto.....	60
5.4 Equipo de Trabajo.....	60
5.5 Alianzas Estratégicas.....	61
6- Marco Proyectual	62
6.1 Referentes.....	63
6.2 Diseño General.....	64
6.2.1 Código Cromático.....	64
6.2.2 Código Tipográfico.....	65
6.2.3 Código Iconográfico.....	66
6.2.4 Diseño de Logo.....	67
6.3 Diseño Web.....	68
6.3.1 Primeras Maquetas.....	68
6.3.2 Flujo de contenido.....	70
6.3.3 Mapa de Sitio.....	71
6.3.4 Retícula.....	72
6.3.5 Wireframes.....	73
6.3.6 Maquetas Finales.....	76
6.4 Programación.....	79
6.4.1 Menú Responsivo.....	79
6.4.2 Programación Responsiva.....	80
6.4.3 Recursos Externos.....	82
6.5 Resultados Finales.....	83
6.6 Difusión.....	85
6.7 Testeo.....	87
6.8 Presupuesto.....	89

CONCLUSIONES

7- Proyecciones.....	92
8- Conclusiones Finales.....	93

ANEXOS

9- Bibliografía.....	96
10- Entrevista a Rodrigo Jiménez.....	98
11- Cartas de Patrocinio.....	99





FORMULACIÓN



1.1 Origen y Motivación

Aquellas personas que viven en la Provincia de Talagante y se movilizan diariamente a Santiago, tienen una identidad en común. No los une simplemente la tierra que, dividida administrativamente, los convierte en comunidad. Están unidos, a la vez, por historias y rutinas en común: levantarse muchas veces antes de las seis de la mañana, el caos de acceder a locomoción, el histórico conflicto entre micreros y estudiantes, el desafío de llegar temprano a las clases (y pruebas) a primera hora, el cansancio tras horas de viaje y largas esperas en filas, entre otras situaciones, son parte de su cotidianidad.

La mayoría de los que habitan en la zona alguna vez han puesto en la balanza los privilegios de vivir en un lugar más tranquilo, lejos del ajetreo propio de la capital versus los problemas de conectividad existentes, dada la necesidad de moverse a Santiago constantemente. Estos problemas, en gran medida, opacan y dejan de lado el carácter histórico y cultural que desde tiempos coloniales otorgan una atmósfera mística a las viejas calles de las cinco comunas que componen la Provincia de Talagante.

Para mí, fuera de ser una desventaja, ser peñaflorina se ha convertido en una especie de sello personal. Durante mis años de estudio uni-

versitario aproveché cada recurso que me brindaba mi entorno para realizar diversos encargos académicos. Realicé, por ejemplo, un estudio de barrio con la comuna de Talagante; mi primer acercamiento a mis raíces, donde logré descubrir y aprender sobre las leyendas que se cuentan, personajes históricos como Los Carrera o Catalina de los Ríos y Lisperguer, sobre personajes populares que nacieron aquí como Víctor Jara y otros que encontraron la muerte, como Gervasio, entre otros. De este estudio surgieron una serie de dingbats con figuras representativas de la cultura talagantina y un pliego de cordel. También realicé un prototipo de packaging para la cerámica policromada de Talagante, una propuesta de intervención para el “valle de las siete puertas” (Peñaflor) y finalmente éste, mi proyecto de título.

Dadas las constantes investigaciones que realizaba en torno a la cultura de la Provincia de Talagante, me di cuenta que en muchas de las temáticas, si bien existía documentación, ésta resultaba ser prácticamente desconocida, incluso para los mismos habitantes del lugar. Y toda esa cultura viva que se podía apreciar en un simple recorrido o una simple conversación no se valoraban como tal. En este sentido, considero que el diseño debe ser capaz de rescatar aquello que, pro-

ducto de la rutina y el ritmo acelerado de la vida, comúnmente se obvia y como afirma Jorge Frascara¹ en su libro “Diseño gráfico para la gente” considerar la tarea de ser los mismos diseñadores capaces de encontrar nuestros nichos dentro de la sociedad y ser más que simples ejecutores de ideas de otros.

Un diseñador perfectamente podría ser el principal consultor en el área de proyectos de cualquier municipalidad o entidad pública, pero para eso se necesita de profesionales capaces de idear proyectos y dirigirlos desde su concepción hasta su implementación final. En esa idea intento basar no solo el presente proyecto, sino el total de mi desempeño como profesional.

¹ FRASCARA, Jorge. *Diseño gráfico para la gente. Comunicación de masa y cambio social*. 4ª Ed. Buenos Aires. Ediciones Infinito. 2008. 30p.

1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO

1.2 Planteamiento del Problema

Antecedentes y Justificación

En primera instancia el proyecto estaba basado en el ámbito patrimonial de la comuna de Peñaflor, por ser éstas dos áreas de interés personal: la identidad propia que genera el pertenecer a esta localidad y el desarrollo y preservación del Patrimonio Cultural y de las tradiciones que, se considera, no deben perderse para las próximas generaciones.

Sin embargo, a medida que la investigación fue avanzando, se pudo comprobar que, según los datos de la encuesta CASEN del año 2009, exceptuando la comuna de Peñaflor, todas las comunas de la Provincia superan el promedio de pobreza de la región Metropolitana, llegando al 14% de la población. Este porcentaje solamente es superado por la provincia aledaña de El Maipo². Por otra parte, una de las comunas que la componen, El Monte, es una de las más pobres en el área Metropolitana.

Conociendo este antecedente es que se cambia la escala comunal de Peñaflor a una escala provincial, con las cinco comunas pertenecientes a la Provincia de Talagante: Peñaflor, Isla de Maipo, Talagante, Padre Hurtado y El Monte. Tras revisar diversos antecedentes, se concluye que las principales razones que explican los niveles de pobreza antes expuestos son:



1- El fuerte impacto demográfico que vivió Santiago a partir del siglo XX:

Los primeros rasgos de Metropolización se comienzan a manifestar en la década de 1960 con las migraciones campo-ciudad y la expansión de la ciudad al estilo “mancha de aceite urbana”, que implica la concentración de los lugares de mayor importancia en el centro y la ubicación de la mayor parte de la población en la periferia. Este proceso tuvo una tendencia a acelerarse desde la década de 1990³. Es dentro de este contexto de expansión que, en el año 1997 se consolida la primera autopista concesionada: Autopista del Sol⁴. Este tramo que une Santiago con la ciudad de San Antonio, pasando por los valles de la Región Metropolitana, entre ellos las Provincias de Talagante y Melipilla, fue el impulso para la actividad inmobiliaria en las comunas talagantinas, pues brindaba la oportunidad de vivir en un lugar con las bondades que ofrece el mundo rural, a pocos minutos de la Capital.

² Corporación municipal de Isla de Maipo para educación y salud “Plan anual de Desarrollo Educativo Municipal 2012”, [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en <http://www.transparenciailademaipo.cl>

³ MARTOC, Ghislaine “Estación intermodal pajaritos: recuperación del espacio Urbano” Tesis para optar al título de Arquitecto. Santiago, Chile, Universidad de Chile, 2006. 23 p.

⁴ Fecha de inicio del tramo interurbano: 10 de enero de 1997, Fuente www.autopistadelsol.cl



2- Bajas oportunidades de impulsar el desarrollo económico y nuevas fuentes de empleo,

debido a que el 14.9% de las empresas de la Provincia son agrícolas y que las iniciativas privadas se ven desincentivadas al encontrarse con un aparato lento de apoyo a eventuales proyectos de emprendimiento. Según estudios realizados por SERPLAC RMS en las 6 provincias de la región Metropolitana, la Provincia de Talagante ocupa el quinto lugar de competitividad, es decir se ubica en el penúltimo lugar⁵. Así, la centralidad funcional que ejerce la ciudad sobre la red de centros poblados se ha mantenido relativamente estable para viajes con propósito de estudio y servicios, pero no así para viajes laborales, donde los cambios en la base económica y en la estructura poblacional han determinado el incremento del rol como comuna dormitorio del área suburbana⁶. Esta condición genera problemáticas no sólo en el ámbito económico, además trae consecuencias en el ámbito cotidiano de la localidad,

como lo es el transporte público y los tiempos que se encuentran las personas fuera de casa para movilizarse desde y hacia sus fuentes laborales, considerando que los tiempos de viaje son uno de los factores fundamentales de determinación de la calidad de vida de los habitantes de una ciudad, pues influye en todo ámbito, desde la vida familiar, pasando por la salud (refiriéndose al estrés al que las personas son sometidas), hasta el rendimiento de ellas en sus empleos.⁷

3- La calidad y altos precios del transporte público:

Actualmente Talagante cuenta con 10 recorridos de buses de Santiago, 7 líneas de buses locales y 24 recorridos de taxicolectivos⁸. De estos, los que tienen la condición de Interurbano, por prestar servicio hacia Santiago son: Flota Talagante Tasacoop Ltda. (Fenabus), Bupesa A.G., Trapesan SAT Ltda., Transcentro S.A., Buses Islaval, Buses Melipilla y Lideresa (Padre Hurtado- Quinta Normal).

Al estar la totalidad del transporte público en manos de privados, se generan conflictos propios de los tiempos de las recordadas “micro amarillas” de Santiago. La irregularidad en la frecuencia de los recorridos, mala medición de distancia y tasación de los mismos, micreros que corren y compiten para asegurar pasajeros, sistema de pago por “boleto cortado” y conflicto con la tarifa escolar son solo una muestra

⁵ Municipalidad de Talagante *Plan Estratégico Provincial de la Provincia de Talagante*, [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.munitalagante.cl

⁶ Municipalidad de Talagante *Plan Regulador comuna de Talagante 2002*, [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.munitalagante.cl

⁷ FERNÁNDEZ-LOBBE, Diego, *“Análisis crítico del nuevo Plan de Transporte Urbano de Santiago”* Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial. Santiago, Chile, Universidad de Chile, 2002. 13 p.

⁸ BOERO, Catalina *“Estación Intermodal Talagante, Umbral de acceso y Agente integrador”* Proyecto para optar al título de Arquitecto. Santiago, Chile, Universidad de Chile, 2011. 30 p.

de la situación. Todo esto sumado al malestar prácticamente generalizado de la comunidad hacia el servicio en general. Así lo describe Fernando González Martínez, periodista de la zona:

“Quiénes vivimos en las comunas de la Región Metropolitana donde el servicio no es licitado- las zonas de Talagante, Peñaflo, Isla de Maipo, Melipilla, Colina, Buin- ni siquiera podemos reclamar por el atraso de una “liebre” o bus, porque ni siquiera existe eso: un compromiso de que una micro pasará a determinada hora y en ciertas condiciones. Los pasajeros vivimos en la más completa indefensión”⁹

En otro artículo, el mismo autor manifiesta lo siguiente:

“ (...) simplemente parece que fuéramos ciudadanos de segunda clase. A pesar de vivir a una hora del centro económico y político del país, el sistema de transportes de nuestras ciudades es tierra de nadie: nadie hace nada y nadie dice nada. Cada día los usuarios debemos aceptar demoras en los servicios, micros que no paran, escolares cuyos pases no son aceptados, vueltos que no se dan, gritos, liebres llenas de pasajeros de pie viajando por una carretera de alta velocidad y extrañas alzas de precio que coinciden en fecha y monto en distintas empresas que prestan igual recorrido”¹⁰

Este conflicto, que está presente hace tanto tiempo, no es un tema desconocido para la autoridad competente. El mismo Gobierno Regional está al tanto de los diversos problemas del transporte en las zonas rurales. Al respecto, señala:

“En general, el transporte público al interior de las comunas rurales de la RM y de las comunas rurales hacia el Gran Santiago es de un estándar inferior que el transporte en el Gran Santiago.(...) Las leyes actuales que regulan el subsidio al transporte público y las licitaciones de transporte (ley N°20.378, N°18.696) no permiten licitar recorridos con el fin de mejorar el servicio de operaciones de buses en la RM que no pertenezcan al Transantiago. Tam-

poco se puede subsidiar la tarifa de servicios no-Transantiago, a excepción de tarifas universitarias y de educación Media, donde existe un grado de subsidio.”¹¹

A modo de resumen, los problemas de la locomoción colectiva en las zonas rurales y de las demandas ciudadanas son los siguientes:

- Los recorridos del transporte público, en general, no cuentan con buena conectividad entre comunas rurales, ni con el Gran Santiago. Los habitantes de algunas comunas tienen que viajar primero a otra comuna para encontrar transporte público que los lleve a Santiago o a otras comunas de la región.
- No existe integración tarifaria del transporte rural con el transporte del Gran Santiago. Con lo cual el usuario de las zonas rurales se enfrenta a más dificultades, al tener que pagar más veces y hacer más transbordos lo que desincentiva la decisión de realizar el viaje y eso conlleva a desigualdad de oportunidades y acceso a centros de empleo, estudio y servicios.
- Existe poca regulación y fiscalización de los servicios ofrecidos. Esto conlleva a que el servicio entregado no tiene las características que un usuario de transporte público necesita, esto es: un transporte fiable, seguro, a un costo razonable y con buena conectividad.

· Las leyes actuales que regulan el subsidio al transporte público y las licitaciones de transporte son poco flexibles para hacer cambios que podrían necesitarse. Por ejemplo, no se permite licitar recorridos para mejorar el servicio ni tampoco se puede subsidiar la tarifa de servicios en la RM que no pertenezcan al Transantiago.¹²

Sin embargo, el tema más preocupante es la falta de regulación en el precio del transporte. Por primera vez nos referimos al transporte talagantino como un “oligopolio” y no monopolio como generalmente se le atribuye; pues son varias las empresas que se colu-

⁹ GONZÁLEZ, Fernando “La Crisis del Transporte Rural” [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en <http://www.elquintopoder.cl>

¹⁰ GONZÁLEZ, Fernando “¿Quién regula el transporte de pasajeros de Talagante, Melipilla, Peñaflo, Buin y Colina?” [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en <http://www.ciperchile.cl>

¹¹ GORE Metropolitano “Estrategia de Desarrollo Regional de la Región Metropolitana de Santiago 2012”. 5 p. [en línea] [última consulta, junio 2015] disponible en www.gobiernosantiago.cl/

¹² *Ibid* pp. 9-10



den al momento de ajustar sus tarifas y no permitir la libre competencia en el sistema. Parece inconsecuente pensar que Talagante, teniendo comunas que superan la línea de pobreza regional, posea uno de los sistemas de transporte más caro a nivel Metropolitano. Pero es la realidad. El 20% de los hogares más pobres del Gran Santiago gasta el 7% de su presupuesto mensual en transporte público.¹³ Más aún, parece haber una conexión entre el uso de transporte público y la clase socioeconómica. Jacqueline Strenio asegura que los sectores con ingresos más altos usan menos el transporte público (solamente el 18,9%), mientras que los sectores con ingresos más bajos usan más el transporte público (una tasa de uso del 65%). Además, las personas más pobres usan el transporte público por un tiempo mucho mayor que el uso del transporte público en total (49,5%) en la ciudad. Por lo que todas las consecuencias de la baja calidad del sistema tienen un efecto más grande en las poblaciones más pobres, quienes, irónicamente, son también las personas que necesitan más ayuda.¹⁴

Ante estos tres antecedentes: la gran cantidad de habitantes, el bajo desarrollo económico y los altos costos del transporte público, surge la pregunta: ¿Por qué la gente de una de las Provincias más pobres de la Región Metropolitana debe diariamente movilizarse a Santiago?. Y la respuesta es simple: Porque sus fuentes laborales están principalmente en Santiago.

Si dentro de la provincia existieran más ofertas laborales o se potenciara las ya existentes de gente emprendedora que ha logrado generar ingresos sin moverse hacia la capital, se reduciría en parte la necesidad del transporte diario y su impacto en la calidad de vida de las personas. Por otro lado, si se fomentan los emprendimientos, estos podrían servir como inspiración para que se generen otros. Es por eso que se concibe la idea de impulsar el desarrollo local, abordando a aquellas personas que, contra toda dificultad, han establecido y mantenido su fuente laboral sin salir de la Provincia, siempre teniendo en cuenta la otra motivación: el área cultural.

¹³ DÍAZ, Guillermo, GÓMEZ, Andrés y VELASCO, Andrés. *"Micros en Santiago: De enemigo público a Servicio Público"*. [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en <http://www.cepchile.cl>

¹⁴ STRENIO, Jacqueline Ann, *"La economía del Transporte Público en Santiago de Chile"* (2006). Independent Study Project (ISP) Collection. Paper 320 [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en http://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/320

Formulación del problema

La Provincia de Talagante posee una gran riqueza cultural. Fundada en las Tierras del Inca Talacanta, su estrecha relación con personajes de la historia de Chile no ha cesado desde entonces. Así, por ejemplo, en la comuna de El Monte aún quedan vestigios de lo que fueron los aposentos de los hermanos Carrera, mientras en Talagante y Peñaflor se encontraban los latifundios de la familia Lisperguer y de la famosa Quintrala.

Por otra parte, aún conserva edificios de tiempos coloniales, muchos de ellos en muy buen estado de conservación. Parte del patrimonio arquitectónico son el Restaurant Der Münchner y la casa El Reloj en Peñaflor, de tradición alemana e inglesa, respectivamente. Otras edificaciones importantes son las casas coloniales y las Iglesias y Parroquias, que por cierto son muy numerosas, y que traen consigo una gran cantidad de manifestaciones religiosas que se mantienen en la zona, algunas de gran concurrencia, como por ejemplo la Fiesta de la Merced de Isla de Maipo y la de San Francisco de Asis en el Monte, además de la fiesta de Cuasimodo, principal representación de las loceras talagantinas, herederas de la tradición cerámica de las monjas clarisas.

Durante los últimos años, las municipalidades y algunos privados han desarrollado actividades en torno al patrimonio cultural de la zona, tales son los casos de Oktoberfest en Malloco (localidad perteneciente a la comuna de Peñaflor), la fiesta de la Vendimia en Isla de Maipo, La feria Expo CATAM en El Monte, ferias costumbristas en Talagante y Padre Hurtado, Rutas del Vino, sobre todo en Isla de Maipo que además ofrece Turismo Rural en torno a las actividades de las viñas y la miel, etc.





Por otra parte, se han tratado de crear algunos conceptos en torno a las comunas. El Monte se proclama “Capital cultural de la Provincia”, tomando a los hermanos Carrera como su principal recurso, con un museo que incluye una visita al mítico túnel por el que transitaban para no ser vistos. Al caminar por sus calles se pueden ver carteles con información acerca de las construcciones o las personas que dan los nombres a las calles. Lo mismo ha hecho TalaCultura, en Talagante, quienes además, han proclamado a la comuna Tierra de la Loza Policromada, convirtiéndola en su principal característica a pesar de que, por el momento, no sea posible encontrar ninguna de las famosas piezas en toda la comuna, salvo en una exposición en la Casa de la Cultura. Es más, mucha gente aún no conoce la existencia de este tipo de artesanía.

A pesar de esta serie de iniciativas que intentan promover la cultura de la Provincia de Talagante, estas no representan un impacto dentro de la comunidad, incluso, en la comuna de Peñaflor ni siquiera se tiene registro alguno sobre las manifestaciones culturales que posee. TalaCultura (Corporación Cultural de Talagante), por su parte, nace con el objeto de apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, para transformarse en el **eje cultural de la comuna y provincia**.¹⁵

Pero, a pesar de ser un buen referente a la hora de indagar sobre la cultura en la provincia, ésta no logra crear una identidad común, ni una difusión que abarque a las cinco comunas que la componen. Su directorio de artistas, que agrupa artistas visuales, actores, artesanos, escritores, actores, músicos y folcloristas es simplemente una

base de datos que no muestra las obras que ellos producen.

En conclusión, en la Provincia de Talagante no existe un medio de fácil acceso que reúna a las cinco comunas y difunda la cultura presente en la zona. Algunos ítems, como el directorio de artistas de la zona, carecen totalmente de impacto visual, diseño y difusión de sus actividades, reduciéndolos a ser parte de un listado en donde su oficio no destaca, ni mucho menos vende. Finalmente, éstos no son conocidos por el común de la gente, más allá de una que otra feria y/o exposición. He aquí el principal problema que el presente proyecto aborda: ¿Cómo apoyar a los trabajadores culturales de la zona y darlos a conocer a la comunidad?

¹⁵ Extraído de <http://www.culturatalagante.cl/site/index.php/quienes-somos>

1.3 Objetivos

Objetivo General:

· Desarrollar una estrategia de difusión de los artesanos de la zona, de manera que éstos sean reconocidos por su aporte cultural tanto dentro como fuera de la Provincia de Talagante, a través de un medio de fácil y rápido acceso, al alcance de la comunidad.

Objetivos Específicos:

- Investigar acerca de los artesanos oriundos de la Provincia de Talagante y que se encuentren actualmente activos en su rubro.
- Seleccionar por comuna a los artesanos más representativos.
- Exponer a los artesanos de forma atractiva.
- Generar un medio de contacto efectivo y actualizado entre los artesanos y la comunidad.
- Promover las actividades de los artesanos, invitando a la comunidad a visitarlos.



“Maniobras en estación Talagante” Fuente: www.trenesdechile.cl

1.4 Oportunidad de diseño

El Prometido Melitrén y su precedente, el ramal Santiago - Melipilla – Cartagena

Durante el Gobierno de Sebastián Piñera, y tras años de espera, finalmente se anunció la aprobación del Tren de Cercanía que unirá Santiago con la localidad de Melipilla, en un trayecto que duraría aproximadamente 45 minutos reduciendo en dos horas el total del viaje. Éste pasará por cuatro de las cinco comunas que componen la Provincia de Talagante: Padre Hurtado, Peñaflor (Malloco), Talagante y El Monte. La primera etapa del tren a Melipilla, entre Alameda y Malloco, está prevista para 2017. Este servicio tendrá una frecuencia en hora punta de cuatro minutos entre Alameda y Ciudad Satélite, y de cuatro minutos entre Ciudad Satélite y Malloco y se estima una demanda de más de 30 millones de pasajeros al año.¹⁶

Con respecto a la construcción de este tren de cercanía existen opiniones divididas. Para la gran mayoría, sería la solución definitiva de los actuales problemas del transporte público de este sector de la capital. Otros en cambio, tienen sus dudas, principalmente por las tantas veces que este proyecto ha salido a la palestra para luego fracasar. Algunos, como Fernando, son aún más categóricos:

“El ‘chiquichiqui’ del tren suburbano lo hemos oído quienes vivimos en las comunas mencionadas desde hace más de 20 años y sólo rinde provecho para quienes necesitan una propuesta electoral de corto plazo”¹⁷

Pero históricamente, este trazado no es novedad. En el Gobierno de José Manuel Balmaceda, ocurrió la llegada del primer ferrocarril a Talagante, específicamente en el año 1891. El 31 de enero de 1888 se autorizó la construcción de la línea férrea de Santiago a Melipilla, quedando el trazado a cargo del ingeniero Juan Emilio Mujica, quien contempló las estaciones de Lo Espejo, Malloco, Talagante, el Monte y Melipilla. Sin embargo, tras diversos motivos, la puesta en marcha total del

ramal no se produjo hasta 1893, cuando el ingeniero Federico Garcés habilitó un puente provisorio sobre el Mapocho en Talagante. Este viaducto colapsó el año 1899, dejando una veintena de muertos. Tras esta tragedia, se reconstruyó el puente ferroviario que continúa majestuoso hasta nuestros días y es transitado a diario por el ferrocarril que transporta ácido sulfúrico hacia la División El Teniente de Codelco Chile.¹⁸

Al igual que lo propuesto por el proyecto Melitrén, el antiguo ramal Santiago-Melipilla funcionó como un tren suburbano o de “servicios locales”. Según itinerario de 1954, los viajes duraban alrededor de una hora y cuarto entre Santiago y Melipilla. El servicio de pasajeros duró hasta 1975, tras lo cual los trenes locales desaparecieron, a pesar de varios intentos por recuperarlo en las décadas posteriores, incluidas las propuestas del Melitrén que datan desde 1997 hasta la fecha.¹⁹

El recorrido, posteriormente fue extendido desde Melipilla hasta al Puerto de San Antonio, quinta región. Durante mediados del siglo XIX no existía en Chile la costumbre de veranear en la costa. La llegada del ferrocarril al puerto repercutió en el balneario más famoso por aquel entonces: Cartagena. El ramal comenzó a “hacerse pequeño” durante la temporada estival, por lo que en 1919 se comenzó a construir el trazado final del ramal, que unía San Antonio con el balneario.²⁰

Durante años, este trayecto fue el motor de actividades turísticas en torno a su trazado y no sólo en las zonas costeras, también en los poblados por donde pasaba. Muchos pueblos cobraron real vida después de la construcción del ferrocarril y sus estaciones fueron lugar de pintorescos encuentros entre los pasajeros y vendedores del tren. En Melipilla, por ejemplo, el tren se detenía veinte minutos para ajustar la máquina. Durante este receso del trayecto, los pasajeros aprovechaban para “almorzar cazuela de pejerreyes fritos del estero de Puangue o un bistec cuyano”.²¹

¹⁶ Grupo EFE, “Una nueva etapa. Plan Maestro 2014, 2020” [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.efe.cl

¹⁷ GONZÁLEZ, Fernando “La Crisis del Transporte Rural” [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.elquintopoder.cl

¹⁸ BAY, Mariano, “El ferrocarril a San Antonio de las Bodegas” Chile. Editorial no identificada. 2011 pp. 117-121.

¹⁹ *Ibid.*, pp. 136-137.

²⁰ *Ibid.*, pp 145-151.

²¹ *Ibid.*, p 302.



“Las Palomas de San Fernando atendiendo el ramal a Pichilemu”
Fuente: BAY, Mariano, “El ferrocarril a San Antonio de las Bodegas”

“¿... y se acordará algún viajero de las “palomitas blancas”, las que impecablemente albas ofrecían por sus ventanillas sus “sanguches” y dulces, en los andenes de Melipilla y Quillota?”²²

²² LETELIER, Miguel *¿Dónde están los trenes?*. En: BAY, Mariano, “El ferrocarril a San Antonio de las Bodegas” Chile. Editorial no identificada. 2011



“Violeta en Peñaflores. 1950” Fuente: <http://www.violetaparra.cl/>

Para la Provincia de Talagante, el ramal Santiago - Cartagena también trajo sus beneficios, sobre todo para Peñaflores, cuya vegetación, arroyos y esteros con aguas cristalinas le dieron fama de balneario. El más famoso fue “El Trapiche”, destino frecuente de familias acomodadas de Santiago, fama que duró hasta la década de los 80, cuando fue clausurado por la contaminación de sus aguas y que en septiembre de 2013 reabrió sus puertas tras años de gestión municipal, como un centro cultural y de entretenimiento.

Dentro de este contexto, se ha detectado la oportunidad de diseño. El Melitren, al igual como lo fue en su época el ramal Santiago-Cartagena, representa para la Provincia de Talagante una oportunidad inminente

de desarrollo local, sobre todo de su potencial turístico cultural. Independiente de si es o no la solución definitiva para el problema de transporte público en la zona, representa una manera fácil, rápida y directa de moverse entre Santiago y las comunas de la Provincia de Talagante, lo que puede fomentar el interés de los santiaguinos por destinos cercanos y aumentar los viajes a la zona. Esta constante afluencia de público trae consigo potenciales interesados en la oferta cultural de la zona y en ella es posible generar una estrategia de difusión no sólo de los artesanos, sino que además, de las distintas actividades culturales de la zona, de una manera rápida y eficiente.





INVESTIGACIÓN

2. CONCEPTOS GUÍA

2.1 Producción Artesanal

El concepto Artesanía se define como el conjunto de disciplinas, técnicas, materialidades y productos utilitarios realizados principalmente por la acción humana y representativa de un medio cultural, que pueden ser reproducibles, comercializables, adaptados para usos específicos y no consumibles en su uso. Aunque similares entre sí, poseen características diferenciadas.²³

Forman, a la vez, parte importante de la identidad e historia de un pueblo pues, además de depender de las materias primas propias de lugar, también suelen poseer características como los colores de su paisaje, las técnicas y el grado de desarrollo de la cultura, así como los símbolos propios y rasgos representativos del territorio en el cual se sitúan, en otras palabras, entregan a su entorno una experiencia, una historia, un lugar y un punto preciso.²⁴

2.1.1 Artes, oficios y Artesanías

Los oficios y la Artesanía

En latín oficio (opificium) significa hacer o realizar una obra (opus:obra, facere: hacer). Tienen su origen en la Edad Media, junto con el nacimiento de los gremios, que agrupaban los habitantes según el tipo de actividad que desempeñaban, y en donde el artesano, quien no poseía demasiados conocimientos teóricos, realizaba manualmente sus tareas para poder vivir. El oficio es un sistema de producción, que utiliza “un método o procedimiento, desarrollado por una organización para transformar los recursos en bienes y servicios”.²⁵ Existen oficios de dos tipos: el industrial y el artesanal. El primero está ligado a la producción masiva y seriada, una fuerza laboral cuantificada y el uso de maquinarias, las cuales limitan y estandarizan las formas. Está también condicionado por la cultura de consumo y con una relación indirecta con el consumidor, pues el fin de la cadena productiva suele realizarse por un tercero dedicado a las ventas.

Por su parte, la producción de tipo artesanal es de menor tamaño y, al no ser una producción seriada, da como resultados piezas únicas que, a pesar de ser confeccionadas con los mismos materiales y los mismos procesos productivos, son diferentes entre sí. Por otra parte, las obras resultantes son más flexibles,

pues no se tiene la condicionante que la máquina le otorga, sino que se adecúa a las capacidades del artesano y a los materiales que tiene a su disposición. Además, posee una relación más directa con el consumidor pues, generalmente es el propio artesano quien comercializa sus productos.

El término artesanías se entiende como un tipo particular de producción en la cual predomina fundamentalmente el trabajo manual, con o sin ayuda de herramientas, utilizando materias primas naturales existentes en el entorno del artesano y cuyos productos, por lo general, tienen un sentido artístico o estético incorporado.²⁶ Se constituye como una actividad cuya cadena de valor contiene hitos relacionados al Patrimonio Cultural Inmaterial y Material, relacionados simbólicamente con el territorio y la construcción de identidad de la comunidad en la que se insertan (sea esta a nivel local o nacional).²⁷

De acuerdo a las definiciones del Área de Artesanía del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, existen diversas esferas de la artesanía que presentan especificidades y exigen un acompañamiento particular en términos de políticas públicas:²⁸

²³ Definición Unesco.

²⁴ Consejo Nacional de la Cultura y las Artes “Chile Artesanal. Patrimonio hecho a mano” [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.memoriachilena.cl>

²⁵ BUSTOS, Carlos “La producción artesanal” *Visión Gerencial*, 8(1): 37-52, junio 2009.

²⁶ PETERS B., Carlos, NÚÑEZ, Sobé “Artesanías de Chile. Un reencuentro con las tradiciones” Chile, Comunidad Iberoamericana de la Artesanía, Caupolicán Servicios Gráficos, 2009. 121 p.

²⁷ Observatorio cultural CNCA “Hacia una noción de artesanía para el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes” [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://chileartesanía.cultura.gob.cl/>

²⁸ Íbid.



Artesanía tradicional: Con un marcado componente patrimonial y territorial, centrada en la experiencia cultural de las comunidades. En este sentido, la artesanía tradicional es una actividad colectiva en la que se manifiestan creencias, necesidades y formas apropiación de cada comunidad. Se expresa en estéticas y formas distintivas y representativas, mantenidas en el tiempo a través de las generaciones, manteniéndose relativamente estables sin perjuicio de la incorporación histórica de nuevos elementos.

Artesanía indígena: Relacionada directamente con las manifestaciones culturales de los pueblos originarios, y entendida como vehículo del patrimonio inmaterial. Es el testimonio de las creencias y sabidurías de diversos grupos étnicos, que se manifiesta en artefactos con fines utilitarios y/o rituales, que incluso puede ser proyectada con otros fines. Es una actividad ancestral transmitida a través de las generaciones en una comunidad particular.

Artesanía contemporánea: corresponde a las producciones y expresiones actuales que incorporan propuestas creativas, en objetos artesanales que no requieren de una referencia identitaria específica (aunque podrían tenerla).

Arte Popular

El arte popular está arraigado al folklore y se gestiona de varias maneras correspondientes a diversos movimientos e impulsos colectivos. Puede mezclar técnicas y formas antiguas presentes en la cultura que se encuentra inmerso pero, a la vez, puede manifestarse de forma espontánea e instintiva, sin poseer influencias de oficios ni técnicas. Son, por una parte, las expresiones formales, materiales y tradicionales del pueblo, cuyas raíces más profundas están en el pasado y que sobreviven en virtud del espíritu conservador de la gente común y, por otra parte, las expresiones espontáneas e instintivas que ejecutan los artesanos y artistas populares, no educados para ello en forma sistemática.²⁹

Es tradicional, pues está basado en antiguas técnicas transmitidas de generación en generación. Es popular, pues es realizado por una persona común de una sociedad determinada y es anónimo, debido a que pertenece al patrimonio de la colectividad.

Ésta característica la determina también el hecho de que el artista popular ejecuta sus obras con un fin meramente práctico, para satisfacer una necesidad, por lo cual no le da a su obra un valor estético trascendente como hace el artista culto. Como los conocimientos técnicos y el desarrollo formal pertenecen al medio y no al individuo, el artista no se siente depositario de tal patrimonio cultural y, por lo tanto, no se empeña en individualizar su obra.

²⁹ ALARCÓN, Norma, DOMÍNGUEZ, Juan, GONZÁLEZ "Arte popular chileno. Definiciones, problemas, realidad actual" Santiago, 1959. pp. 25-33 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.memoriachilena.cl>



2.1.2 Diferencia entre Arte Popular y Artesanía

Existe un antiguo y complejo conflicto entre los términos Arte Popular y Artesanía los cuales suelen ser mencionados como sinónimos o un algo único, esto debido principalmente a que en Chile el Arte Popular abarca en su origen, desarrollo y utilidad algunas artesanías. Sin embargo, es posible hacer varias diferencia entre ambas acepciones, que son principalmente las siguientes:³⁰

El taller: Las artesanías parten de la base de un taller colectivo organizado con las figuras del maestro y los practicantes, con un oficio determinado que tiende a la producción en serie. El arte popular, en cambio, solo posee la figura del sujeto, sin profesión determinada que realiza su obra como una actividad paralela a su quehacer diario y a una pequeña escala.

La técnica: Las obras realizadas en un taller artesanal son una especialidad manual, lo cual implica el dominio de una oficio técnico condicionado por sus instalaciones, además de una subdivisión de

trabajo y designación de labores. El arte popular, por su parte, suele no disponer de herramientas especializadas y es un trabajo más bien individual, desde la búsqueda del material hasta la finalización de la obra.

La enseñanza: En las artesanías es clave la figura del maestro (a veces son varios), que a su vez destinan ayudantes con quienes instruyen a los aprendices, los que reciben una práctica constante de los conocimientos otorgados. En el arte popular, la enseñanza se realiza por comunicación directa, sin un sistema racionalizado, dado principalmente por la tradición.

Medio social de consumo: Para Oreste Plath radica en el uso y fin que se le da a la obra creada, afirmando que "La diferencia de arte popular y artesanía está cuando ese mismo individuo, artista, orienta su impulso activo hacia un fin utilitario, es decir, cuando lo que ha venido siendo una necesidad ocasional y desinteresada se transforma en oficio lucrativo, sus posibilidades artísticas se reducirían en la medi-

da de que su libertad de creación resulta comprometida por las exigencias de las nuevas condiciones ambientales".³¹ Por esta razón, es posible afirmar que la producción de arte popular cuando alcanza cierto éxito tiende a convertirse en artesanía, esto es, tiende a desarrollar la organización de una industria, crea la subdivisión del trabajo y hasta establece el salario o jornal con todas las características inherentes al funcionamiento de un taller mencionadas anteriormente.

Esta estrecha relación existente entre ambos términos es la base de la discusión que por años se ha planteado al respecto y que dificulta la clasificación y estandarización de las distintas manifestaciones presentes en Chile que oscilan entre la expresividad del Arte Popular y la necesidad de generar recursos a través de ellas y, a la vez mantenerlas vivas y en el imaginario cultural nacional.

³⁰ ALARCÓN, Norma, DOMÍNGUEZ, Juan, GONZÁLEZ, Ida "Arte popular chileno. Definiciones, problemas, realidad actual" Santiago, 1959. pp. 25-33 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.memoriachilena.cl>

³¹ *Ibid* p.



2.1.3 Arte Popular Iberoamericano

El arte popular, concebido como manifestación artística de los pueblos, inspirada por la tradición, representa una valiosa forma de expresión cultural que nos permite imaginar la geografía, el paisaje y el entorno del cual proviene su creador y desde donde, además, obtiene la materia prima y la inspiración para realizar sus obras.

Está conformado por diversas manifestaciones, complementarias y vinculadas entre sí, como la danza, la gastronomía, la música y las fiestas, pero entre ellas destaca de manera sobresaliente la producción artesanal, por su calidad y representatividad del ser complejo y plural de la región.³²

Los artesanos crean una estrecha relación con los materiales con los cuales elaboran su obra y con su disciplina. Ellos utilizan su destreza, conocimiento y creatividad y, basados en la tradición viva de la cual son parte, elaboran objetos que sorprenden por su valor utilitario, estético y simbólico. Así, todas las obras responden a necesidades

materiales, pero también a búsquedas espirituales de quienes las realizan y de sus comunidades. Es en esta doble función donde yace la riqueza y trascendencia de toda obra artesanal de la región.

A pesar de la multiculturalidad que predomina en los países Iberoamericanos, si analizamos su actividad artesanal, esta se muestra con un carácter homogéneo, que es posible encontrar en las redes sociales, económicas y culturales del medio rural, las zonas populares y las étnias indígenas originarias de cada país. Son actividades mayoritariamente domésticas cuyo saber se transmite de generación en generación, ajeno a la educación formal.³³

Esta misma característica, propia de su naturaleza ha provocado que el arte popular desde hace un tiempo tenga una tendencia a la extinción de determinadas prácticas y técnicas artesanales. Las nuevas generaciones han perdido el interés por seguir desarrollándolas, al enfrentarse a un panorama de mercado muchas veces desfavorable y

la evolución de las materias primas necesarias para la producción. Por este motivo, varias son las instituciones que a nivel global buscan rescatar y preservar este tipo de actividades propias del Patrimonio Cultural de su lugar de procedencia.

Una de estas instituciones es el Banco Nacional de México que, durante cuatro décadas, se ha dedicado al estudio, rescate y conservación de los valores, costumbres y tradiciones de la cultura mexicana. En 1971 crea el Fomento Cultural Banamex y el programa *Grandes Maestros del Arte Popular Mexicano* del cual se desprende un libro homónimo. Dado el éxito de esta publicación, es que deciden en el año 2011 ampliar sus fronteras a toda Iberoamérica, pasando a ser *Grandes Maestros del Arte Popular de Iberoamérica*. La muestra reúne alrededor de 450 Maestros Artesanos de la región y este año estuvo presente entre junio y septiembre en el centro Cultural Palacio de la Moneda. De ella se pudo extraer información sobre las materias primas trabajadas en la zona y, por consiguiente, en Chile.

³² VV.AA. *"Grandes Maestros del Arte Popular de Iberoamérica"* Centro Cultural Palacio de la Moneda. Santiago, Chile 2015



GRANDES MAESTROS DEL ARTE

La muestra Grandes Maestros del Arte Popular de Iberoamérica, ha clasificado las artesanías de la región según su función (cotidiano, ritual, decorativo) y según sus materias primas, la cual se divide en nueve ramas:

1. Barro: La rama artesanal más difundida de Iberoamérica y la que cuenta con mayor cantidad de piezas. Fusiona tradiciones americanas y europeas y presenta las tres funciones: ornamental, utilitaria y ceremonial. En cuanto a su morfología, esta puede ser de flora y fauna, patrones geométricos, temas históricos, religiosos, mitológicos o fantásticos.

2. Metales: Tiene su precedente en la época prehispánica en la región andina de América (Colombia, Bolivia, Perú, Chile), donde existe amplia tradición de trabajo de metales como el oro y el cobre, y de las técnicas metalúrgicas de laminado, filigrana, granulado en incrustación. Posteriormente, la conquista española trajo consigo una alta explotación de oro y plata, lo que originó el desarrollo de la orfebrería. Además

arraigaron las técnicas de forja en hierro y el trabajo en cobre y plomo.

3. Madera: Está presente en todo el continente y fue introducida por los misioneros de la conquista española con las técnicas de lacado y tallado. Por la complejidad de sus procesos, estas piezas son consideradas como objetos de lujo. Está presente en diferentes técnicas: el *lacado*, que les da una superficie brillante, la *taracea*, incrustaciones en madera con trozos de hueso, marfil o concha, la *marquetería*, incrustaciones de otros tipos de madera y el *tallado*, por lo general utilizado en la creación de figuras de santos, altares y máscaras rituales.

4. Fibras vegetales: Data desde tiempos inmemoriales de la historia de la humanidad. Éstas se clasifican en fibras blandas y duras. Con las fibras blandas se elaboran sogas, redes, morrales y hamacas, mientras que con las fibras duras, por su flexibilidad y resistencia, se elaboran muebles, jaulas, juguetes, canastas y alfombras.



POPULAR DE IBEROAMÉRICA

5. Piedra: El trabajo de la piedra se realiza por medio de tres técnicas: percusión, presión y desgaste. En la época prehispánica destacaban tallados de guerreros y deidades, pero luego de la conquista española, las técnicas se diversificaron y se comenzaron a desarrollar objetos de decoración, como columnas y fuentes, esculturas y maceteros.

6. Piel: En época prehispánica se confeccionaban prendas de vestir, instrumentos de percusión, partes de armas y sandalias con pieles de animales como el venado, el jaguar, el conejo y la víbora. Con la llegada de los españoles se introdujeron la ganadería vacuna, caballar, bovina y porcina, que propició el desarrollo del trabajo en piel. Además en América existía gran cantidad de materiales para curtir las pieles, lo que generó un amplio desarrollo artesanal en esta materia prima.

7. Papel: Fue introducido por los españoles, no obstante, en la época prehispánica ya existía el papel de origen animal y vegetal. Se trabaja de diversas mane-

ras, desde las banderitas de papel picado hasta complicadas figuras fantásticas conocidas como alebrijes. Hay también máscaras, piñatas y calaveras, entre otros objetos.

8. Textiles: Una de las ramas artesanales más difundidas de Iberoamérica, que conjuga elementos prehispánicos y españoles. En la época prehispánica predominaba el uso del algodón, además de fibras vegetales y lanas de alpacas, llamas y vicuñas en la zona andina. Con la llegada de los españoles se introdujo el gusano de la seda y la cría del ganado ovino, con lo que aumentó la cantidad de materias primas y, con ello la variedad de las técnicas empleadas.

9. Varios: Otras materias primas presentes en Iberoamérica (sólo se mencionan algunas): Ámbar, calabazos secos, caña de maíz, caracol y concha, cera, chaquiras, coco labrado, cuerno, figuras de mazapán, figuras de pasta de papa, hueso, obsidiana, plumaria y vidrio, entre otras.³⁴

³³ VV.AA. "Grandes Maestros del Arte Popular de Iberoamérica" Centro Cultural Palacio de la Moneda. Santiago, Chile 2015

2.2 Provincia de Talagante y su desarrollo artesanal

En la Región Metropolitana y sus alrededores se encuentra una amplia variedad de artesanos que producen con varios de los materiales y técnicas vistas anteriormente. Persisten a nivel rural diversas artesanías de carácter tradicional, como la alfarería de Pomaire, que concentra a todo un pueblo en esta labor, y en las manos de una sola familia la cerámica policromada de Talagante, denominada Arte Popular por su creatividad artística. Por el contrario, en las ciudades se observa el desarrollo de una dinámica y heterogénea artesanía artística urbana, altamente competitiva, con distintos niveles de complejidad técnica, artística y de organización productiva.³⁴

2.2.1 Tierra de alfareros

Talagante tiene una larga tradición alfarera que se remonta a la época de sus primitivos pobladores y de la denominación incaica, y que se proyecta a través de la colonia y del periodo republicano en forma ininterrumpida.³⁵ En épocas pasadas, fue un sector poblado de alfareros quienes trabajaban una “cacharrería” de greda de color rojo intenso que se recogía desde la riberas del río Mapocho. Incluso, es tanta la influencia de esta actividad que Malloco, localidad de la comuna de Peñaflor, significa en mapudungún “Agua de greda blanca” y que, además, a esta comuna se le recuerda popularmente por la tonada “Cantarito de greda” compuesta por Nicanor Molinare, que en una de sus estrofas dice:

*“Cantarito de greda de Peñaflor
tu agüita es clara y pura como mi amor
como mi amor, ay sí
yo te lo digo
que hasta estando despierto
sueño contigo”*

La acertada descripción de los paisajes y su bella entonación hacen del “Cantarito de Greda de Peñaflor” el himno popular por excelencia de la comuna, y de la tinaja un verdadero símbolo que desde que se hizo tradición ha quedado impreso en afiches, postales, tarjetas, diplomas y premios para que no quede duda que el cantarito pertenece a ésta.³⁶

La producción alfarera dentro de la Provincia fue muy intensa, como se expresa en un relato de María Graham en el libro “Artesanías de Chile” de Carlos Peters:

*“Partimos de San Francisco, pasando por Talagante (...) Nos detuvimos a saludar al cacique y compramos algunas pequeñas jarras y fuentes de arcilla roja con adornos de una tierra mezclada con pirritas de hierro que le dan cierta apariencia de polvo de oro. Talagante es una aldea muy poblada y parece que en todas las chozas las mujeres se dedican a la alfarería”.*³⁷

Sin embargo, hacia finales del siglo XIX esta producción alfarera disminuyó considerablemente, siendo en la actualidad muy difícil de encontrar.

2.2.2 La loza policromada de Talagante

Este tipo de artesanía, corresponde a figuras de pequeño tamaño (aproximadamente 20 centímetros) de llamativos colores, hechas de greda y arena. Es un verdadero fenómeno folklórico, que reproduce costumbres populares con su contexto explicativo y posee una rica policromía que llega en muchos casos a ser surrealista, por un claro predominio de las formas y movimientos suaves y expresivos propios de una temática narrativa costumbrista. En cuanto a la composición, se observan tendencias a la simetría y al recurso de la relación en las piezas compuestas.³⁸

Esta manifestación, tiene su origen más remoto en la influencia que ejercieron las monjas Claras a través del convento ubicado en Santiago en la época de la colonia.³⁹ Estas religiosas poseían una mayor instrucción que el resto de la población, pues además de saber leer y escribir, manejaban perfectamente el latín. En un principio fueron conocidas por elaborar unos dulces de almendras, ciruelas y naranjas, que replica-

³⁴ PETERS B., Carlos, NÚÑEZ, Sobé “Artesanías de Chile. Un reencuentro con las tradiciones” Chile, Comunidad Iberoamericana de la Artesanía, Caupolicán Servicios Gráficos, 2009. 12 p.

³⁵ LIRA, Victoria “Los monitos de Talagante” En: RUIZ-TAGLE, Carlos “Antología De Talagante” Chile, Ilustre Municipalidad de Tgte, 1087. 106 p.

³⁶ BUSTOS, Hernán “El valle de las siete puertas: Peñaflor, Malloco y Pelvín” Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura. Santiago, 1996

³⁷ PETERS B., Carlos, NÚÑEZ, Sobé; Op. Cit., pp. 35-37.

³⁸ LIRA, Victoria; Op. Cit., p.131.

³⁹ Consejo Nacional de la Cultura y las Artes “Chile Artesanal. Patrimonio hecho a mano” [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.memoriachilena.cl>



ban figuras de animales y objetos diversos. Estas finas y delicadas obras culinarias eran comercializadas y elaboradas para fiestas religiosas siendo repartidas entre los asistentes.⁴⁰ Dentro de este contexto, es que el procedimiento de elaboración de la cerámica policromada llegó a conocimiento de Mercedes Toro, perteneciente a una de las primeras familias talagantinas.

Desde sus inicios hasta hoy son sus descendientes, en su mayoría mujeres, quienes a lo largo de cinco generaciones han perpetuado esta tradición, manteniendo el mismo procedimiento para su fabricación, sólo variando el tipo de pintura que, en un principio, era elaborado por las propias artesanas y en la actualidad es de tipo industrial. Las figuras se moldean a mano, seorean y cuecen en forma muy rudimentaria. Luego se aplican los esmaltes de colores básicos en una labor minuciosa y delicada.

Las característica primordial de narrativa de la cerámica de Talagante, proviene también la sencillez elemental de sus piezas, lo que permite una generalización de las características más sobresalientes de los tipos interpretados, condensando un conocimiento de lo chileno no por el tema y su interpretación, sino por su esencia misma, lo que demuestra el agudo sentido de observación de las loceras, que nos da una visión clara y definida de lo chileno, de lo típicamente nuestro, considerado por ellas como algo de real valor.

En el 2009 la loza policromada de Talagante fue declarada patrimonio por la UNESCO, un reconocimiento como parte del patrimonio de Talagante y del país en cuanto saber representativo de la cultura local que proyecta imágenes del pasado. Esto ha provocado que se encuentren presentes en las colecciones de arte popular de varios museos chilenos y extranjeros. Por ejemplo, "El cuasimodo", una de sus piezas más conocidas, está en exhibición permanente en la Galería Nacional de Arte de Washington, USA., al mismo tiempo que han sido divulgados en reportajes, crónicas periodísticas e incluso programas televisivos y ferias artesanales.

Tal reconocimiento ha impulsado el interés de las autoridades locales, quienes han organizado talleres para enseñar este oficio a las mujeres talagantinas. Es así como María Olga Espinoza, perteneciente a la quinta generación de loceras, accedió a enseñar, bajo el método del aprendizaje por observación directa, el secreto que por años se había mantenido en su familia.⁴¹ Por su parte, su prima Marisol siente que es el momento de rendir un homenaje a la historia familiar. Para ello tiene proyectado crear un museo-tienda en Talagante donde mostrar tanto a talagantinos como a visitantes la historia de la familia y parte de la colección de piezas en un espacio que inspire un ambiente antiguo, tipo colonial, que sugiera la idea de una tradición de largo aliento que aún está presente.

⁴⁰ SANTANA, Mónica "Cerámica de las Clarisas: Aportes a las identidades y dinámicas sociales en el Santiago (Chile) colonial" [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.orgenetnico.cl

⁴¹ Museo de Arte Popular Americano, Tomás Lago "Cerámica Policromada Metropolitana Tradición e identidad" 1ª Ed. Santiago, Chile. MAPA, Facultad de Artes, Universidad de Chile. 2010. 151 p.

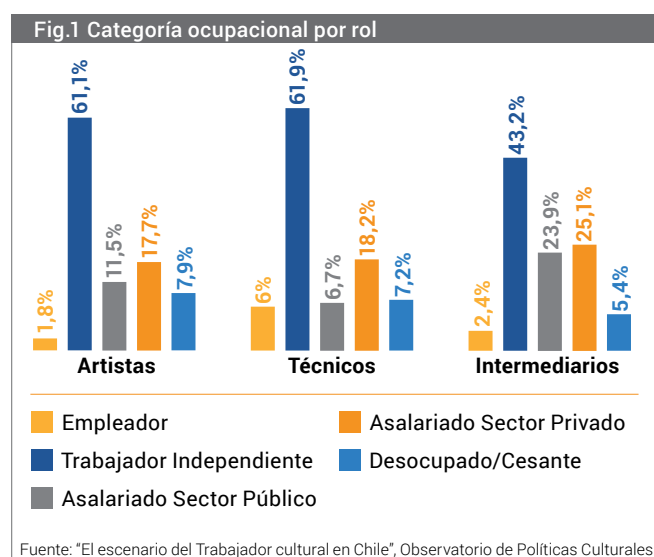
2.3 Diseño y Gestión Cultural

2.3.1 Trabajadores culturales en Chile

Tras una primera indagación en el sitio web de la Corporación Cultural de Talagante, se ha reconocido la necesidad de realizar un trabajo sistemático en favor de los trabajadores culturales, no sólo a nivel local, sino que, además, a nivel nacional. Así lo refleja el Observatorio de Políticas Culturales en su publicación “El escenario del trabajador cultural en Chile”, donde se realiza un catastro de artistas nacionales en cinco disciplinas, reconociendo sus logros y carencias en cuanto a sus condiciones y desarrollo.

En esta publicación se definen tres roles de trabajador cultural, desde la creación de la obra hasta su exhibición al público: el **artista profesional**, el **intermediario de la cultura** y el **técnico cultural**. El artista profesional es aquel que dedica al menos ocho horas en el desarrollo de obras de su autoría, por las cuales recibe ingresos ya sea a través de venta y/o cobro de derechos. El intermediario de cultura, por su parte, es aquel que administra la producción intelectual, actuando como agente de distribución de primera línea y contacto directo con el artista y puente hacia la comunidad. Finalmente, el técnico cultural es aquel que realiza labores complementarias a la producción artística.

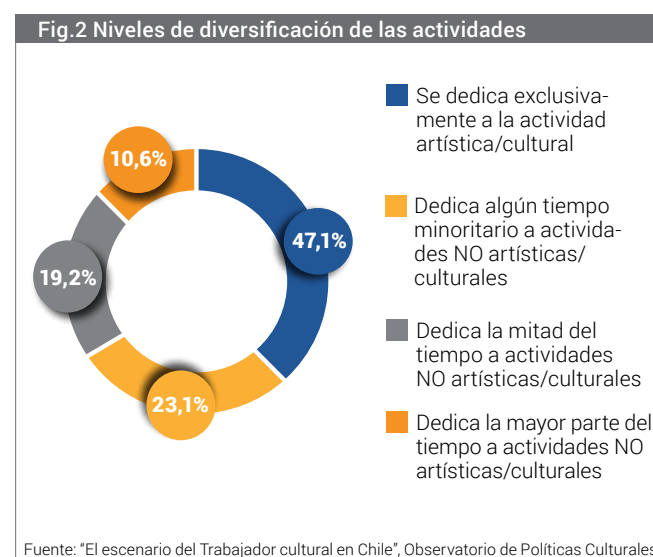
Definidos estos tres roles, es que se rescatan las siguientes estadísticas, relacionadas a su labor:



Condiciones Laborales: Según los datos de la *Figura 1*, la mayoría de los trabajadores de la cultura en Chile se define como trabajador independiente. Le siguen, aunque en una proporción mucho menor, los que se desempeñan como asalariados del sector privado y, luego, los que son asalariados del sector público. Por otro lado, sólo un grupo minoritario se reconoce como empleador, mientras que el resto se encuentra desocupado o cesante.

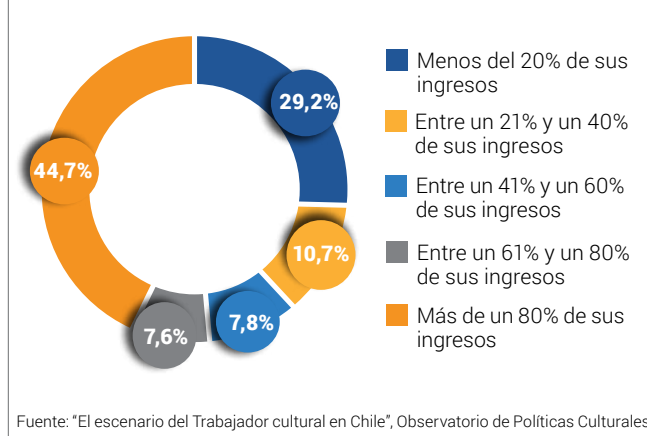
En cuanto a los tipos de contrato que tienen los trabajadores de la cultura en general, se evidencia una importante inestabilidad puesto que las personas sin contrato o con contrato a honorarios, suman el 72,4% del total. Quienes tienen algún tipo de contrato más estable suman sólo el 27,6%, lo que muestra una gran diferencia con la situación general de los trabajadores en Chile, donde el 58,1% de la fuerza laboral cuenta con un contrato escrito.⁴²

Esta inestabilidad ocasiona que un porcentaje de trabajadores de la cultura deba combinar, en distinta medida, su actividad artística con otros trabajos no relacionados con este ámbito para poder sustentarse. De esta manera, en la *Figura 2* se puede apreciar en cifras el rango de diversificación de las actividades de los trabajadores culturales:



⁴² BRODSKY, Julieta, NEGRÓN, Bárbara, PÖSSEL, Antonia, “El Escenario del Trabajador Cultural en Chile” Proyecto Trama / Observatorio Políticas Culturales. Chile, 2014 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.observatoriopoliticasculturales.cl/>

Fig.3 % del ingreso correspondiente a actividades culturales

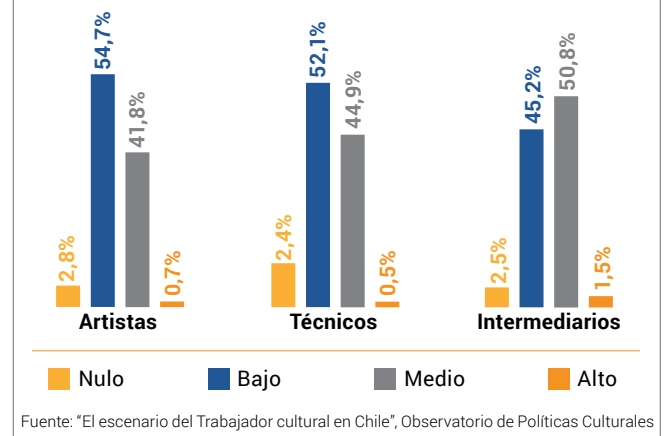


A partir de los datos de la *Figura 2* se puede concluir que entre el 45% y el 50% de los trabajadores de la cultura se dedican exclusivamente a su labor artística y logran mantenerse con ella. Sin embargo, también es posible reconocer que los recursos que logran obtener del trabajo artístico son muchas veces insuficientes, por lo que deben recurrir a otras fuentes para obtener un mejor sueldo. En la *Figura 3* se detalla el porcentaje correspondiente a sus actividades culturales en relación al total de ingresos percibidos mensualmente.

Si bien, el 44,7% de los encuestados afirma que de su ingreso total, más del 80% corresponde netamente a su actividad cultural, es preciso preguntarse ¿A cuánto dinero corresponde tal cifra? Pues, si consideramos que más de la mitad de los encuestados obtiene menos del 80% de sus ganancias de su actividad cultural, se presume un riesgo de que dicha actividad sea abandonada en pos de un mejor desarrollo económico, tal como se intuía al principio de esta investigación.

Otro ámbito importante para la conservación de las actividades culturales es el manejo que los trabajadores tienen sobre la Gestión Cultural, es decir, el conocer los diferentes recursos públicos a su disposición y el tener la capacidad de idear negocios más allá de la simple producción y venta de sus productos y/o servicios. Como se observa en la *Figura 4*, la mayoría de los trabajadores culturales reconoce tener bajos niveles de conocimiento en materia de Gestión Cultural. Las mayores carencias se dan en la utilización de herramientas de evaluación y de gestión de recursos, así como en los conocimientos necesarios para administrar una iniciativa cultural.

Fig.4 Niveles de uso de herramientas de gestión cultural por rol



Sin duda, se debe instruir en términos de gestión cultural a los trabajadores culturales, quienes representan un gran potencial de buenos proyectos a futuro, pues a pesar de sus bajos conocimientos en este ámbito, han demostrado tener la capacidad de generar trabajo colectivo, de asociarse con pares y llevar a cabo proyectos en los ámbitos de producción de actividades y en el diseño, formulación y desarrollo de proyectos artístico-culturales.

El manejo de este tipo de conocimientos para un trabajador de la cultura no es un tema menor, ya que varios diagnósticos realizados para distintas disciplinas indican que las posibilidades de éxito y/o de obtener mayores ingresos, aumentan cuando se manejan herramientas de Gestión Cultural, o bien, cuando se trabaja conjuntamente con un gestor o productor. Cuando se combinan actividades de creación y mediación de forma conjunta se obtienen mejores ingresos y mayores índices de profesionalización.

Qué abarca la Gestión Cultural y cuáles son las posibilidades de un diseñador en esta área se detallan en los puntos, a continuación.

2.3.2 Política, Gestión y Mediación Cultural

Políticas Culturales:

En términos culturales de la Nación, existe un papel insustituible del Estado: la conservación, preservación y difusión del Patrimonio Cultural, además de la promoción de las mejores condiciones posibles para que las expresiones artísticas y las manifestaciones culturales puedan surgir, difundirse y ser apreciadas por el público libre y espontáneamente⁴³. En este rol fundamental y con el fin de garantizar la preservación, la difusión y el acceso libre y equitativo del Patrimonio Cultural, aparecen las Políticas Culturales Públicas, en la que el Estado promueve actividades e iniciativas culturales, de manera directa o a través de gestores.

Para obtener mejores resultados en su gestión, en el año 2003, a partir del mandato de la Ley 19.891 se crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), institución que ha logrado abarcar gran parte del territorio nacional y tiene como objetivo apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del país.

En los últimos años, junto con el apoyo e intenso influjo de las políticas públicas culturales impulsadas por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, así como la significativa labor desempeñada por actores independientes del ámbito de la cultura y las artes, Chile ha presenciado un importante desarrollo de la creación artística, de las industrias vinculadas con el sector creativo, y de una multiplicidad de instancias de asociatividad que potencian la labor de los artistas y creadores nacionales. Este intenso y constante flujo de iniciativas culturales se debe principalmente a recursos de apoyo como el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes (FONDART) y la Ley de Donaciones con Fines Culturales, entre otras, que otorgan a la misma ciudadanía herramientas y financiamiento para, de esta forma, distribuir y delegar la función de Gestión Cultural a distintas personas u organizaciones que tienen interés de desarrollar proyectos en torno al Patrimonio Cultural chileno.

Gestión Cultural:

Hablar de Gestión cultural es referirse a la gestión de instituciones, programas, proyectos, industrias creativas, emprendimientos, bienes y servicios y la satisfacción de los **derechos culturales**. Estos derechos son:

- Derecho a la educación.
- Derecho a la participación en vida cultural.
- Derecho a gozar de los beneficios del progreso científico y de sus aplicaciones.
- Derecho a beneficiarse de la protección de los beneficios emergentes de la autoría.⁴⁴

Es una disciplina relativamente nueva en Chile, de no más de 35 años incorporándose como ejercicio empírico primero, a partir de la década de 1980, y como materia de estudio y formación después –a nivel universitario–, durante la década de 1990. Esta disciplina, busca gestionar servicios y acciones culturales que se materializan en programas y proyectos para los más diversos públicos. Estos se diseñan teniendo como meta alcanzar los fines y metas propuestas por las políticas culturales.⁴⁵ Su objetivo general es crear canales que promuevan la participación de la comunidad en la dinámica cultural, manteniendo el equilibrio entre la creación, la participación y el interés social de los fenómenos culturales.

Sus objetivos específicos son:

- Establecer una comunicación fluida y comprensiva entre los creadores y el ciudadano.
- Buscar la participación de la comunidad en los procesos de creación y acceso a los bienes culturales.
- Adecuada utilización de los equipamientos disponibles, los recursos, la información y el marketing.

La Gestión Cultural juega un rol importante en materia de Políticas Públicas Culturales, pues puede intervenir en todas las fases del acontecimiento cultural, desde que se concibe una idea, hasta que esta se materializa y tiene contacto con el público. Estas etapas son: **Creación** (diseño), **Producción** (materialización), **Difusión** (campañas/marketing) y **Distribución**.⁴⁶

⁴³ CNCA “Chile quiere más cultura. Definiciones de Política Cultural 2005-2010”. 2005. 37p. [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.sicsur.org/>

⁴⁴ ANTOINE, Cristian “Políticas Culturales y Gestión Cultural”. Seminario de Gestión Cultural, Universidad de Talca. 2011 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://es.slideshare.net/cantoine>

⁴⁵ MATTHEY, Gabriel “La Gestión Cultural en Chile, a pasos de su «segunda generación»” *Revista de Gestión Cultural*. Universidad de Chile, Facultad de Artes. (01), 2013.

⁴⁶ ANTOINE, Cristian; Op. Cit.



Mediación Cultural:

La mediación cultural es una compleja gama de relaciones que se producen entre una obra y su recepción o apreciación artística, en estas relaciones intervienen tres componentes que dialogan a través de la mediación cultural: los objetos de arte y sus creadores, las instituciones culturales, y el público. Se pueden utilizar folletos, paneles de presentación, visitas guiadas, etc. como herramientas de la mediación cultural pero siempre teniendo en consideración que la mediación consiste en aportar el máximo de claves de lectura, pero dejando al público la posibilidad de construir su propia relación con la obra.⁴⁷

La clave para diferenciar Gestión Cultural de Mediación Cultural es la **"Apreciación"**. Si bien ambos establecen relaciones en los tres actores de un proyecto cultural: Creador - Institución - Público, la Mediación Cultural hace especial énfasis en este último y en la forma en la cual la audiencia ha de percibir la obra.

La Mediación Cultural busca facilitar y mejorar la comunicación entre la obra y su recepción o bien entre una obra y un espectador/audiencia. En este sentido, cobra fuerza la figura del mediador, quien "acompaña el descubrimiento" de lo que un objeto o manifestación artística puede decir hoy, acompañamiento que no "entrega" conocimientos sino aporta señales, referentes y luces para que la comunicación entre una persona y la obra sea aquella que realiza cada persona.

"En términos concretos, el acompañamiento en un museo, galería o algunos espacios para las artes visuales, se puede traducir en folletos, paneles de presentación, visitas guiadas, audio guías, conferencias y una serie de otras iniciativas que se constituyen como estrategias de mediación cultural. Ellas aportan información sobre las técnicas utilizadas, la vida del artista, el contexto socio-cultural e histórico en el cual se produce la obra, etc."⁴⁸

⁴⁷ Publicaciones Cultura *"Herramientas para la Gestión Cultural. Apreciación Artística"* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.redcultura.cl>

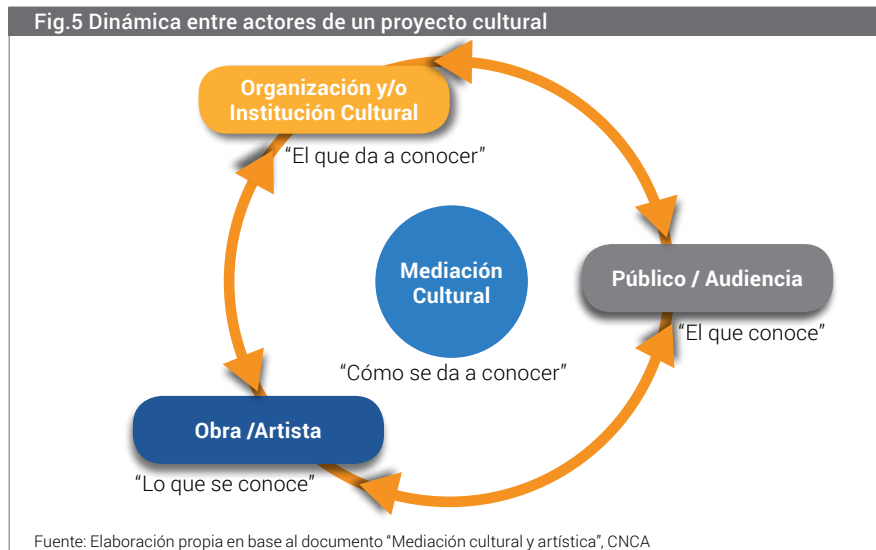
⁴⁸ Linc, Artes y públicos, Borrador documento interno CNCA. Citado en: Publicaciones Cultura *"Herramientas para la Gestión Cultural. Apreciación Artística"* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.redcultura.cl>

2.3.3 Diseño como Gestor y Mediador Cultural

Luego de haber especificado a qué se refieren los términos Política, Gestión y Mediación Cultural es preciso cuestionarse: *¿Qué rol cumple el diseño dentro de los proyectos culturales?*

Para responder esta interrogante, es necesario identificar a los actores que participan dentro de un proyecto cultural. Como se aprecia en la *Figura 5*, existen cuatro actores que participan en estas instancias. La “obra” que es aquello que se desea dar a conocer, la “organización y/o institución cultural”, aquellas que hacen posible que las obras se den a conocer y actúan por política o gestión cultural, el “público o audiencia”, aquel que conoce y finalmente la “Mediación Cultural” que agrupa los recursos que ayudan a que las obras se den a conocer.⁴⁹

Por otra parte, desde que se habla de Gestión Cultural en Chile, el énfasis de éstas ha ido cambiando, mediante se realizan mejoras en las políticas culturales públicas. De esta manera, podemos decir que en los años 90’s, la orientación de la Gestión Cultural era la gestión de proyectos, enfocado principalmente en el equipamiento. Por su parte, durante la década del 2000’ ésta apuntaba hacia las Políticas Culturales, es decir, los contenidos y el contexto de la obra. Sin embargo, a partir del año 2010 hasta la actualidad, la Gestión Cultural se orienta hacia la “Gestión de la Participación”, haciendo énfasis en el destinatario y la creación de audiencias.⁵⁰



Producto de estos antecedentes es se plantea que un diseñador profesional tiene la capacidad de desempeñarse como gestor y/o mediador cultural. Puede ser **gestor**, pues posee conocimientos que le permiten crear, organizar, dirigir y evaluar acciones para promover y presentar a la comunidad, el producto del trabajo de los artistas en las múltiples disciplinas en que se manifiesta su sensibilidad y su expresión.

La Gestión Cultural, se compone de variados factores, entre los cuales destaca, la administración de centros culturales, la creación y el diseño de “productos culturales” artísticos, científicos y tecnológicos, las relaciones públicas, la creación de imágenes de marca, el desarrollo de proyectos; pero, por sobre todo, el situarse en los intereses, creencias, necesidades de una comunidad específica, para la cual trabaja, definiendo objetivos generales que permitan visualizar tendencias y conectar a dicha comunidad con los grandes temas, desafíos y problemáticas de la cultura de hoy, tanto en una perspectiva histórica, como contingente y de futuro.⁵¹ Un diseñador puede desempeñarse como gestor cultural, pues éste no es simplemente un ente ejecutivo:

“Un “gestor cultural” que se respete, está indisolublemente ligado a ese proceso. Denitivamente no es un simple administrador de una empresa ya organizada y establecida en todas sus partes, ni menos un “productor” de “eventos culturales” aislados, por muy exitosos que parezcan. Es más bien un constructor de redes culturales, basadas en la cooperación activa, cuyo trabajo tiene validez y sentido si es capaz de abrir y acompañar un proceso de empoderamiento y desarrollo de las capacidades creativas tanto personales como grupales de los miembros de la comunidad social en la que realiza su labor⁵².”

⁴⁹ CNCA “Mediación Cultural y Artística” 2013 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.cultura.gob.cl/>

⁵⁰ ANTOINE, Cristian “Políticas Culturales y Gestión Cultural”. Seminario de Gestión Cultural, Universidad de Talca. 2011 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://es.slideshare.net/cantoine>

⁵¹ RODRIGUEZ, Alejandro “¿Es la gestión cultural una profesión?” [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.derejo.cl>

⁵² DI GIRÓLAMO, Claudio “Estado y Proyección de la Gestión Cultural en Chile” *Revista de Gestión Cultural*. Universidad de Chile, Facultad de Artes. (01), 2013.

Del mismo modo, considero que un diseñador no puede limitarse a ser un “obrero gráfico”, en el sentido de que dedique su labor a mera producción de material gráfico para terceros. Un buen diseñador no es aquel que maneja una mayor cantidad de softwares, sino aquel que concibe ideas de manera proyectual y es capaz de otorgar sus conocimientos en pos de ideas innovadoras.

En términos de proyectos culturales, otra ventaja que tiene el diseño como disciplina es su formación en términos de comunicación. Así también lo afirma Rodrigo Jiménez, editor de la Revista del Magíster en Gestión cultural de la Universidad de Chile (Ver Anexo). El rol de las comunicaciones en este proceso, es de vital importancia. En este ámbito, podemos distinguir cuatro planos: el de las comunicaciones interpersonales, el de las comunicaciones sociales, el de las comunicaciones visuales y el de las relaciones públicas.⁵³

Comunicaciones interpersonales: Públicos para los cuales se trabaja y con los cuales el gestor cultural deberá estar permanentemente comunicado y los creadores culturales, es decir los artistas, científicos y técnicos que desarrollan con su trabajo la cultura de un determinado grupo humano y que son en definitiva los protagonistas del quehacer cultural.

Comunicaciones sociales: Se requiere un conocimiento de los medios de comunicación social con los cuales se puede contar, para la mejor y más amplia difusión de los proyectos y de los “productos culturales”

Comunicación visual o diseño gráfico: El diseño gráfico, permite la creación de una identidad visual del producto cultural. Pero, para que ello sea posible, se requiere que el trabajo de los diseñadores sea incorporado desde el comienzo en los niveles en los cuales se definen los conceptos y el fundamento de los proyectos culturales. Ello facilita e incentiva la capacidad creativa de los diseñadores, generando de este modo un verdadero sistema que permite que cada una de las instancias de comunicación visual potencie a las demás, reforzando de este modo su identidad y la imagen del producto. Por otra parte, no sólo puede ser integrado en la definición de la imagen y su aplicación en afiches, programas, invitaciones, catálogos, publicaciones en general, sino también en la ambientación de los eventos mediante el uso del color, la distribución espacial de los elementos, la hipergráfica, etc.

Relaciones públicas: Cumplen un rol fundamental en el manejo de los bancos de datos, organización de eventos, generación de instancias de vinculación y proyección de imagen de un determinado “producto cultural”.

Finalmente destaco el rol social del diseñador, pues lo considero un profesional íntegro capaz de trabajar de forma multidisciplinaria y en ámbitos que ayuden al desarrollo de la sociedad, como es el caso del área de Patrimonio Cultural, cubriendo sus necesidades. Al respecto, la Periodista y académica de la U. de Chile, Actualmente Directora General del Observatorio de Políticas Culturales, Bárbara Negrón, señala que **“los problemas que tenemos en el sector señalan desafíos bastante claros: aumentar los bajos índices de consumo cultural, fortalecer una industria creativa con poca participación en el mercado, proteger nuestro patrimonio y apoyar a los artistas que trabajan en difíciles condiciones, entre otros aspectos”**. Y estos desafíos se condicen con la motivación principal de este proyecto: rescatar y preservar el patrimonio cultural de la Provincia de Talagante.

“Y es que los problemas que tenemos en el sector señalan desafíos bastante claros: aumentar los bajos índices de consumo cultural, fortalecer una industria creativa con poca participación en el mercado, proteger nuestro patrimonio y apoyar a los artistas que trabajan en difíciles condiciones, entre otros aspectos”.⁵⁴

Bárbara Negrón
Periodista y académica de la Universidad de Chile.
Directora General del Observatorio de Políticas Culturales

⁵³ RODRÍGUEZ, Alejandro *“¿Es la gestión cultural una profesión?”* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.derejo.cl>

⁵⁴ NEGRÓN, Bárbara *“Nuevos Instrumentos para viejos desafíos”* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.derejo.cl>

3. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

3.1 Método

Para obtener la muestra de artesanos que se incluyen en el presente proyecto, se recurrió a la base de datos de la página web de la Corporación Cultural de Talagante, teniendo en cuenta la clasificación de las materias primas expuestas anteriormente y su ubicación geográfica (al menos dos artesanos por comuna).

Las técnicas empleadas para recoger la información de cada artesano fueron la **entrevista etnográfica** y la **observación participante**. Se visitó a cada uno de ellos, ya sea en sus casas o talleres y se indagó en términos de sus condiciones laborales, de sus procesos de creación y sus opiniones acerca del medio artesanal y cultural de la zona. La etnografía, definida como “un método de acercamiento que produce una observación detallada y profunda respecto de los comportamientos, creencias y preferencias de las personas, al observar e interactuar con ellas en su entorno real”⁵⁵, ha permitido hacerse parte de cada historia.

Al comenzar el levantamiento de información, las únicas artesanas de las cuales no se podía prescindir eran las loceras, por ser ícono de la actividad cultural de Talagante. Junto a ellas se logró reunir a otros doce artesanos que destacan tanto por la calidad de su técnica,

como por su ímpetu al desarrollar sus labores a diario. En estas visitas no sólo hubo instancias para la conversación, sino que además, en varios casos fue posible una directa participación en el desarrollo de la técnica. Esta observación participante fue clave al momento de comprender las complejidades de cada oficio, de manera de, posteriormente, poder transmitir a la comunidad el valor que cada uno de ellos posee.

Cabe destacar que cada materialidad utilizada por los artesanos talagantinos se condice con aquella detallada por Grandes Maestros del arte Popular de Iberoamérica, mencionadas anteriormente.

Como resultado de esta investigación, se creó para cada uno de los artesanos una reseña que incluye datos acerca de sus trayectorias, expertise, intereses y logros, además de incluir una descripción acerca de sus técnicas empleadas, como una manera de dar valor a la cadena productiva y al tiempo dedicado en la realización de cada obra que realizan.

Esta información está presente en cada página de estos trece artesanos que conforman Talagante al Expreso, como se detalla en el capítulo siguiente.



Tejiendo a Telar con Mariela Farfán (Entrelazando Colores)

⁵⁵ LAUREL, Brenda “*Design Research. Methods and Perspectives*” 2003 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.sts.rpi.edu/>



Forjando Fierro con Joselito Melo (Forjarte) Expo CATAM El Monte, 2015

3.2 Artesanos de la Provincia de Talagante



LOZA POLICROMADA Loceras Talagantinas

Desde hace seis generaciones, la familia Díaz Jorquera, oriunda de la comuna de Talagante, se dedica al desarrollo de este tipo de alfarería escultórica de gran sutileza, a pesar de su sencillez. Desde sus inicios hasta la actualidad, las loceras talagantinas han mantenido en cada figura un carácter costumbrista y/o religioso que representa las tradiciones populares chilenas y rescatado elementos característicos como celebraciones y personajes típicos que forman parte del patrimonio cultural chileno.

La cerámica policromada de Talagante tiene reconocimiento a nivel internacional, por ser un referente de la cultura latinoamericana, y puede ser encontrada en exposiciones permanentes y móviles, con las que han llegado incluso a Tokio. La más reciente es la exposición Grandes Maestros del Arte Popular de Iberoamérica del centro Cultural Palacio de La Moneda. Actualmente, son tres las loceras que continúan esta tradición familiar: Teresa Olmedo, Marisol Olmedo y María Olga Espinoza.



APALEARTE

Fermín Alarcón

Fermín Alarcón es un diseñador industrial talagantino, que desde temprana edad ha demostrado habilidades en el área artística. Motivado por el profesor Mario Soro, destacado artista visual chileno, conoció la técnica de la pirografía, la cual se convirtió en su prioridad por sobre cualquier otra, investigando y aprendiéndola de forma autodidáctica, complementándola con su profesión y sus habilidades en el dibujo. Es esta mezcla de conocimientos la principal característica de sus artesanías, que pueden ir desde un cuadro hasta aplicaciones más complejas en diferentes soportes, como muebles, instrumentos musicales, entre otros.

Más de 10 años de experimentación, la autogestión de sus propios instrumentos de trabajo y la exclusividad de ser el único artesano de la Región que domina esta técnica, avalan su calidad y la importancia de su trabajo, que ha sido expuesto en distintas comuna como Santiago, Zapallar, Cachagua y Maitencillo.

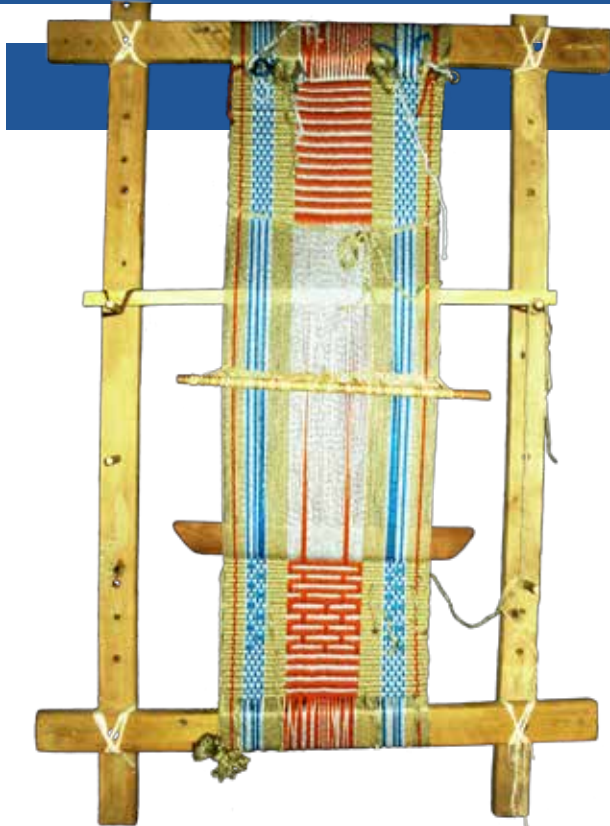


ARTERICLEON

Eric León

Eric León es un artista plástico y artesano talagantino. Su trabajo es tan variado como interesante, considerando además su aprendizaje autodidacta. Como artista plástico maneja técnicas desde lápices de colores, pasta, grafitos, carbonillos hasta la pintura, tanto realista como abstracta. En sus trabajos de artesanía, destacan sus tallados en diferentes materiales: cuescos, piedra, yeso, troncos y un largo etcétera que solo está limitado a su imaginación que convierte estos insumos que le otorga el entorno en piezas artesanales utilitarias (anillos, aros, colgantes, pulseras) y/o artísticas, demostrando un talento innato.

Viajero por excelencia, no se limita a un único lugar para ofrecer sus productos que lleva consigo a través de distintas ciudades, sobre todo en época estival. Actualmente realiza talleres de arte en el Centro de Alto Rendimiento Estudiantil de Talagante (Educaret).



ENTRELAZANDO COLORES

A la entrada de Malloco, comuna de Peñaflor, se encuentra el taller Entrelazando Colores, creado por Mariela Farfán, quien lleva años buscando instrucción de las distintas técnicas de tejido ya sea por medio de libros disponibles, cursos e incluso la misma fuente del saber: personas que han heredado sus técnicas a través de la tradición ancestral y que corren el riesgo de que su valioso conocimiento no sea perpetuado por generaciones posteriores.

Fascinada por las técnicas de telar mapuche que ha ido adquiriendo, está consciente de que aún existe una larga búsqueda y mucho por aprender sobre todo en el simbolismo del pueblo tras cada patrón y color. En paralelo a su constante instrucción se dedica a realizar talleres en los cuales pretende enseñar no solo las técnicas de telar que ha aprendido, sino también la historia y las tradiciones que se encuentran en éstas.



ESCULTURAS Constanza Mayo

Constanza Mayo vive en la comuna de Isla de Maipo. Estudió plan común de Arquitectura en la Universidad Finis Terrae, donde tuvo sus primeros acercamientos a la tridimensionalidad.

Posteriormente estudió licenciatura en Artes, mención escultura en la misma casa de estudios. Fue durante esta instancia que tuvo el encargo de realizar una escultura con algún material de desecho y al observar su entorno encontró uno que la acompaña hasta el día de hoy: el alambre. Desde entonces ha ido perfeccionando su técnica. Si al principio eran sólo árboles, actualmente es capaz de modelar prácticamente de todo. Un trabajo delicado y de gran belleza que ha sido expuesto en una gran cantidad de galerías de arte, incluido el Centro Cultural Palacio de la Moneda y que forma parte de la ornamentación de numerosos privados que han encargado sus obras.



FORJARTE Joselito Melo

Joselito Melo es un escultor de la comuna de El Monte. Es famoso por su artesanía única que mezcla fierro, (generalmente reciclado, incluso ocupa piezas de automóviles en desuso) con piedra para dar vida a diferentes personajes desde seres antropomorfos y objetos cotidianos, hasta impresionantes representaciones del mundo animal y de la mitología, como los dragones.

Actualmente posee un equipo de trabajo, Forjarte, que le ayuda en la producción y difusión de sus obras en distintos lugares donde los invitan a exponer. Es importante resaltar que, por la naturaleza de su trabajo, cada una de sus piezas es única e irreproducible; lo que asegura la exclusividad del producto y deja en incertidumbre sobre las futuras obras que se imaginarán y crearán.



GRECA DE AGUA Taller Cerámico

Esta agrupación nace desde un proyecto Fondart Línea Bicentenario en el año 2006, cuando Leonardo Briceño, profesor de Artes Visuales y ceramista de la UMCE reúne a las ceramistas locales Elvira Barrios, Fernanda Jara, Inés Huerta, Ximena Huerta, Natalia Daille y Griselda Olivares, conformando así el Taller Greca de Agua en la localidad de El Paico, comuna de El Monte. En el año 2011 se integra la ceramista Silvia Meller.

Taller cerámico Greca de Agua ha participado de diferentes exposiciones, destacando su presencia en ExpoCATAM que se realiza cada año en El Monte y el 2014 la Exposición "Del Paico a Rari, de la greda al crin", organizada por Codelco. Actualmente, realizan talleres de cerámica donde participan principalmente mujeres de la comuna de El Monte.

GUITARRAS BECERRA



Desde hace varias décadas que el luthier José Luis Becerra se dedica a la producción de instrumentos de cuerdas, en su local ubicado en pleno Camino Melipilla, a la altura de Padre Hurtado. El proceso que realiza Guitarras Becerra es completo, desde el moldeado y lijado hasta el ensamblado y el barniz de cada instrumento.

En un principio se dedicaba solamente a las guitarras, pero en la actualidad se dedica a la producción de distintos instrumentos de cuerda, metalófonos y algunos artículos decorativos de madera, lo que le ha permitido ampliar sus ventas a un segundo local en Estación Central y ser proveedor directo de varias tiendas de retail.

KAJAANT Orfebrería



Kajaant es una microempresa familiar que surge por el interés de ambos padres de familia, Andrea y Sebastián, por los objetos artesanales, sumado a un momento de dificultad económica. Ambos tuvieron la oportunidad de aprender el oficio de la orfebrería y comenzaron a crear piezas en su propio hogar. Actualmente instalaron en un rincón de su casa un mini-taller donde realizan sus creaciones para después venderlas en ferias y, durante las vacaciones, por diversas ciudades de Chile.

Cada una de sus piezas tienen algo del animismo característico de la zona y/o elementos de la naturaleza en forma y contraforma. Además, Andrea tiene conocimientos en crochet lo que le ha permitido experimentar, uniendo ésta técnica a las piedras preciosas.



MACRO MACRAMÉ

Genoveva Cerda

Genoveva Cerda, artesana de Isla de Maipo, es nieta de Zenon Huenchunao, desconocido artesano del reciclaje a pesar de haber creado el tradicional limpia-piés hecho de neumáticos que fue famoso a nivel nacional durante la década de los 80. Fue precisamente él quien inspiró a Genoveva a seguir este rubro.

Comenzó realizando aros y pulseras en macramé y durante mucho tiempo ha desarrollado la orfebrería, principalmente en plata. Pero durante el año 2014 realizó el curso de Diseño y mejoramiento técnico para la innovación en orfebrería en Universidad de las Américas. Fue en este contexto que debió reconocer su sello característico para sus productos y en esta búsqueda mezcló todo aquello que la inspiraba. Combinó las técnicas de orfebrería y macramé con aquello que su abuelo le inculcó: el reciclaje. Así nace MacroMacramé, las mismas técnicas que poseía del macramé, pero hecho con telas recicladas. El resultado fue un collar de gran escala, con gran elegancia y que evoca lo autóctono.



MIMBRES

Nelson Rojas

Desde hace más de 30 años, Nelson Rojas tiene su negocio de mimbres a un costado de Camino Melipilla, en el límite de Padre Hurtado con la comuna de Maipú.

Cuenta que gran parte de su clientela llega aquí por el recuerdo de aquellos años en que el camino a la costa se realizaba por esta ruta y así, entre la espera de interminables tacos, se enteraban de la existencia de este local. Es de pocas palabras, pero la belleza y calidad de su trabajo sumado a su extensa trayectoria hablan por sí mismas.

MUEBLES RÚSTICOS

Patricio Ramírez



Desde la comuna de El Monte, Patricio Ramírez y su equipo de trabajo cautivan cada lugar que visitan con sus muebles rústicos. Desde hace varios años, Patricio ha convertido la madera en su sustento. Realiza todo tipo de muebles, dependiendo de la imaginación y las posibilidades que le ofrece el corte de madera o las raíces que ocupa.

Lo que más recalca es que ninguna de sus creaciones es cien por ciento replicable. Lo dice como una desventaja, por no poder comprometerse con un cliente a crearle una pieza exactamente igual a la que exhibe y que en ese momento no puede adquirir. Sin embargo, esa característica de su trabajo es una de sus principales fortalezas: el cliente puede estar seguro de adquirir una pieza exclusiva. Junto con Joselito, se han convertido en clásicos de actividades culturales de la comuna montina y ha llegado a exhibir su obra en Expo Materia Prima de Casa Piedra.

SILVANA TELARES

Taller



En el año 2008, Silvana Jiménez, comienza a aprender técnicas de tejido en telar como una manera de agilizar sus procesos productivos, hasta entonces basados en el palillo y el crochet. Con el tiempo, sus mismas clientas insisten en adquirir sus conocimientos, lo que la lleva a dictar cursos de telar en la zona. A falta de insumos para sus alumnas, su marido Licenciado en Artes de la Universidad Católica comienza a crear telares con madera de roble reciclado, siendo estos una alta fuente de ingresos cuando comenzó a asistir a ferias artesanales y exposiciones. La primera de ella, en la que invirtió todo su capital, fue "Exposiciones de manualidades" del Hotel O'higgins, en la ciudad de Viña del Mar. Pero sin duda, la Expo Materia Prima de Casa Piedra ha sido su gran vitrina, trayéndole clientes hasta el día de hoy.

Actualmente posee un taller en el centro de Talagante, donde realiza cursos de telar y continúa con sus propias producciones. Además, aquí vende sus telares y lanas hiladas y teñidas por Carmen Gloria Pizarro (Lanas Kalpurem).

3. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

3.3 Gestión Cultural en la Provincia de Talagante

La Provincia de Talagante está compuesta por las comunas de Talagante, Peñaflores, Isla de Maipo, el Monte y Padre Hurtado. A escala provincial no existe algún plan de Gestión Cultural oficial y exclusivo que abarque simultáneamente las cinco comunas, sin embargo, existen actualmente varias instituciones y agrupaciones ciudadanas que realizan su trabajo en torno a la creación y desarrollo cultural de talagantino. La Gobernación Provincial de Talagante, actualmente dirigida por la Gobernadora Graciela Arochas Felber actúa como gestor en diversas actividades culturales en la Provincia de Talagante, estrechando lazos con las comunidades, especialmente con agrupaciones de la tercera edad y juveniles. Por su carácter institucional y su división administrativa territorial, es la única entidad local que actúa en la totalidad de la Provincia, aunque en los últimos años se ha impulsado el crecimiento de la Corporación Cultural de Talagante (TalaCultura), la cual, a pesar de pertenecer a la Municipalidad de Talagante, ha hecho registro de la actividad cultural tanto de la comuna como de zonas aledañas. Por otra parte, es la única institución que realiza un análisis de su gestión y propone planes de trabajo, los cuales son revisados en conjunto con la comunidad artística. En su informe de gestión del año 2013 se detalla su Programa de Apoyo al Artista Local, el cual está conformado por tres ítems: La formación y capacitación a Gestores Culturales, la implementación de Mesas Comunales por áreas artís-



Me gusta Compartir 0 Twitter

a a a

23 de abril de 2015

Gobernación de Talagante organizó exitosa jornada de "Fortalecimiento de redes culturales"

ticas y la generación de actividades de apoyo y difusión a artistas locales. Según sus propias palabras: *"El Patrimonio cultural es propiedad de cada uno de los habitantes de nuestra comuna, y es deber nuestro acercarlo, promoverlo, difundirlo y enseñarlo a las actuales generaciones, reconociendo por cierto la definición en el sentido amplio "que es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social" y que, más allá de las artes y de las letras, engloba los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias"*⁵⁶

Paralelamente a su labor de estrechar lazos con los artistas locales, también se han propuesto establecer contacto con otras entidades que trabajan en cultura, como una manera de fortalecer las redes culturales. Además de capacitar en Gestión Cultural, promueven la organización y agrupación de las distintas expresiones artísticas y la creación de audiencias, sobre todo en la primera infancia, acercando de esta forma las actividades culturales a la comunidad en general.

⁵⁶ Corporación Cultural de Talagante *"Informe de Gestión"* 2013 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.munitalagante.cl/gestion2013>



TalaCultura posee un sitio web oficial: www.culturatalagante.cl, el cual está enlazado directamente con la el sitio oficial de la Municipalidad de Talagante. En este portal aparece la oferta cultural del mes, las últimas noticias relacionadas con la cultura en la zona, registro de actividades realizadas y el directorio de artistas locales, con el que se trabaja directamente en el este proyecto. También están presentes en redes sociales, siendo facebook y twitter sus plataformas más relevantes, con las cuales mantienen contacto directo con la comunidad y les sirve de apoyo para difundir sus novedades.

Otros gestores culturales de la comuna de Talagante son los paticipantes de la Corporación Histórico Patrimonial Talagante, conocida también como ACAI. Esta agrupación es la creadora del sitio web Talagante mi Pueblo (www.talagantemipueblo.cl), en el cual se reúne información de Talagante, combinado con artículos históricos, fotografías de antaño y personajes típicos locales, entre otros. Poseen, además una página en facebook con cerca de 27.000 seguidores, en la cual se definen como un sitio web de educación. Sin embargo, en los últimos años su labor

se ha tornado más periodística que cultural. Por tener miembros directamente relacionados con bomberos de Talagante, ha tomado gran importancia el brindar información acerca de los accidentes y siniestros de la comuna, lo cual atrajo el interés de la comunidad por la necesidad de informarse sobre el acontecer en la zona. Con el tiempo se ha convertido en el principal medio informativo dentro de la Provincia, superando incluso a las radios locales, labor que, en mi opinión. se ha vuelto más importante para la comunidad que aquella que fuese su primera motivación.

3. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN | Gestión Cultural en la Provincia de Talagante



The screenshot shows the website for ACAI (Asociación Cultural de Talagante). The header features a large landscape image of Talagante and the ACAI logo. Below the header is a navigation menu with 'Inicio', 'ACAI', and 'Contacto'. The main content area is divided into two columns. The left column contains two article entries: 'Violeta Parra en "El Trapiche" Peñaflores 1950' and 'Panadería "La Espiga de Oro" y Los Hermanos Brancoli (Fotos del Recuerdo)'. The right column contains a search bar, a 'Buscar' button, and two sections: 'Entradas recientes' and 'Comentarios recientes'. The 'Entradas recientes' section lists several articles, including 'Violeta Parra en "El Trapiche" Peñaflores 1950', 'Panadería "La Espiga de Oro" y Los Hermanos Brancoli (Fotos del Recuerdo)', 'Juan Perilla (Don Chindo) El Vendedor de Tortillas', 'Talagante La Capital Nacional del Folclore', and 'Galería del estadio Lucas Pacheco 1985 (Fotos del Recuerdo)'. The 'Comentarios recientes' section shows a comment by 'erika shumada perilla en Juan Perilla (Don Chindo) El Vendedor de Tortillas'.



The screenshot shows the Facebook page for 'Talagante Mi Pueblo'. The page header features a large landscape image of Talagante and the text '¡Bienvenidos a Talagante mi Pueblo!'. Below the header is a navigation menu with 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'Videos', and 'Más'. The main content area is divided into two columns. The left column contains a profile picture, the name 'Talagante Mi Pueblo', and the text 'Sitio web de educación'. The right column contains the ACAI logo and a 'Crear página' button. Below the main content area is a section for 'Publicación' and 'Foto/video'. The 'Publicación' section shows a post by 'Cecilia González Leyton y 23 amigos más' with the text 'Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página'. The 'Foto/video' section shows a post with the text 'Escribe algo...'. The bottom right corner of the page shows a 'Reciente' section with the years 2015 and 2014.

Pero la Gestión Cultural no sólo está presente en entidades talagantinas. Las otras cuatro comunas también tienen organizaciones culturales - municipales y/o ciudadanas - que están atentas al quehacer cultural del lugar al que pertenecen. En la comuna de El Monte, una de las nueve comunas de la Región Metropolitana que validan sus planes de cultura con la comunidad, destaca la Corporación Cultural San Francisco de El Monte, la cual depende directamente de la gestión Municipal y el Centro Cultural El Monte con Huesillos. Éste último es una agrupación independiente de jóvenes montinos creada a partir de un curso de Gestión Cultural dictado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, el año 2012, cuyo objetivo de visualizar la importancia del patrimonio histórico local y el patrimonio natural de la comuna de El Monte.



naturalia
MUNDUS SPIRITUALIS

EN A COMPARTIR ESTE RECORRIDO POR LAS ILUSTRACIONES DE
PATRICIA INDA

CCultural El Monte
(La Casona Turquesa)

Amigos 9 amigos en común

Biografía Información Amigos 9 amigos en común Fotos Más ▾



Centro Cultural El Monte con Huesillo

EL MONTE CON HUESILLO

Inicio

Casa de Los Huesillos

Quiénes Somos

Mesa de Estudios Centro Cultural

BiciPaseo El Monte

Cicloruta Recorrido Ferroviario por El Monte Parte I
— 22 SEPTIEMBRE, 2015

Anteriormente hemos tenido la oportunidad de mostrar distintos lugares de nuestra querida comuna (Flora y Fauna, Paseo Riberello), espacios públicos que a pesar de estar algo dañados por la mano del hombre, todavía guardan en sus rincones paisajes dignos de visitar y recorrer. En esta oportunidad en el marco del proyecto impulsado por el Preuniversitarios... [Sigue leyendo](#)

Publicado en Agrupaciones, Memoria Local, Patrimonio Histórico, Proyectos, Riberello, Etiquetado Actividad, Bicisismo, El Monte, Estación de El Monte, Historia Local, Memoria

Preuniversitario Social y Centro Cultura El Monte Con Huesillo presente en Feria de la Juventud El Monte 2015
— 18 AGOSTO, 2015

Originalmente publicado en Preuniversitario Social San Francisco de El Monte: El sábado 15 de agosto, nuestro Preuniversitario Social se hizo presente en la Feria de la Música y Juventud realizada en Plaza Independencia de la comuna con el objetivo de conmemorar un nuevo aniversario del "Día del Rock Chileno" que en distintas partes del país...

Publicado en Agrupaciones, Etiquetado Preir San Francisco

BUSCADOR HUESILLOS

Buscar ...

CENTRO HUESILLOS TWITTER

Anteriormente hemos tenido la oportunidad de mostrar distintos lugares de nuestra querida comuna (Flora y Fauna... [fb.me/5LXMMdEO](#) 3 días ago

[fb.me/1GvRbbCwa](#) 4 días ago

Fin de semana post terremoto, full 18, fin de semana de aparatos Comparte lo 18 Admin diego [fb.me/4gt8UxNI](#) 1 week ago

Nuestra apoyo y fuerza a todas las personas afectadas por el Terremoto. Circulen con cuidado y precaución en... [fb.me/7upN16zBH](#) 1 week ago

Nuestro Querido río desconocido en nuestra tierra. [fb.me/4oves14gs](#) 1 week ago

ARTICULOS ACTIVIDADES

Cicloruta Recorrido Ferroviario por El Monte Parte I

3. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN | Gestión Cultural en la Provincia de Talagante



En las comunas de Peñaflor, Padre Hurtado e Isla de Maipo la labor cultural está representada por el Centro Cultural La Llave, el Centro Cultural y de Emprendimiento y la Corporación Cultural de Isla de Maipo, respectivamente. De estas organizaciones municipales, la que tiene mayor actividad en los medios es la isleña, principalmente por las actividades de tipo agrícolas que se realizan en esta comuna: fiesta de la vendimia, rutas culturales del vino, visitas agrícolas a centros de apicultura, entre otras. Los centros culturales de Peñaflor y Padre Hurtado, por su parte, mezclan la Gestión Cultural con labores comunitarias, como prestar espacios para juntas vecinales, actividades deportivas y ceremonias municipales. Aún así, constantemente realizan talleres orientados a la comunidad y realizan actividades de esparcimiento que son valoradas y atraen a una gran cantidad de gente.

En cuanto a su presencia en los medios, La Corporación Cultural de Isla de Maipo constantemente difunde informaciones sobre nuevas actividades a través de su sitio web (www.cultura.islademaipo.cl) y sus cuentas en Twitter y Facebook. Tiene mayor presencia, en comparación del Centro Cultural La Llave, quien promociona sus quehaceres sólo a través de Facebook y que el Centro Cultural y de Emprendimiento de Padre Hurtado que no tiene una presencia independiente en la web y depende totalmente de la gestión municipal.



ISLA DE MAIPO
Corporación Cultural

- Concursos
- Actividades
- Escuela de Música
- Escuela Danza y Teatro

TEATRO
Revista Nuestra Cartelera

CARTELERA TEATRO EN ISLA DE MAIPO

2015 CONCURSOS Culturales
BASES EN:
VIDEO
FOTOGRAFÍA
PINTURA
LITERATURA

Bienvenidos
La corporación cultural de Isla de Maipo tiene como objetivo central la promoción y difusión del arte y la cultura en sus diversas manifestaciones, estimulando la participación de la comunidad en actividades que fortalezcan el desarrollo cultural y la recreación de todos los habitantes de la Comuna.

Se hizo amigo(a) de Daniel Calquin Rojas y 249 personas más

Vive en Isla De Maipo, Region Metropolitana, Chile

De Isla De Maipo, Region Metropolitana, Chile

Nació el 1 de enero de 1990

AMIGOS · 1648 (4 amigos en común)

Shaloide Bass

Radio Progreso Talagante

Horacio Pino Sanhueza

Ventas Islita

Camping Millantú

Ecos IsladeMaipo

Cultura Isla de Maipo
23 de septiembre a las 18:19 · 🌐

Duo Catrumano de Brasil, se presenta en el Festival Internacional de Guitarra ENTRECUERDAS, el sábado 10 de octubre a las 19:30 horas en el Salón Parroquial, de Isla de Maipo. no te lo pierdas, entrada liberada.

Chorosa - Duo Catrumano - instrumental de viola caipira
Duo Catrumano tocando Chorosa (Rodrigo Nali)

YOUTUBE.COM

Me gusta Comentar Compartir

A 7 personas les gusta esto.

Compartido una vez

Escribe un comentario...





ANÁLISIS

4. CONCLUSIONES PRELIMINARES

4.1 De los Artesanos

Tras la entrevista realizada a cada uno de los trece artesanos seleccionados para este proyecto, se logró recoger cifras relacionadas a su actividad cultural y a la manera en que la desempeñan, de las cuales se desprenden conclusiones claves para el desarrollo de Talagante al Expreso.

Como se aprecia en la *Figura 6*, nueve de los trece artesanos entrevistados se dedica de forma exclusiva a la creación artesanal, siendo ésta su único sustento económico. En tanto, los otros cuatro mezcla su oficio artesanal con otras actividades económicas. En este sentido, las realidades son variadas. En algunos casos la actividad no-artesanal corresponde a una profesión u oficio desarrollado en forma paralela y complementaria a su labor como artesano(a). En otros casos más extremos, la actividad no-artesanal responde a la necesidad inmediata de aumentar sus ingresos y que no tiene relación alguna siquiera con actividades de creación. En lenguaje coloquial, “no le alcanza” para vivir sólo con su oficio como artesano(a) y debe trabajar en lo que se presente.

De aquellos que declararon dedicarse netamente a la producción artesanal, como se aprecia en la *Figura 7*, seis poseen un local establecido donde ofrecer sus productos. Los otros siete artesanos recurren, para vender sus productos, a ferias artesanales tanto dentro como fuera de la Provincia y al comercio ambulante. Eric León y Kajaant son quienes más experiencia tienen con respecto a ofrecer sus productos en la vía pública. Con este método han recorrido distintas ciudades de Chile, principalmente en época estival.

Fig.6 Número de Artesanos que realizan otras actividades



Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de la entrevista realizada a cada artesano.

En cuanto a la forma de contacto que tiene cada artesano con sus clientes, como se aprecia en la *Tabla 1*, y particularmente acerca de su presencia en el ciber espacio, se puede concluir que aquellos artesanos que más tradición tienen en el ámbito artesanal tienden a no poseer su espacio, sobre todo en redes sociales. Este es el caso, por ejemplo, de Mimbres Nelson Rojas y Guitarras Becerras, dos locales clásicos de Camino Melipilla cuyo contacto se limita a un número telefónico y, sólo en el segundo caso, de correo electrónico. En otros dos casos, el de las Loceras y de Joselito Melo (Forjarte) se ha recibido apoyo a nivel municipal, quienes les han facilitado sitios web oficiales, de los cuáles poco conocimiento tienen, incluso sobre su funcionamiento.

En el caso de aquellos artesanos que son más contemporáneos, han comprendido el valor y la necesidad de ofrecer sus productos de manera cibernética. La mayoría recurre a Facebook, básicamente porque

Tabla 1	Loza Policromada	Apalearte	Artericleon	Entrelazando Colores	Esculturas Constanza Mayo	Forjarte
		●	●	●	●	
			●			
	●				●	●
	●	●	●	●	●	●
	●	●	●	●	●	●

Fig.7 Número de Artesanos que poseen negocio(local) propio



a nivel local la participación ciudadana en este medio es alta (como puede comprobarse en sitios de comunidad como Talagante mi pueblo y los grupos de compra, venta y permuta) y, por otra parte, tienen la posibilidad de crear su propio espacio de manera gratuita, en la cual pueden incluir material gráfico y llegar a una gran cantidad de gente. En algunos casos, como en el de Constanza Mayo, Entrelazando Colores y Macro Macramé, su resultado es totalmente aceptable, lo cual se condice con una constante actualización. Sin embargo, en la mayoría de los casos no existe un plan de trabajo para autodifundirse. Si bien la participación de la comunidad en redes sociales es alta, crearse un nombre dentro de ella, una audiencia fiel y por ende concretar transacciones requiere de mucho tiempo.

Para efectos de este proyecto, se apela a la creación de un conjunto. Si se presenta a cada uno de ellos como un ente diferente, pero a la vez que está a la par en importancia en relación a sus compañeros se pue-

de generar interés en la comunidad de conocerlos uno a uno. En otras palabras, aquellos que han conseguido ya una audiencia permanente pueden actuar como puente para que se den a conocer otros artesanos de la zona que, probablemente sean tan interesantes e importantes como aquel que ya conocían. En la otra dirección, aquellos que son más “nuevos” dentro de este mundo pueden beneficiarse de la tradición que otorgan aquellos que tienen más años de experiencia. En el fondo, la idea es crear una red artesanal donde se potencien todos entre sí.

Para el desarrollo de este proyecto, se exponen las siguientes conclusiones preliminares, las cuales sirvieron de guía para decisiones futuras:

- Los espacios virtuales le otorgan un carácter “oficial” y de tradicionalidad a los artesanos.
- Datos como dirección, e-mail y números telefónicos suelen ser compartidos sólo a través de tarjetas de presentación y no están disponibles en la web.
- En la mayoría de los casos para lograr una venta de sus productos requieren de espacios administrados por otras personas.
- Facebook es una plataforma importante de difusión para los artesanos locales.

Greca de Agua	Guitarras Becerra	Kajaant	Macro Macramé	Mimbres Nelson Rojas	Muebles Rústicos Patricio Ramírez	Silvana Telares
●		●	●			●
●	●	●	●		●	●
●	●	●	●	●	●	●

4.2 De la Gestión Cultural en la Provincia

En relación al análisis de la Gestión Cultural de las organizaciones presentes en la Provincia de Talagante, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- **Existe una incipiente, pero permanente preocupación a nivel gubernamental por fortalecer las redes culturales:** Las instituciones comprenden que estrechar lazos entre las comunidades artísticas y los gestores culturales es de suma importancia para obtener buenos resultados y que éstos tengan impacto a nivel comunitario. Del mismo modo, se otorga valor al trabajo que, de forma independiente, cada artista ha realizado a lo largo de su trayectoria. La Gestión Cultural se establece como un apoyo a lo que ya existe, sin imponer nuevos parámetros, sino que perfeccionando lo que ya existe.
- **Hay una oferta importante para capacitar a la comunidad en Gestión Cultural:** Las instituciones ofrecen capacitaciones en Gestión Cultural, como una forma de integrar nuevas ideas que tengan directa relación con la propia comunidad. El empoderamiento de la gente hacia el desarrollo de proyectos que aporten al desarrollo de la comuna/provincia permite una mirada desde el punto de vista de los ciudadanos, de conocer sus propias inquietudes y es una forma de no perder la identidad local.
- **La difusión en medios virtuales potencia la participación ciudadana y ayuda en la difusión de actividades culturales, abarcando una gran cantidad de gente:** Agrupaciones comunitarias como Talagante mi Pueblo y el Centro Cultural El Mone con Huesillos, son un ejemplo de Gestores Culturales independientes. En ambos casos la participación ciudadana, de gente que desea conocer más acerca del Patrimonio Cultural Local y que se siente parte de estas tierras con plena identidad, es considerablemente alta. Paralelo a ello, pero en una organización menos formal, existen comunidades de compra, venta y permuta (Mercado Negro Talagante, Peñaflor compra, vende permuta, etc) y otras donde se debate el acontecer político y social de la zona como por ejemplo las agrupaciones de Facebook “Peñaflor quiere un cambio” y “Mocital (Movimiento Ciudadano Talagante)”. Estas agrupaciones, si bien no son culturales, de igual forma demuestran el interés de las propias personas por poseer espacios comunitarios dentro de la red social, además de su interés por participar en comunidad del acontecer de la zona, la preocupación por situaciones que la aquejan y la colaboración, al compartir información.
- **Existe una gran preocupación por difundir la cultura local y salvaguardar el Patrimonio Cultural de la zona.** Cada una de las instituciones coincide en que la riqueza cultural que le otorgan las tradiciones del mundo rural a la zona es una característica que debe ser preservada y compartida con otras comunidades. En torno a esta idea desarrollan muchas de sus actividades y son un gran atractivo tanto para la gente de la Provincia como para visitantes externos.

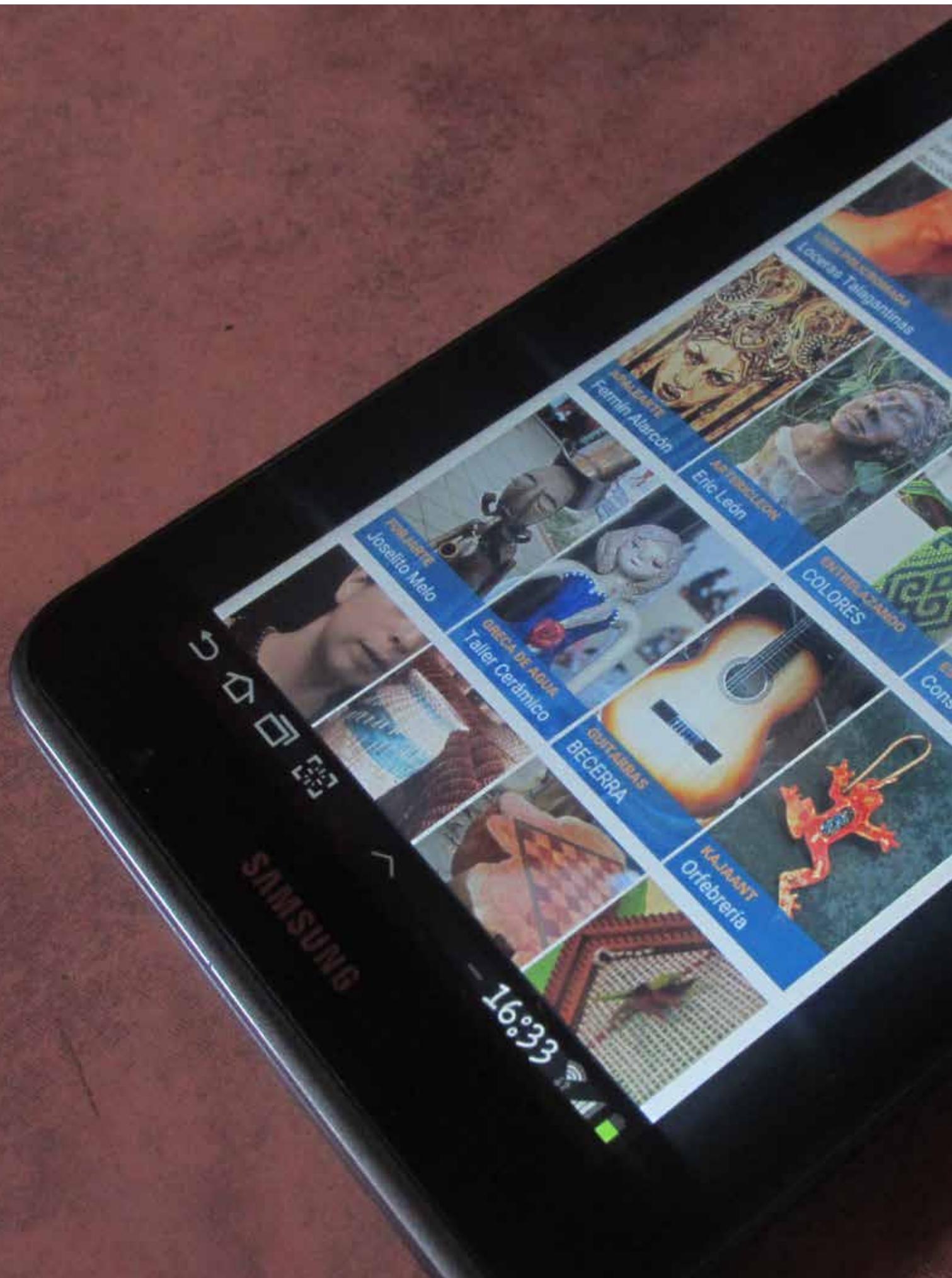
4.3 Del Cruce

Al considerar ambos ítems analizados, se ha podido comprobar de manera empírica la necesidad de mantener vivo el Patrimonio Cultural de la Provincia de Talagante. Para el caso del presente proyecto y en relación a los trabajadores culturales se ha verificado que están presentes de manera activa, en su mayoría dedicando parte importante de su tiempo en el desarrollo de sus actividades. El medio de los artesanos provinciales en los últimos años y, principalmente de la mano de la Corporación Cultural de Talagante ha sido reforzado, haciendo énfasis en su importancia dentro del desarrollo cultural de la zona.

Los espacios para realizar un proyecto de Gestión y/o Mediación Cultural se encuentran totalmente a disposición de la ciudadanía, lo cual facilita y motiva a concebir nuevas ideas en dicho ámbito.

No obstante, y tal como se infirió en un comienzo, es preciso fortalecer las redes existentes entre los artesanos y crear un conjunto que funcione como una unidad con un fin en común. La mayor necesidad de los artesanos locales es lograr que la gente llegue a ellos. Muchos poseen los espacios, el talento y la trayectoria para poder vivir de su oficio, y de paso ser un aporte al capital cultural local, pero la falta de recursos y la baja retribución a su labor hacen que su ímpetu se agote y opten por realizar otros tipos de actividades. Por otra parte, aquellos que poseen más trayectoria no están presentes en la web ni en redes sociales, donde las organizaciones realizan una extensa labor en torno a las actividades culturales y que es su medio de contacto más directo y efectivo a la hora de difundir sus iniciativas. Esto limita considerablemente su audiencia, convirtiéndose en algunos casos, en artesanos de difícil acceso para la propia comunidad o directamente, desarrollan su trabajo en total anonimato, dependiendo del "dato" y la memoria colectiva.

Finalmente, se concluye que, a pesar de los esfuerzos que realizan estas instituciones, abarcar el área Provincial es complejo a la hora de dar a conocer la cultura. Por este motivo, el presente proyecto propone actuar en los medios donde la comunidad se convoca y "consume cultura", para no solamente hablarles acerca de los trabajadores culturales mediante notas periodísticas de carácter histórico como las que suelen realizarse, sino también presentarles su obra, resaltar sus cualidades, facilitar el contacto directo y difundir sus actividades, como una forma de acercarlos a la gente, integrarlos en el saber popular, valorar sus conocimientos y relacionarlos con eventuales clientes. En definitiva: **crear audiencias**, que reconozcan, identifiquen y valoren a los trabajadores culturales de la Provincia de Talagante.



LOTERIAS TALAGAMINAS

FERRÍN ALARCÓN

ERIC LEÓN

JOSEFITA MELO

TALLER CERÁMICO

COLORES

GUITARRAS BECERRA

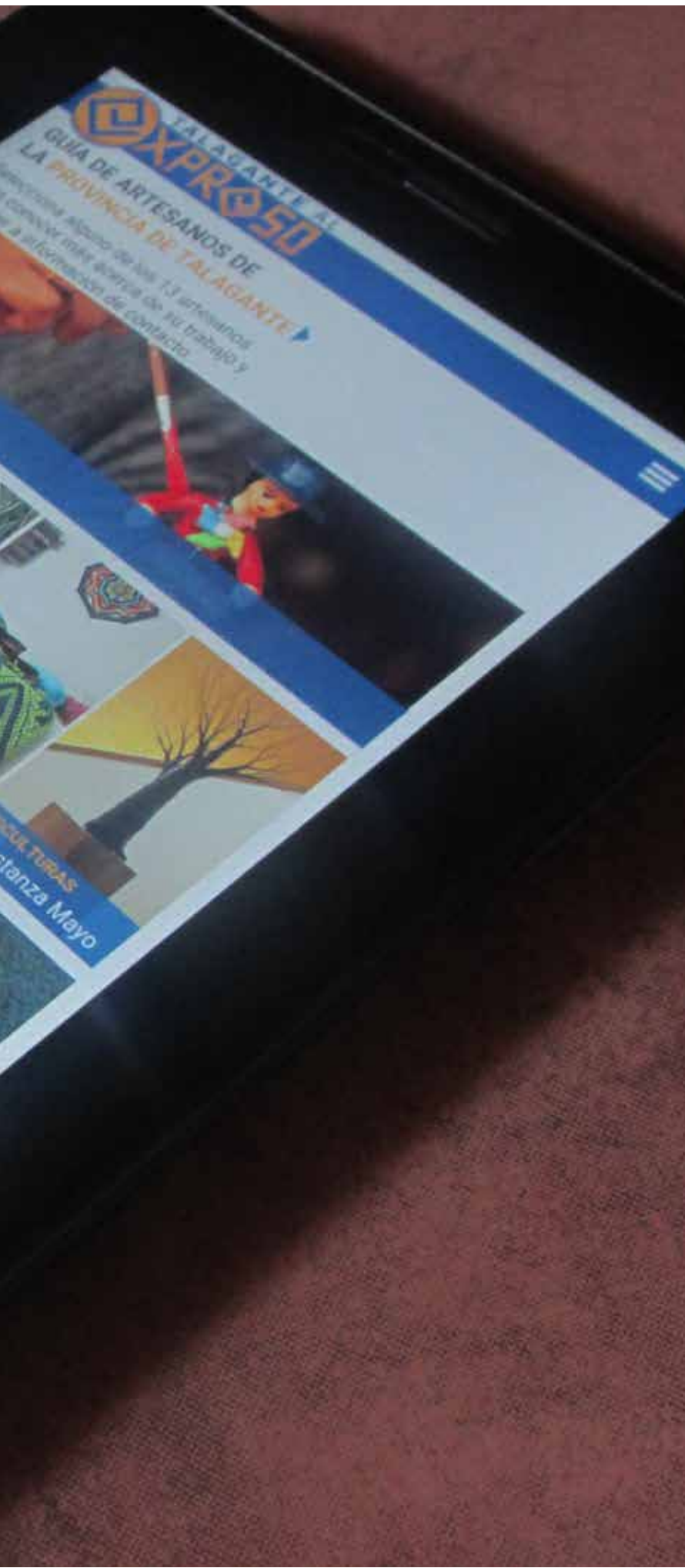
ORFEBRERÍA KAJARANT



SAMSUNG

16:33





EL PROYECTO

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

5.1 Descripción

Como se ha planteado en los puntos anteriores, existe una problemática entre los productores culturales locales dada la necesidad de abarcar una audiencia mayor, no sólo a nivel local. Por otra parte, la puesta en marcha del proyecto de Grupo EFE Metrotrén Santiago-Melipilla se observa como una oportunidad de diseño, de utilizarlo como plataforma de difusión de las actividades culturales de la zona.

El proyecto “Talagante al Expreso” corresponde a una **plataforma web responsiva** creada como apoyo a la página web Talacultura, perteneciente a la Corporación Cultural de Talagante. Su finalidad es difundir el direc-

torio de artistas locales de la Provincia de Talagante tanto a la propia comunidad talagantina, como a los eventuales turistas que traería a la zona la puesta en marcha del proyecto Metrotrén Santiago-Melipilla.

En esta etapa se ha reunido a 13 artesanos de la zona, considerando el carácter icónico de Loza Policromada Talagantina. Cada uno de ellos tiene su propio espacio dentro del sitio, dónde se destaca su trayectoria, su técnica empleada y sus creaciones. Por otra parte, se incluye toda su información de contacto y ubicación, integrando una ruta de “Cómo llegar”, simulando cómo sería el acceso a ellos si el proyecto Metrotrén estuviera ya en funcionamiento.

¿Qué?

Plataforma Web Responsiva, con programación HTML5 que sirva de “Vitrina Virtual” para los artesanos de la Provincia de Talagante.

¿Por qué?

- Dado el poco conocimiento por parte de la comunidad sobre los artesanos de la Provincia.
- Los artesanos requieren de una mayor difusión de su trabajo, para que éste sea más efectivo.
- La llegada del Metrotrén y el desarrollo de los medios de comunicación masivos son una oportunidad de compartir información de una forma extremadamente rápida.

¿Para qué?

- Atender la necesidad de los artesanos de mostrar su oficio en un medio actual y eficiente, posibilitando un mayor desarrollo económico, que los mantenga activos como parte de nuestro Patrimonio Cultural.
- Dar a conocer una alternativa cultural de la Provincia tanto a los habitantes de ésta como a eventuales turistas y/o interesados.

¿Dónde?

- Dentro de la Provincia de Talagante.
- Dentro de las comunidades de Gestión Cultural de la zona.
- En medios que se especialicen en la difusión del trabajo de artesanos nacionales.

¿Para quiénes?

- Benefactores: Los artesanos, al aumentar sus posibilidades de llegar a una mayor cantidad de público y probables clientes. Además, se resguardan sus oficios en un medio digital como registro y catastro, el cual pueden utilizar para auto-difundirse.
- Usuarios: Habitantes de la Provincia de Talagante y los futuros usuarios del Metrotrén.

5.2 Usuario

En este proyecto es posible distinguir dos tipos de usuarios: por una parte los habitantes de la Provincia de Talagante y, por otra, los futuros viajeros que traerá consigo la puesta en marcha del Metrotrén Santiago-Melipilla.

Para ambos casos, los medios digitales juegan un rol importante. En el caso de los habitantes de la Provincia de Talagante, como se detalló anteriormente, las organizaciones de Gestión Cultural de la Provincia tienen una clara tendencia a la utilización de redes sociales, lo cual deja en evidencia la alta utilización de estos medios por parte de la comunidad talagantina.

En relación a los futuros usuarios del Metrotrén Santiago-Melipilla, a pesar de que no es posible hacer un estudio real actualmente, si existen datos que entrega la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile con respecto a la utilización de internet móvil en los últimos años, la cual ha tenido un considerable aumento, con un crecimiento anual del 25,4% y 2,3 millones de nuevos accesos. Del total de accesos a internet a nivel nacional, el 77,8% se realiza a través de tablets, notebooks y smartphones. En el caso de los accesos móviles, un 92,8% se realiza sólo a través de smartphones, según indicó el último informe estadístico difundido por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel)⁵⁷

Con respecto a los usuarios y las algunas decisiones importantes para el desarrollo de este proyecto, cabe señalar lo siguiente:

- El Sitio Web Talagante al Expreso debe poder ser visualizado tanto en los dispositivos de internet convencionales como en aquellos que utilizan internet móvil (tablets y smartphones), lo que también se conoce como Diseño Responsivo (*Responsive Design*).
- El alto uso de internet móvil, principalmente el de smartphones es una tendencia que también se ve reflejada en su uso en los medios de transporte de la Provincia, por lo que utilizar las instalaciones de Metrotrén a futuro es una opción totalmente viable.
- Entre los viajeros del Metrotrén, podrían venir turistas de origen extranjero, por lo que es preciso tener una versión del sitio en inglés, idioma que es mucho más universal que el español.



⁵⁶ Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile "Penetración de Internet en Chile alcanza los 64,2 accesos por cada 100 habitantes" 2015 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.subtel.gob.cl/>

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

5.3 Etapas del Proyecto

5.4 Equipo de Trabajo⁵⁷



⁵⁷ Equipo de Trabajo ideal para el Desarrollo de este Proyecto convocado para sus próximas etapas. Cabe resaltar que para el desarrollo de esta primera etapa, de los artesanos, el trabajo de investigación, entrevistas, registro y diseño es totalmente propio. También realicé la programación del sitio con colaboración de Luis Emilio Contreras. Los textos en inglés son traducción de Jorge Campusano.

5.5 Alianzas Estratégicas

Una parte importante del presente proyecto es el apoyo institucional. Al ser una iniciativa de Gestión Cultural, es preciso contar con instituciones que otorguen su apoyo como patrocinadores (Ver Anexo Cartas de Patrocinio). Por otro lado, es necesario contar con ayuda en la difusión y viralización en redes sociales, para lo cual se acudió a algunos gestores culturales que realizan labores similares. A continuación se presenta el detalle de Patrocinadores y “páginas amigas” de Talagante al Expreso.

PATROCINADORES	
 <p>Gobernación Provincia de Talagante</p>	<p>Como Talagante al Expreso es un proyecto de carácter Provincial se ha solicitado el Patrocinio de la Gobernación Provincial de Talagante, uno de los Gestores Culturales gubernamentales de la zona.</p>
	<p>Una de las motivaciones de Talagante al Expreso ha sido mejorar la base de datos de artistas locales que posee TalaCultura. Por otra parte, el trabajo constante de la Corporación y su esfuerzo por salvaguardar el Patrimonio local se condicen con los objetivos de este proyecto.</p>
	<p>La oportunidad de Diseño de Talagante al Expreso es la puesta en marcha del Metrotren Santiago - Melipilla, por lo que contar con el respaldo institucional de GrupoEFE es clave para considerarlos una plataforma de difusión cuando esté implementado el servicio de transporte.</p>
PÁGINAS AMIGAS	
	

6. MARCO PROYECTUAL

IKUNA
Basado en
MANOS REALES

Buscas un artículo especial?

Qué es Ikuna | Emprendedores | Comienza a Vender

0

OFERTAS DECOHOGAR MUEBLES BELLEZA ESPECIALES GOURMET JOYERÍA HOMBRE MUJER NIÑOS

Oferta de la semana !!

2 productos Doña Vicky por \$6.800

Precio referencia : \$8.000

Inicio | Institucionalidad Corporativa | Nuestras Tiendas | Contacto

Extensión | Exposiciones | Proyectos Especiales | Nuestros Artesanos | Catálogo | Noticias | Prensa

PROYECTOS PRODUCTOS COLABORACIONES CONTACTO

made in MIMBRE
BY THE ARTISAN HOUSE

6.1 Referentes

Referentes de Sitios Web de artesanías:

IKUNA: Por su aporte a la Gestión Cultural. Aunque su orientación es más cercana a la comercialización de los productos, de igual manera es un aporte al Patrimonio Cultural, al otorgarle valor agregado a los productos que expone como piezas exclusivas.

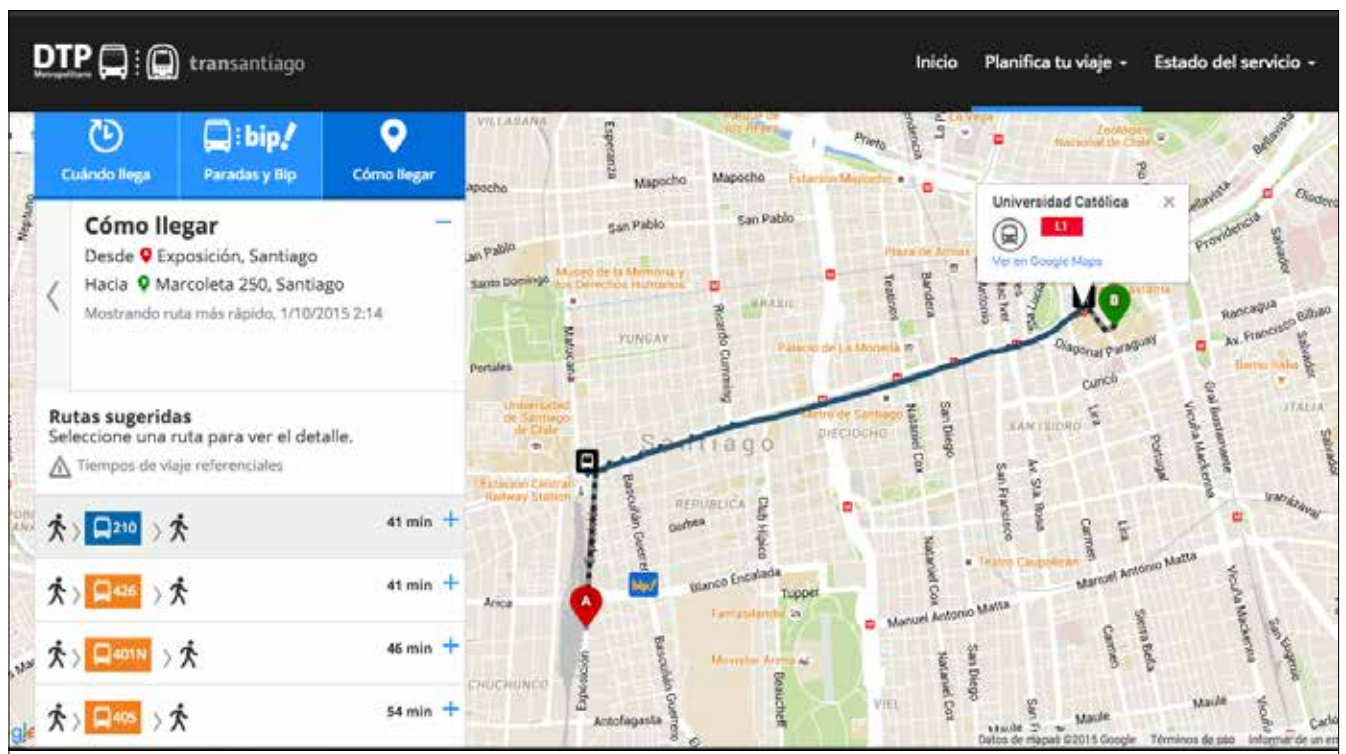
Fundación Artesanías de Chile: Por su carácter patrimonial y el rescate de las técnicas artesanales, además de su labor de difundir las actividades de cada artesano a nivel nacional.

Made in mimbre: Al igual que Fundación Artesanías de Chile se enfoca en el rescate de la técnica, en particular del mimbre. Pero a esto le suma la innovación, creando objetos de diseño con colaboración de destacados diseñadores.

Referentes de Sitios Web de geolocalización:

Waze: Por ser una aplicación móvil, es un referente a la hora de pensar en rutas visualizadas en smartphones.

Transantiago: En concreto su servicio “¿Cómo llegar?”, que mezcla diferentes medios de transportes capitalinos para entregar una (o varias) rutas sugeridas para que el pasajero llegue a su destino. En este referente es destacable el uso de simbologías y el detalle simple de la ruta, además de procurar entregar rutas de fácil seguimiento, pensando en el usuario, en este caso el pasajero. Por otra parte, al tratarse también de un medio de transporte, tiene estrecha relación con el Metrotrén Santiago-Melipilla.



6. MARCO PROYECTUAL

6.2 Diseño General

6.2.1 Código Cromático








La selección de color para el presente proyecto fue realizada en base a dos criterios. En primer lugar, a "Talagante al Expreso" se le pueden otorgar tres acepciones: Noticias al instante, alusión al metrotrén y café expreso. En segundo lugar el contenido cromáticamente potente que posee el sitio web.

Al tomar en cuenta el primer criterio, se decidió hacer alusión directa a Grupo EFE utilizando sus colores corporativos, del mismo modo que lo hacen empresas asociadas a ellos, como es el caso de Tren Central.

En cuanto a la alta presencia de diversos colores dentro del contenido del sitio (en la loza policromada y los artesanos textiles, por ejemplo), se definió que el fondo del sitio fuera de color blanco, de manera de no interferir en una óptima visualización de las obras de los artesanos.

Finalmente, y para hacer una diferenciación con respecto a Grupo EFE, el color corporativo principal de Talagante al Expreso es el azul y no el anaranjado, como el del primero.

Fig.8 Paleta Cromática

	#000000	CMYK
	#f7931d	0 - 50 - 100 - 0
	#fbaf32	0 - 35 - 90 - 0
	#ffffff	0 - 0 - 0 - 0
	#504d4f	65 - 60 - 55 - 35
	#1268b2	90 - 60 - 0 - 0
	#295baa	90 - 70 - 0 - 0



The screenshot shows the website interface for 'Talagante al Expreso'. At the top left is the logo for 'GRUPO EFE'. A navigation bar contains links: 'EMPRESA', 'LA VÍA', 'SEGURIDAD', 'PROYECTOS', 'LICITACIONES', 'SALA DE PRENSA', 'GRUPO EFE', and 'PORTEADORES'. Below this is a secondary navigation bar with links: 'CONTÁCTANOS', 'PREGUNTAS FRECUENTES', 'SITIOS DE INTERÉS', 'REGISTRO DE PROVEEDORES', and 'CONDICIONES CONTRACTUALES'. The main content area features a large header for 'SEGURIDAD DE LOS FERROCARRILES DEL ESTADO'. Below the header, there is a sub-header 'INTRODUCCIÓN' and a paragraph of text. A sidebar on the left contains a list of links: 'INTRODUCCIÓN', 'PLAN GENERAL DE SEGURIDAD OPERACIONAL 2011 - 2014', and 'PREVENCIÓN DE RIESGOS'. The background of the page shows a blurred image of a train.

6.2.2 Código Tipográfico

La tipografía seleccionada para el desarrollo web de Talagante al Expreso corresponde a la familia 'Roboto'. Creada por el diseñador de interfaces de Google, Christian Robertson, es la tipografía diseñada para los sistemas operativos Android 4.0. Entre los motivos que han llevado a esta elección se encuentra, en primera instancia, su licencia libre, desde la plataforma Google Fonts. Por otra parte, Matías Duarte, considerado como el mejor en el campo de la usabilidad móvil, explica que: "Esta fuente fue pensada para pantallas con resoluciones menores que las pantallas HD que nos encontramos el día de hoy. (...) Roboto es una fuente pensada para verse bien tanto en pantallas de alta densidad como la del Galaxy Nexus, y aún así ser nítida y legible en pantallas de más baja resolución como la del Nexus S. Sin olvidar que Roboto es un medio y no debía distraer el contenido que es lo realmente importante".⁵⁸

La legibilidad que posee Roboto tanto en ordenadores como en dispositivos móviles, es uno de sus mayores atributos y el gran motivo de su elección para el presente proyecto, sumado además a su gran eficiencia en términos de usabilidad.

⁵⁸ RODRÍGUEZ, Txema "Matías Duarte habla sobre Roboto, la nueva tipografía de Android Ice Cream Sandwich" 2011 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.xatakandroid.com/>

6.2.3 Código Iconográfico

Los íconos de interfaces actuales tienen sus raíces en las obras de Otto Neurath, inventor del sistema Isotype (International System of Typographic Picture Education), un procedimiento educativo basado en imágenes.⁵⁹ Hoy los íconos son parte integral del diseño de interfaces de usuario, donde representan acciones e ideas a la vez que ahorran espacio y reducen las barreras lingüísticas. Para el desarrollo del presente proyecto, se utilizaron íconos para la información de contacto y para la guía de acceso por geolocalización (‘¿Cómo llegar?’).

En cuanto a la manera de integrar estos íconos en la programación web, se recurrió al sitio llamado ‘IcoMoon’. Esta plataforma otorga varios catálogos de íconos de los cuales es posible seleccionar aquellos que se han de ocupar en nuestro sitio web. Una vez seleccionados estos íconos, se da la opción de exportarlos, ya sea en formato vectorial o como tipografía. Estos son los llamados ‘Íconos como tipografía’. La principal ventaja de ocupar los símbolos como una tipografía es que se le puede dar distintos formatos, tal como a una tipografía común. Esto permite, por ejemplo cambiar fácilmente el color de un ícono, sin necesidad de modificar un archivo original, sino que solo utilizando las propiedades del código CSS. En la *Figura 9* se pueden apreciar algunos de los íconos utilizados en este proyecto, mientras que en la *Figura 10* se expone la línea de código para implementarlo.

Fig.9 Iconografía utilizada para contacto y ubicación



Fig.10 Líneas de código necesarias para integrar IcoMoon Tipografía

CSS

```
@font-face {
  font-family: 'icomoon';
  src: url(fonts/icomoon.eot);
  src: url(fonts/icomoon.eot) format('embedded-opentype'),
    url(fonts/icomoon.ttf) format('truetype'),
    url(fonts/icomoon.woff) format('woff'),
    url(fonts/icomoon.svg) format('svg');
```

HTML

```
<span class="icon-directions_walk"></span>
```



⁵⁹ LUPTON, Ellen “*Tipografía en Pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, bloggers y estudiantes*” Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili 2015. 126 p.

6.2.4 Diseño del Logo

El proceso de creación del logotipo que se utiliza en Talagante al Expreso se condice con el proceso de estructuración del proyecto. En un comienzo, cuando aún no se definían los contenidos de éste, se trabajaba en torno al Patrimonio Cultural de Talagante, específicamente de su carácter mitológico. Luego, se pensó en una ruta cultural, en lo que destacaba el Metrotrén, la velocidad y el recorrido. Finalmente, el proyecto –y diseño del logotipo– derivaron en los artesanos de la zona. Como el proyecto seguía aludiendo al medio de transporte (Metrotrén) pero abarca manifestaciones artísticas del arte popular, se consideró el tradicional letrero de los recorridos “Autopista” que utilizan Flota Talagante e Islaval. Este letrero mantiene características de los antiguos carteles de micro y destaca por sus llamativos colores que permiten diferenciarlo de los otros recorridos. De este letrero se tomó parte de su morfología y la disposición de sus colores: letras en un color más claro, con un degradado en su parte inferior dispuesto sobre un fondo contrastante. Así, utilizando colores que aludan a Grupo EFE se consolida su versión final.



Fig.11 Evolución del Logotipo del Proyecto Talagante al Expreso



Primer diseño de logo (2014), de la etapa de definición del proyecto. Está asociado al carácter mitológico de Talagante “tierra de brujas”.



Segundo diseño de logo, pensado para evocar al metrotren, en recorrido y el viaje. En esta fase se pensaba en una App Móvil a modo de ruta cultural.



Primer acercamiento al logo actual, basado en los bocetos realizados. Conservaba los colores originales del letrero de referencia.



Logo final, en su versión para fondo blanco y fondo de color (azul y naranja corporativo). Es una simplificación del logo anterior, adaptado a los colores de Grupo EFE.

6.3 Diseño Web

6.3.1 Primeras Maquetas

Comenzar el producto de Diseño de este proyecto representó un gran desafío, al no ser éste un campo en el que estuviera totalmente capacitada. No sólo por su implementación completa, sino por la metodología de trabajo que es necesario seguir si se desea obtener un buen resultado, que facilite el diálogo entre el Diseñador y el Programador (para aquellos proyectos en los que se recurre a ello) y/o sirva de guía para el desarrollo propio.

Las primeras maquetas creadas no contemplaban ninguna metodología y solo respondían a decisiones personales que no tenían una justificación respaldada. Esto responde a la lógica de que, por lo general, al enseñar acerca de diseño web se toma en cuenta el resultado estético por sobre el verdadero rol del diseñador web: construir una plataforma que

¿Por qué Diseño Web y no Diseño de App?

Por sus características antes mencionadas, **Talagante al Expreso** podría plantearse como una App móvil asociada a la red de Metrotrén. Este medio se trabajó en algún momento, pero en términos de costos resultó no ser rentable, considerando lo acotado en términos geográficos (Provincia) y que aún no es posible verificar el impacto que tendrá la puesta en marcha del Metrotrén en términos turísticos. Sin embargo se deja planteada esta posibilidad.

Fig.12 Primeras Maquetas desarrolladas para Talagante al Expreso



sirva de puente para conectar a la marca con su audiencia.⁶⁰ Así lo expone el diseñador chileno Francisco Aguilera, autor del libro “Lo pensé y lo hice. Reflexiones de un diseñador independiente”, quien constantemente, realiza actualizaciones en su web *franciscoamk.com*, donde incluye datos acerca del rubro y consejos sobre diseño y desarrollo web, además de tutoriales y cursos. De este sitio se extrajo el proceso de diseño que propone, el cual consiste en las siguientes etapas:

1. Definición de objetivos y estrategias:

Esta etapa consiste en definir los resultados que se busca obtener con la implementación del sitio web. Luego de identificarlos se analizan las diferentes opciones que podrían ayudar a conseguirlos, además de las estrategias que se utilizarán.



2. Desarrollo de contenidos:

Aquí es importante analizar distintas páginas de referencia, rescatando de cada una de ellas cosas que debiera incluir nuestro sitio web. Finalmente se realiza un mapa de contenidos que ordene la información.

3. Propuesta de diseño:

Bocetos de la estructura general del sitio y de cada una de sus partes y/o páginas. Posteriormente se refinan los detalles en 2 ó 3 instancias de revisión.

4. Desarrollo (maquetación):

Armado del sitio en código. Francisco utiliza de ejemplo wordpress, pero para este proyecto se ha programado en HTML5, por ser un sistema en el que me lograba desenvolver mejor y me permitía una mayor libertad de diseño.

5. Revisión y capacitación:

Como sus etapas contemplan el uso de wordpress, están pensadas para ser sitios autoadministrables por el cliente. En el caso de Talagante al Expreso, que no es un sitio tipo blog, no es necesaria una capacitación, pero si una revisión final, del proyecto en total funcionamiento. Esta etapa se recomienda establecerla en un servidor de prueba, antes de su publicación final.

6. Publicación:

Cuando todo está revisado y aprobado, es momento de sacar el sitio del servidor de pruebas y llevarlo al dominio y servidor definitivo. Tras esto el sitio queda totalmente implementado y en periodo de prueba por un mes ante eventuales problemas.⁶¹

Siguiendo estas etapas como guía y considerando que los objetivos ya se encuentran definidos, se procedió con la creación del sitio web, ahora de una forma más meticulosa, como se detalla en los capítulos a continuación.

⁶⁰ AGUILERA, Francisco “*Los principios del diseño web para diseñadores gráficos*” [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <https://speakerdeck.com/franciscoamk>

⁶¹ AGUILERA, Francisco “*El proceso de diseño web que sigo en mis proyectos con clientes*” [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://franciscoamk.com/>

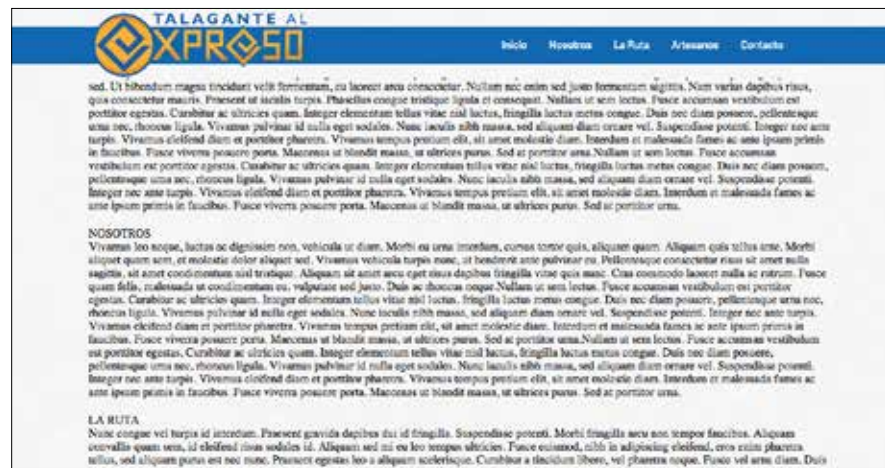
6.3.2 Flujo de Contenido

El flujo de contenido hace alusión al “flujo de lectura”, es decir, a la orientación que el diseñador le da al usuario hacia una búsqueda activa, una recepción pasiva o un deambular más espontáneo. Los modelos de estructuración del flujo de contenido son: Páginas, Eje Central, Scroll, Retícula y Diapositiva.⁶²

Para el diseño del sitio web de Talagante al Expreso se escogió implementar un menú fijo en la parte superior, con un flujo de contenido *Scroll*. Se refiere a un movimiento de desplazamiento en la pantalla, ya sea de forma vertical u horizontal. El motivo de esta elección es el carácter de multiplataforma que posee el proyecto, pues el scroll es un gesto que actualmente está muy arraigado tanto en los dispositivos móviles, como en los de escritorio, tanto con la rueda del mouse, como con los trackpads.

Aunque los clientes, en especial aquellos que han puesto interés económico, suelen rechazar la idea de que no aparezca todo en el primer “pantallazo” del sitio, Francisco Aguilera defiende y da motivos de por qué el scroll es una opción válida y no perjudica la visualización del total del contenido ni su usabilidad. Alude a que no es necesario que todo el sitio se vea de inmediato. Por lo demás, hacer que todo el sitio aparezca en la primera carga de la página, con los distintos tamaños y orientaciones de pantallas es prácticamente imposible.

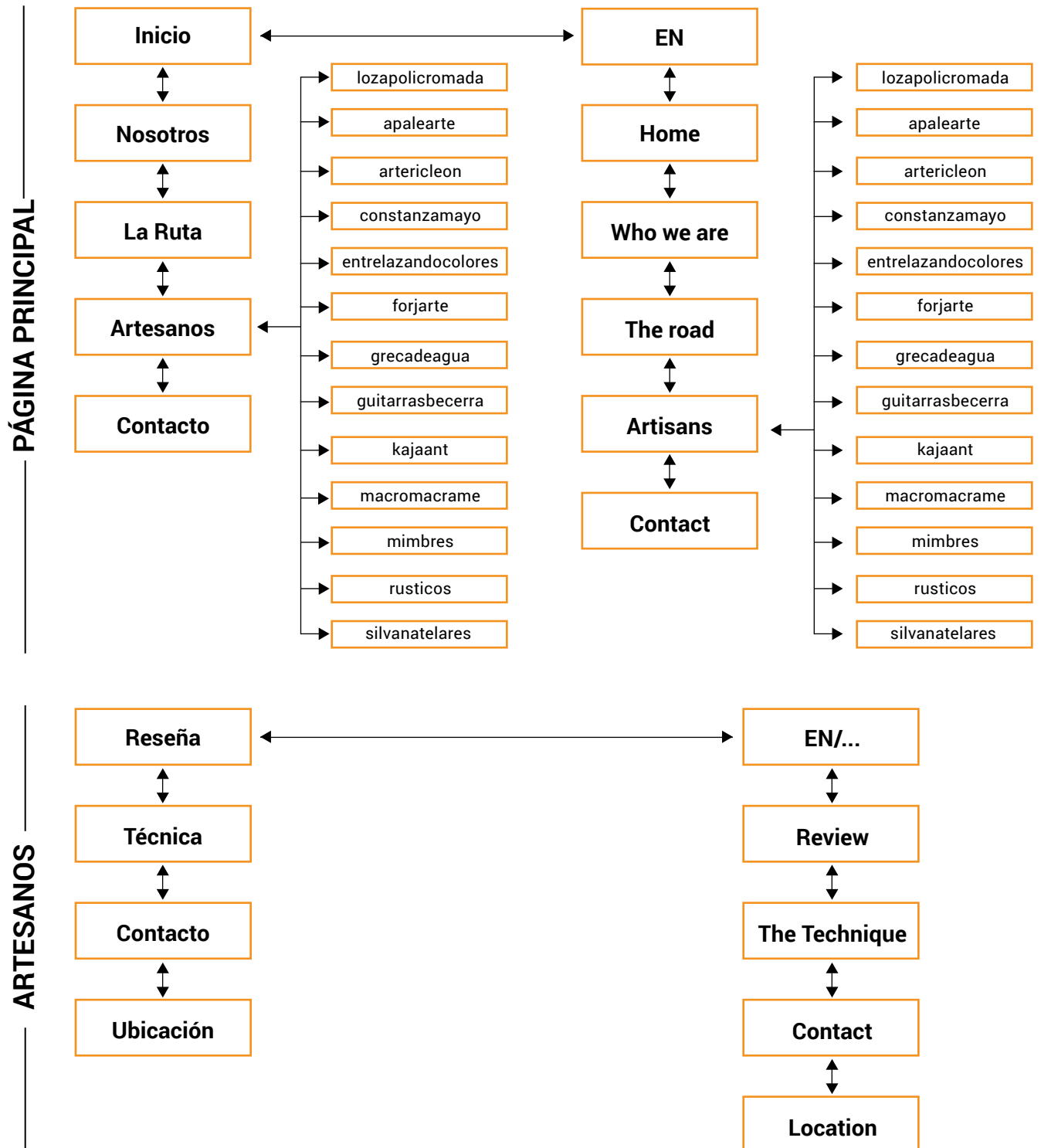
A principios de la década del 2000 sólo existían pantallas de 800×600 y de 1280×720 pixeles, pero con los avances de la tecnología y la proliferación de dispositivos móviles, ya no existe un estándar. En este sentido, es mejor enfocar los esfuerzos en lograr que el sitio se vea correctamente en diferentes resoluciones y que sea de fácil lectura en cualquier dispositivo⁶³. La acción de scroll ya es algo natural, para probar ello simplemente hay que observar a la gente como interactúa con sus dispositivos. Si el contenido del sitio le es interesante y llamativo, no querrá irse si no aparece toda la información “al primer pantallazo”. La solución y el correcto uso del scroll es la jerarquización del contenido, lo cual se realiza a través de un Mapa de Sitio (o contenido), como el que se expone a continuación.



⁶² LUPTON, Ellen "Tipografía en Pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, bloggers y estudiantes" Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili 2015. pp. 97-98.

⁶³ AGUILERA, Francisco "Una respuesta a la solicitud: "Haz que todo el sitio se vea sin hacer scroll" [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://franciscoamk.com/>

6.3.3 Mapa de Sitio

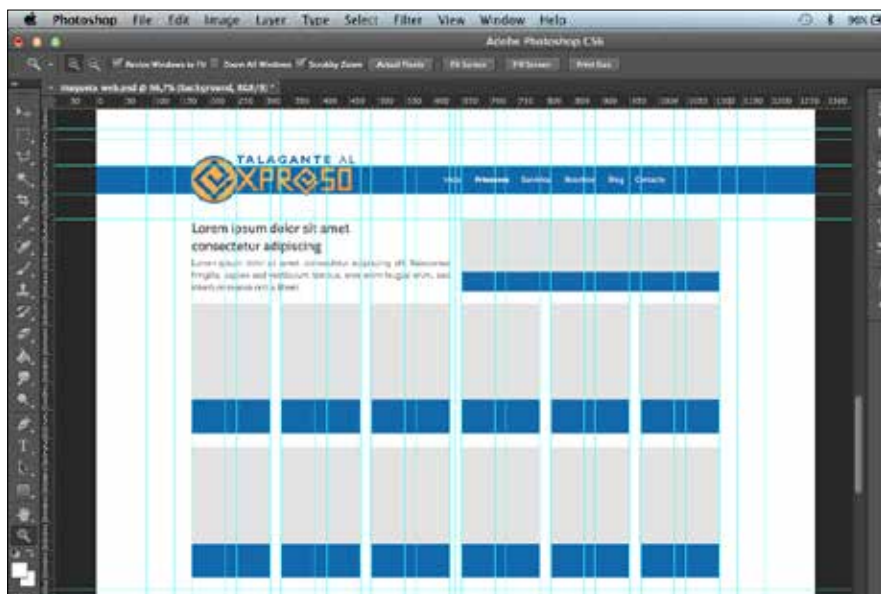


6.3.4 Retícula

Las retículas se utilizan para organizar la página en columnas e hileras de “espacios en blanco”, pero una pantalla consta de miles de millones de píxeles cuadrados. Con los años, los píxeles se han hecho cada vez más pequeños y las curvas se ven cada vez más suaves, pero la condición cuadrículada de la pantalla no ha cambiado y diseñar en torno a esta estructura rectilínea crea retículas más versátiles para distribuir los contenidos.⁶⁴

Al respecto, Francisco Aguilera explica que no es necesario partir de cero en el diseño de esta estructura, recomendando el sitio web “Minimit”, en el cual se reúnen distintos tipos de recursos, entre ellos plantillas PSD que contienen las columnas base para iniciar un diseño. No solamente incluyen las columnas para un tamaño de computadora de escritorio, sino que también incluye opciones para dispositivos, tablets y smartphones.⁶⁵

Para el desarrollo del sitio web de Talagante al Expreso se utilizó como base el recurso PSD que ofrece Francisco Aguilera en su sitio y a partir de ello se dispuso el contenido dentro del mismo, modificando ciertos elementos.



⁶⁴ LUPTON, Ellen "Tipografía en Pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, bloggers y estudiantes" Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili 2015. 52p.

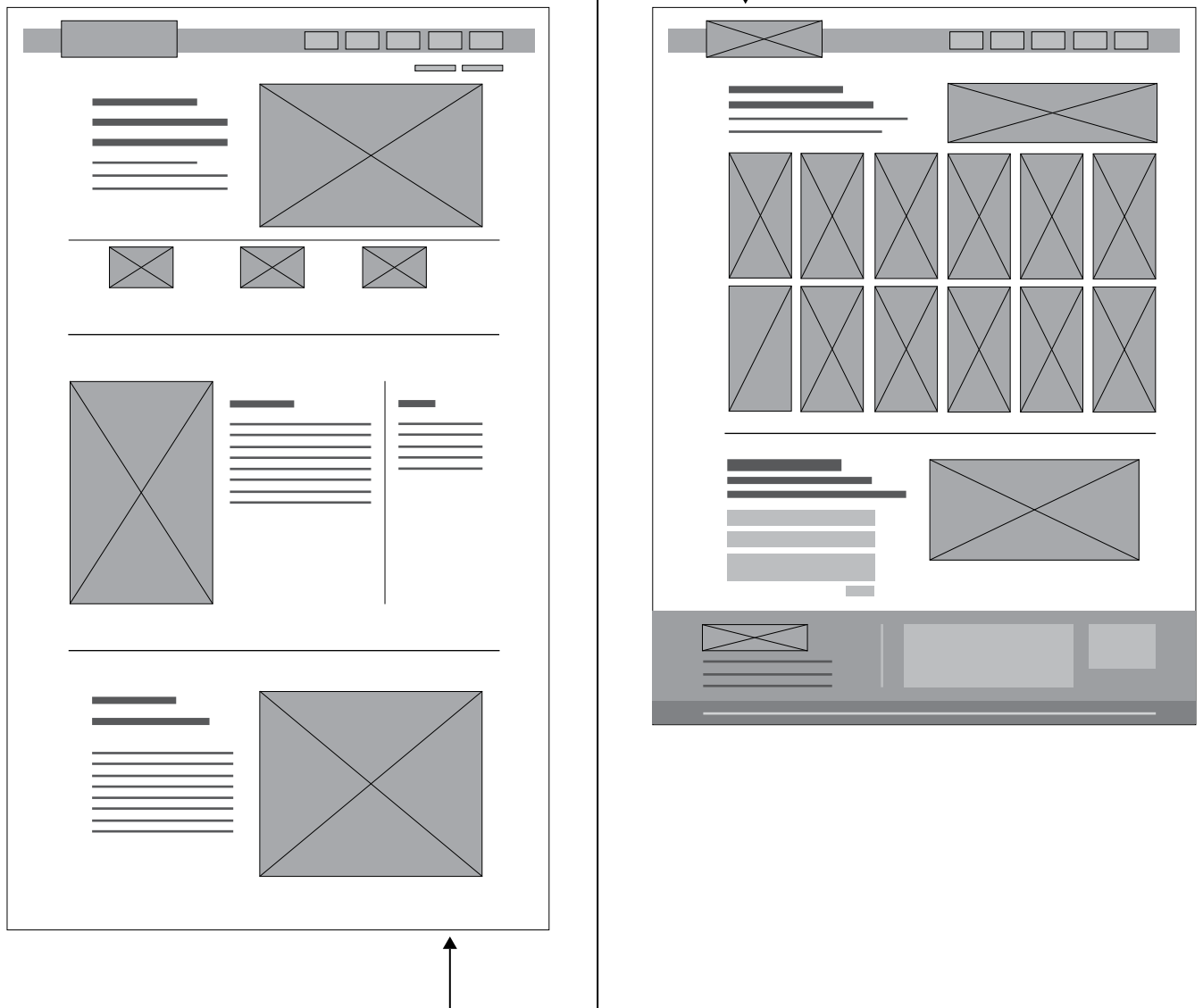
⁶⁵ AGUILERA, Francisco "5 consejos para usar correctamente photoshop en el diseño web" [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://franciscoamk.com/>

6.3.5 Wireframes

Un wireframe es la descripción esquemática del esqueleto estructural de un sitio web o de una aplicación. Representa, mediante objetos simplificados las áreas básicas del contenido y los elementos de navegación de las páginas. En estos diagramas básicos se plasman las grandes diferencias y los conceptos más generales.⁶⁶

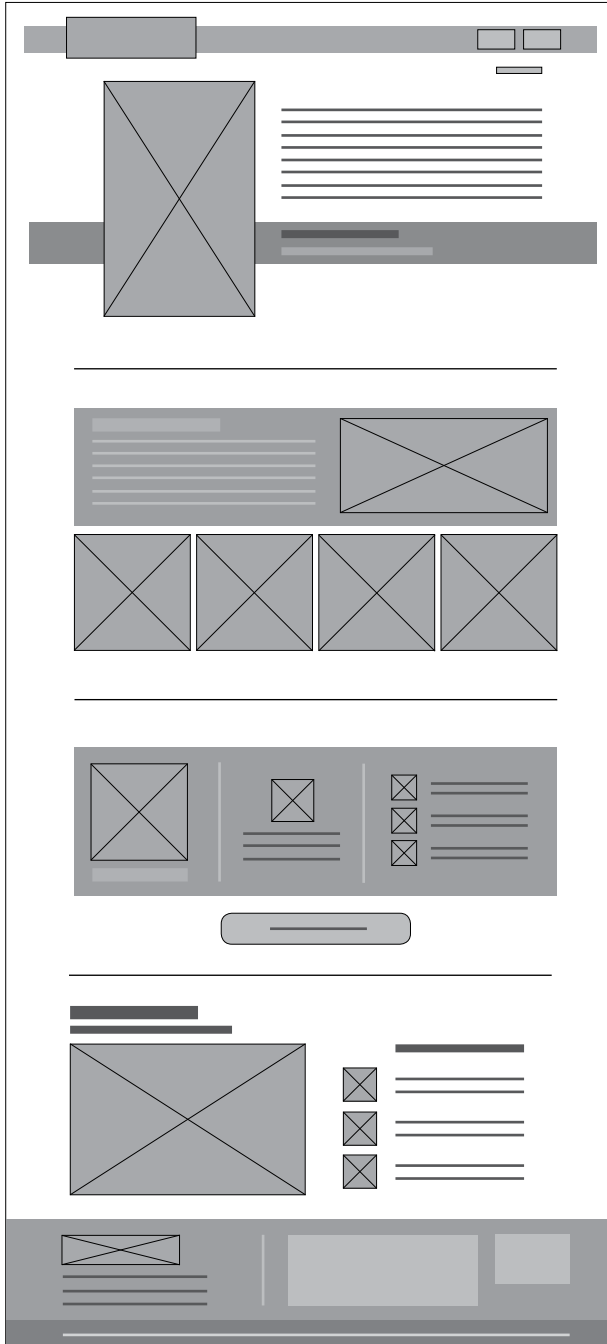
Para la estructuración del sitio web del presente proyecto, al igual que el mapa de sitio, se utilizaron dos wireframe: uno de la página principal y otro para la página de cada artesano. Esta última actúa como una “plantilla” que posee la misma estructura, cambiando únicamente la información correspondiente a cada uno de ellos.

Página principal, versión escritorio

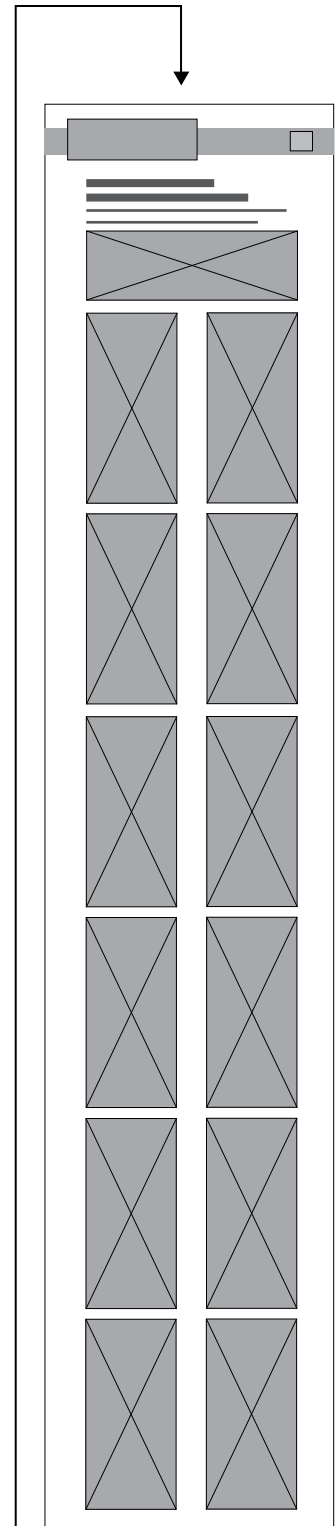
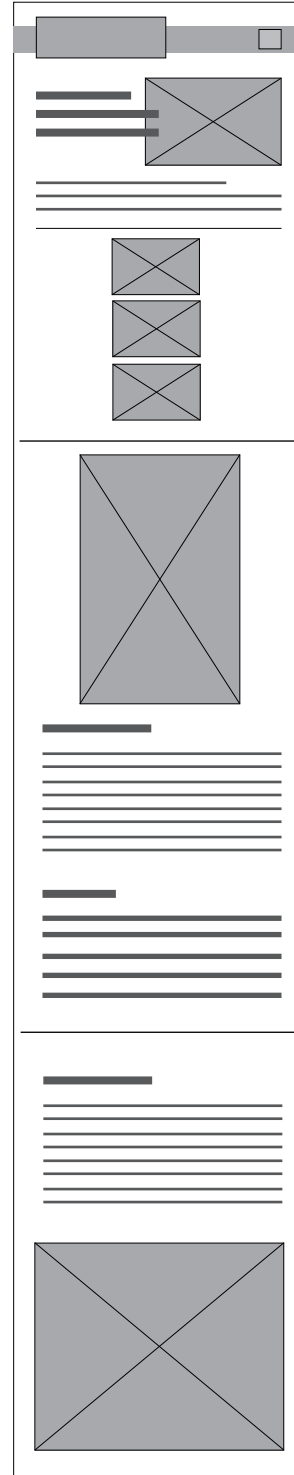


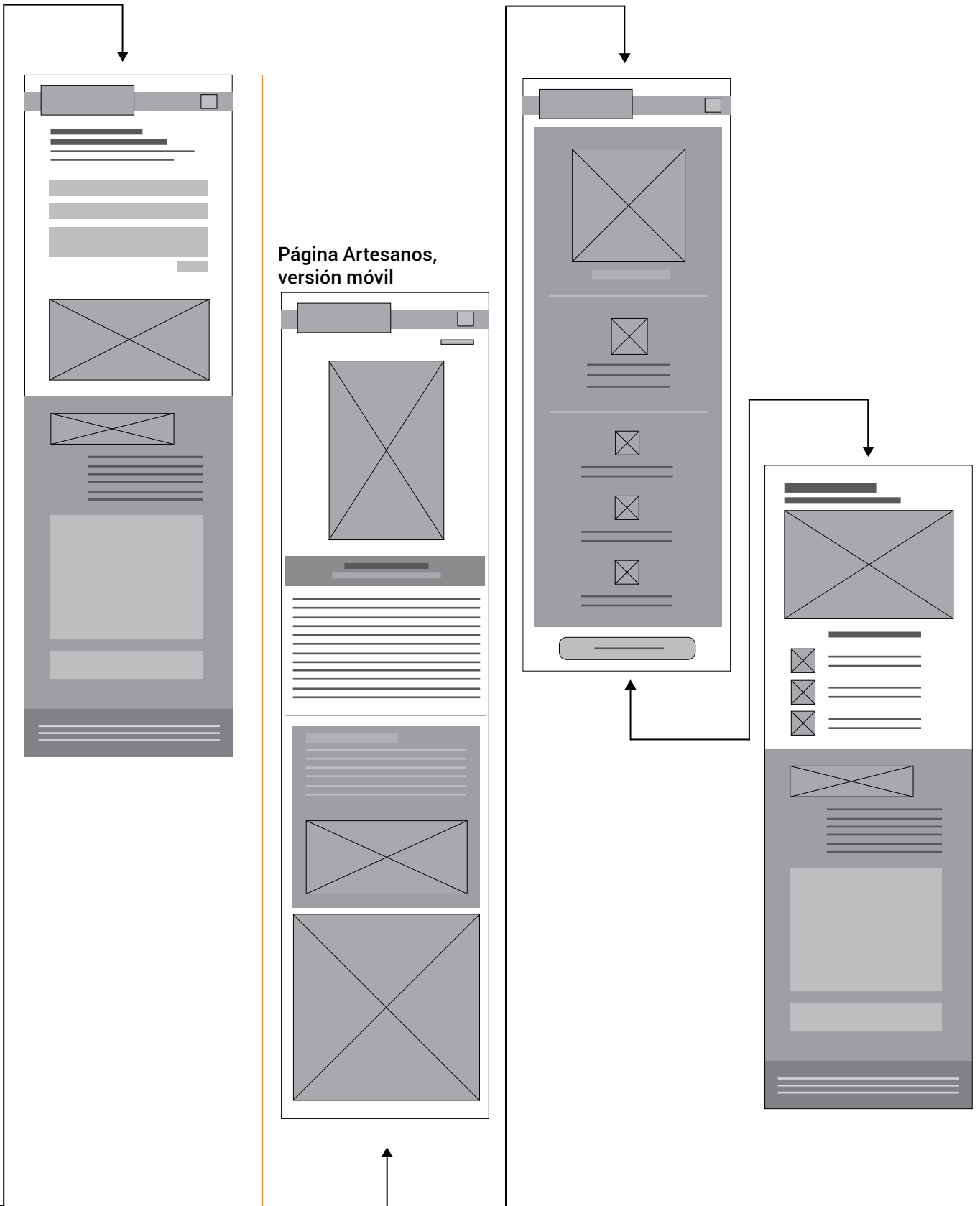
⁶⁶ LUPTON, Ellen *“Tipografía en Pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, bloggers y estudiantes”* Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili 2015. 100p.

Página Artesanos, versión escritorio

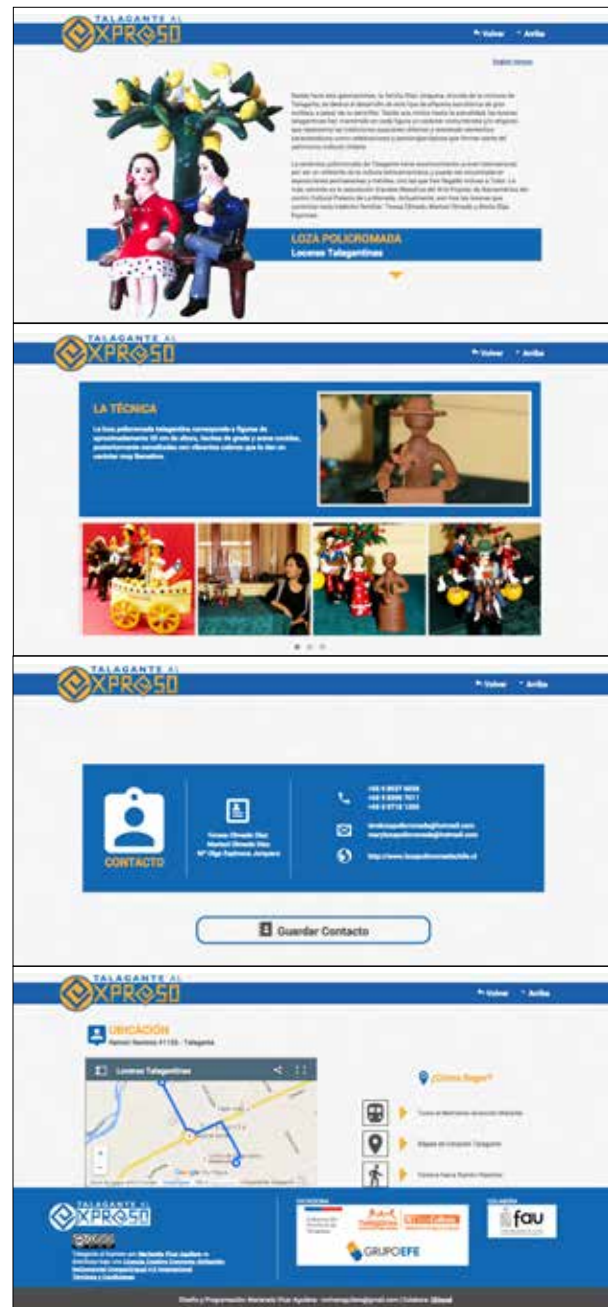


Página Principal, versión móvil





6.3.6 Maquetas Finales



TALAGANTE AL XPRO50

Mex. de Sta. | Inicio | Volver

BIENVENIDOS A TALAGANTE AL XPRO50
la Vitrina Artesanal de la Provincia de Talagante

¿Cuántos artesanos de la Provincia de Talagante eres capaz de recordar?
¿Dónde puedes conseguir una pieza de Loza Polícromada talagantina?
Si quieres conocer más al respecto, te invitamos a realizar este recorrido, aprender y compartir.

PATRIOCENARIOS
Culturas de la Provincia de Talagante

Talagante Chile | **Cultura** | **Patrimonio Cultural**

GRUPOEFE



El Proyecto

Talagante al Expro50 es un proyecto que nace con el fin de impulsar la difusión del Patrimonio Cultural de la Provincia de Talagante, específicamente los Artesanos locales.

Las comunas que conforman la Provincia (Talagante, Isla de Maipo, Peñafiel, Padre Hurtado y El Monte) aún conservan actividades tradicionales que habitualmente generan interés en la comunidad. Sin embargo, los artesanos locales desarrollan su trabajo muchas veces, en un total anonimato, perdiendo la posibilidad de difundirse a través del conocimiento popular. En ese sentido, queremos apoyarles y ser su principal vitrina virtual.

Talagante al Expro50
Es una Oportunidad

Misión

- ▶ Reconocer a los Artesanos locales como parte de nuestro Patrimonio Cultural.
- ▶ Difundir su trabajo entre la comunidad y posibles visitantes a la zona.
- ▶ Ser su medio de contacto rápido y efectivo entre los Artesanos y quien se interesa por sus productos.

TALAGANTE AL XPRO50

La Ruta del Metrotrén
SANTIAGO - MELIPILLA

Para el mes de Diciembre del año 2017 se espesa la puesta en marcha del proyecto Metrotrén que unirá Santiago y Melipilla, en un recorrido que durará aproximadamente 1 hora y 30 minutos y que, se espera, transportará a 21 millones de pasajeros al año.

Su trazado contempla estaciones en 4 de las 5 comunas que conforman la Provincia de Talagante, convirtiéndose en una forma rápida y sencilla de acceder a la zona, tanto para los propios habitantes, como para turistas.

Por este motivo, consideramos la ruta del Metrotrén como una de las alternativas de contacto con los artesanos a futuro.

GUÍA DE ARTESANOS DE LA PROVINCIA DE TALAGANTE

Selecciona alguno de los 13 artesanos para conocer más acerca de su trabajo y acceder a información de contacto.

- LOZA POLICROMADA**
Loceras Talagantinas
- APALGASTE**
Fermín Alarcón
- ARTISANALOM**
Eric Ledón
- ENTIBLANCADO**
COLORES
- ESCULTURAS**
Constanza Mayo
- FORJANTE**
Joaquín Melo
- URCUPAT ADEL**
Talles Cerdas

- GUITARRAS**
BECERRA
- SAJARI**
Ortizera
- MACHONAMAME**
Genoveva Cerdá
- MINERAS**
Melisa Rojas
- MUEBLAS MÓDULOS**
Patricio Ramírez
- SELIANA**
Telares Taller

Contacto

¿Tienes alguna duda, aporte u opinión?
¡No dudes en escribirnos!
Además puedes seguirnos en Facebook.
Juntos hacemos comunidad.

Nombre*

Email*

Comentario



TALAGANTE AL XPRO50

Talagante al Expro50 por Internet. Una Oportunidad se circulan bajo una Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Términos y Condiciones

PATROCINADORES

- Gobernación Provincia de Talagante
- Talagante Chile
- Cultura

GRUPOEFE

COLABORA

fau
Fondo de Apoyo a la Universidad

Diseño y Programación: Mariana Vivar Aguilera - mmaraguilera@gmail.com | Colabora: Chileweb



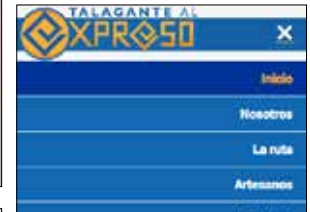
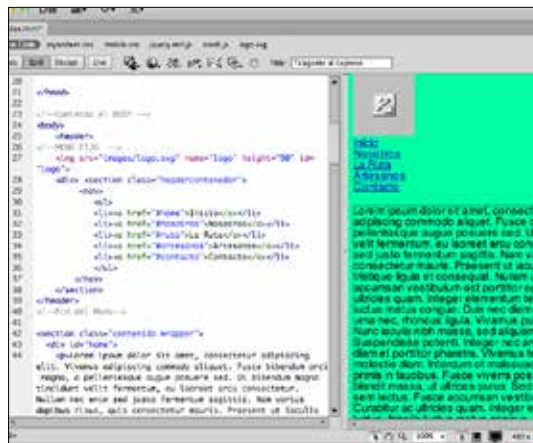
6.4 Programación

6.4.1 Menú Responsivo

El menú, en lenguaje html <nav>, es una de las estructuras de navegación más habituales y suele consistir en una batería de opciones, cada una de las cuales se enlaza a un contenido determinado.⁶⁷

El menú diseñado para Talagante al Expreso consiste en una barra superior fija que contiene el logo y los elementos del menú en línea horizontal, para la versión de escritorio y desplegable, para la versión móvil. La versión móvil posee el ícono de despliegue, también llamado *nav-toggle*, el cual, al ser presionado muestra el menú en una lista vertical, con una máscara de fondo y se cambia por una "X" que permite cerrar el despliegue.

Éste, el primer desafío de programación del sitio resultó ser lo más complejo de todo el proceso. Tras una semana de probar con distintos tutoriales pude implementar el menú responsivo, en base a los videos del canal de Youtube *Falcon Masters*. La programación del menú fue extensa y compleja pues, implicó comprender el trabajo de programación responsiva desde un comienzo, además de aprender a ocupar el administrador del hosting para ir testeando el funcionamiento de la versión móvil a medida que se iban realizando cambios. Las imágenes aquí presentes son sólo una muestra de la real extensión del desarrollo del menú.



⁶⁷ LUPTON, Ellen "Tipografía en Pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, bloggers y estudiantes" Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili. 2015. 104 p.

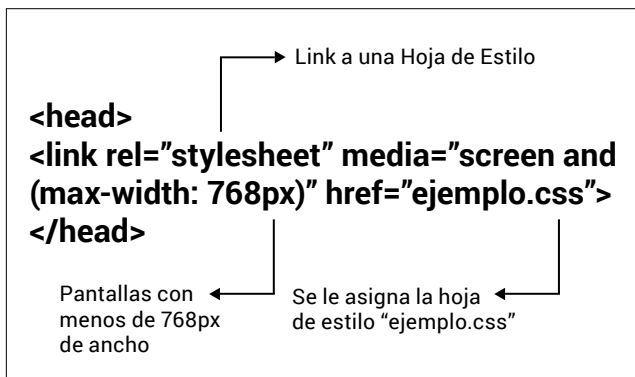
6.4.2 Programación Responsiva

El concepto de “*Responsive Web Design*”, o Diseño web adaptable, se refiere al uso de diferentes técnicas para hacer que un sitio web se adapte, en cuanto a su diseño, al tamaño de la ventana desde la cual se está visualizando. Su mayor utilidad es la de permitir que un sitio web se pueda visualizar perfectamente bien en cualquier dispositivo móvil de navegación, sin la necesidad de crear diferentes versiones del mismo o tener que hacer zoom para poder leer los textos.⁶⁸ Para realizar la programación responsiva se utilizaron 3 técnicas:

Media Queries Cambio de archivo CSS

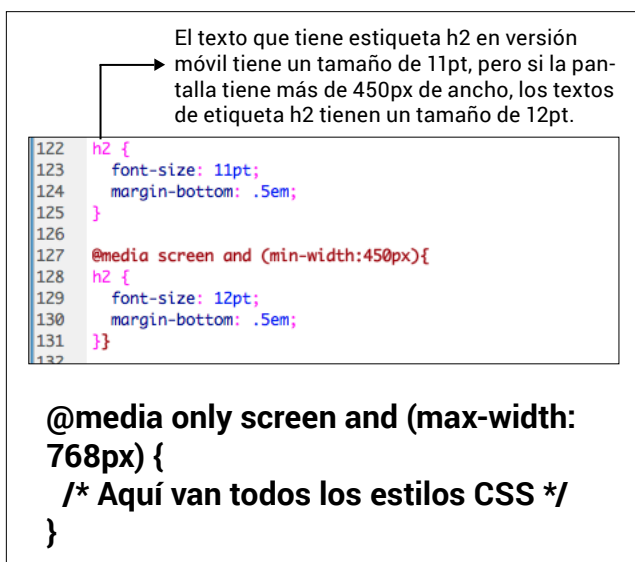
Los Media Queries son un módulo CSS que nos permite trabajar bajo condiciones. Para efectos de la programación responsiva, una de las formas en que se puede emplear los Media Queries es reemplazando el archivo CSS, dependiendo del tamaño de la pantalla del dispositivo que visualiza el sitio web. En palabras simples, se crea un límite de pixeles, de modo que, si la pantalla mide más de los pixeles utilice una hoja de estilos y si mide menos, utilice otra. Para programar el sitio del presente proyecto, se utilizaron dos hojas de estilo: *stylesheet.css* para la versión “de escritorio” y *mobile.css* para la versión “móvil”. Aunque en la práctica el navegador actúa según los pixeles de la pantalla del dispositivo, de esta forma, por ejemplo en los dispositivos tablet están presentes ambas hojas de estilo, dependiendo de su orientación al visualizar.

```
11 <!-- VINCULO CSS -->
12 <link rel="stylesheet" type="text/css" href=
"stylesheet.css" media="screen and (min-width:801px)">
13 <!-- MOVIL -->
14 <link href="mobile.css" rel="stylesheet" type="text/css"
media="only screen and (max-width:800px)">
```



Media Queries dentro del CSS

En un sistema parecido al anterior, pero con la diferencia que sólo se aplica una hoja de estilo CSS y dentro de ella se declaran las condicionantes de Media Queries. En palabras simples, en un archivo CSS se incluye la programación para escritorio y para móvil, a través de líneas de código que crean condicionantes, al igual que en el caso anterior, según cantidad de pixeles de una pantalla. Si bien, para la programación del sitio de Talagante al Expreso se utilizaron dos hojas de estilo, para la correcta visualización en tablets de debió crear Media Queries dentro del CSS *mobile.css*, pues al ser ésta “*ni tan delgada como un smathphone, ni tan ancha como un pc de escritorio*” se debió crear una especie de híbrido para solucionar algunos problemas estéticos de visualización.



⁶⁸ AGUILERA, Francisco “*Introducción al responsive web design y los media queries*” [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://franciscoamk.com/>

Propiedad Flexbox

Flexbox es una utilidad CSS que, utilizando las propiedades de Media Queries crea contenedores flexibles que cambian de disposición y/o dimensión a medida de que la pantalla se disminuya o se agrande. Funciona ajustando los tamaños y la disposición de los elementos que se encuentran dentro de un contenedor o caja, de tal manera que se adapten siempre al espacio disponible. Así, por ejemplo, en el desarrollo de este proyecto, se agregaban cajas flexibles con alineación horizontal y se les daba la cualidad condicionante de Media Queries, de manera que cuando la pantalla tenga un valor mínimo de pixeles asignado, su disposición cambie a vertical.

```

448 .contenedorcont{
449   margin-top:50px;
450   margin-bottom:50px;
451   display:-webkit-flex;
452   -webkit-flex-direction:column;
453   -webkit-flex-wrap: wrap;
454   -webkit-justify-content:space-around;
455   -webkit-align-items:center;
456   background-color:#126882;
457   color:rgba(255,255,255,1);
458 }

```

```

263 .contenedorcont{
264   margin-top:50px;
265   margin-bottom:50px;
266   display:-webkit-flex;
267   -webkit-flex-direction:row;
268   -webkit-flex-wrap: wrap;
269   -webkit-justify-content:space-around;
270   -webkit-align-items:center;
271   background-color:#126882;
272   color:rgba(255,255,255,1);
273 }

```



```

.contenedorcont{
  display:-webkit-flex;
  -webkit-flex-direction:row;
}

```

El div de clase .contenedorcont en la versión de escritorio (stylesheet.css) tiene la propiedad flex y los div que contiene están ordenados de forma horizontal.

```

.contenedorcont{
  display:-webkit-flex;
  -webkit-flex-direction:column;
}

```

El div de clase .contenedorcont en la versión móvil (mobile.css) tiene la propiedad flex y los div que contiene están ordenados de forma vertical (columna).

6.4.3 Recursos Externos

Facebook Developers

<https://developers.facebook.com/>

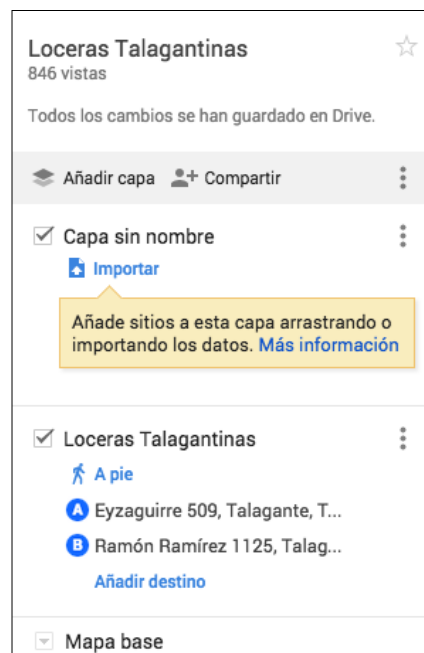
Facebook Developers es la plataforma que ofrece la red social para los desarrolladores web. En alberga recursos, como el plugin incluir una página de Facebook en el sitio web. En ella, basta con proporcionar la URL del fanpage que deseas compartir y/o promocionar y asignar las medidas requeridas, para que la plataforma arroje el código html necesario para su implementación. Al incluirse en la programación del sitio, el plugin actúa como un div normal, pudiéndosele asignar estilos, ids y clases si esto fuera necesario. Es una forma sencilla y eficaz de comunicar la presencia de la página en la red social.



Google My Maps

<https://www.google.com/maps/d/>

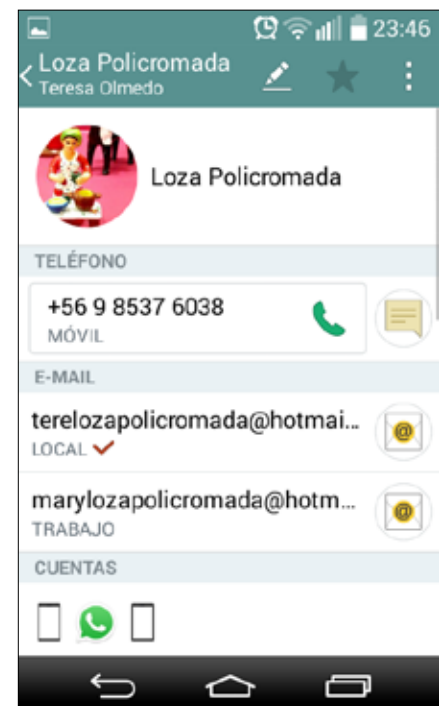
Google My Maps es el anexo a Maps de Google. En esta plataforma se le da al usuario la posibilidad de agregar, por ejemplo, algún lugar de interés de la ciudad, algún negocio propio o alguna dirección importante. En él, además se pueden crear rutas muy similares a las que utiliza Transantiago en su sitio web. Una vez creado el mapa personalizado, se puede obtener el código para ser insertado en algún sitio web, o bien, compartir a través de diferentes medios, como correos electrónicos y redes sociales. Esta herramienta resultó muy útil para la información de geolocalización de los talleres de los artesanos, creando rutas que unen la estación del Metrotrén con éstos.



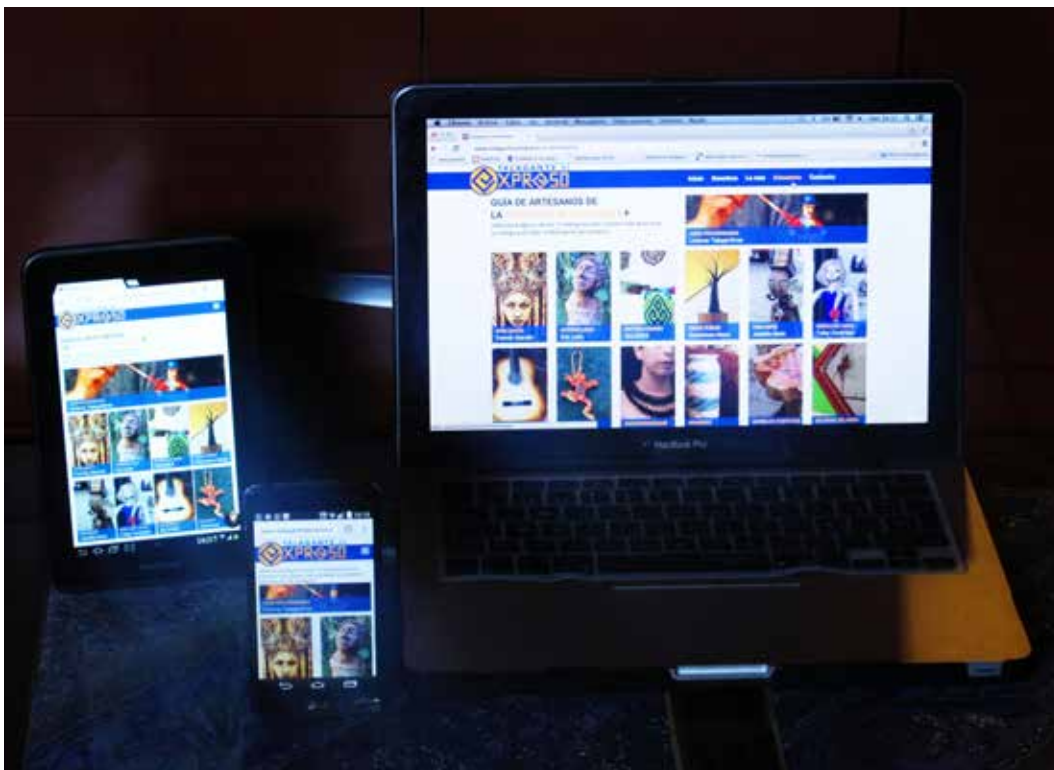
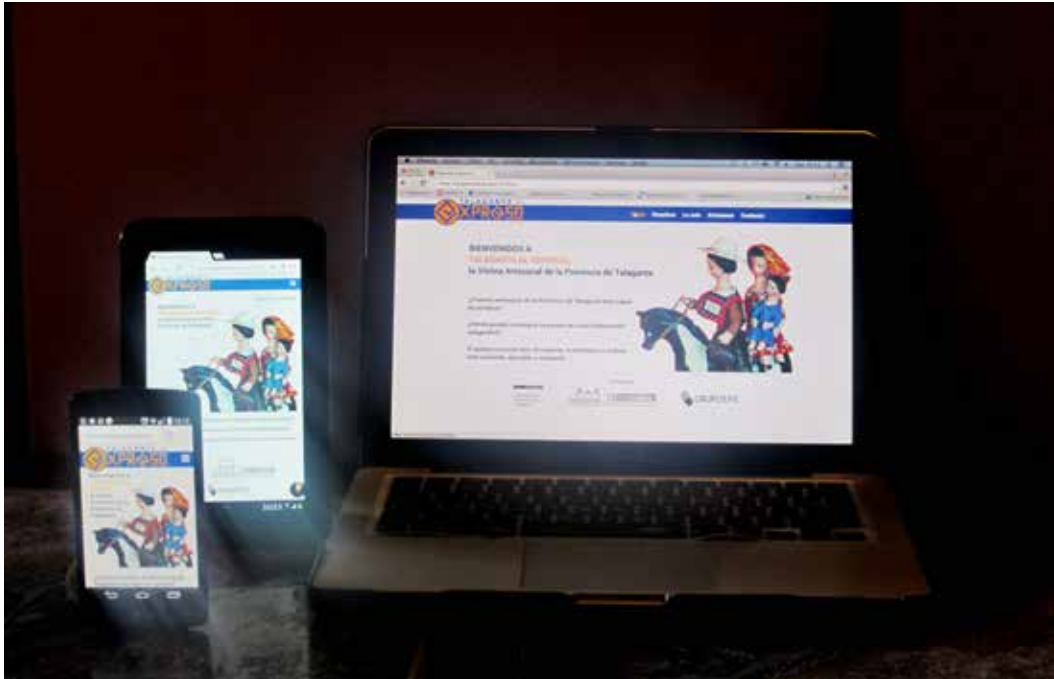
VCards

Tarjeta de Presentación Electrónica

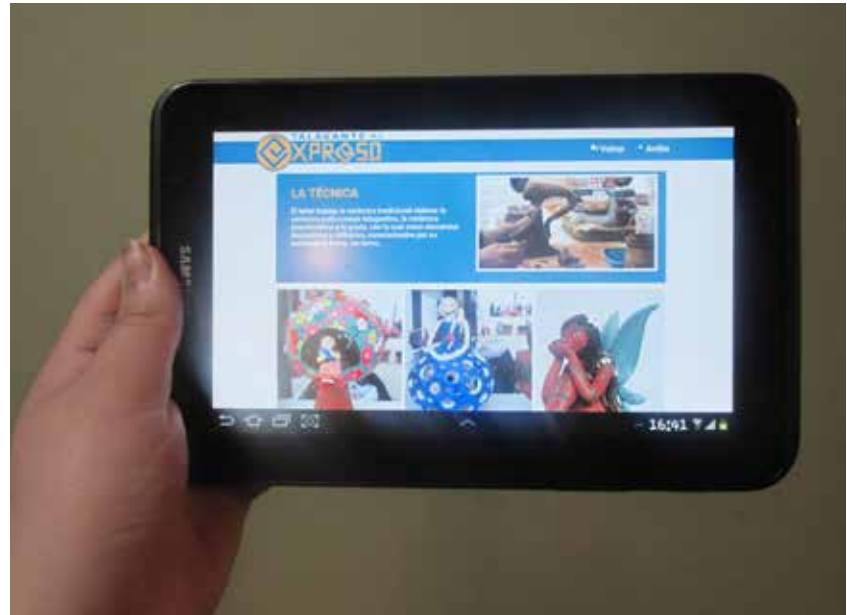
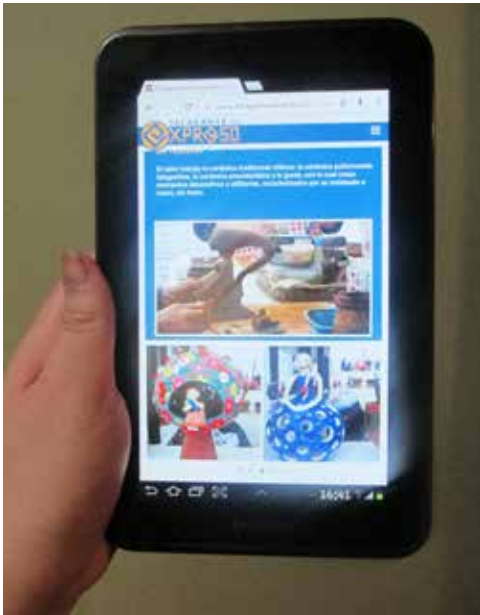
Buscando la manera de dar formato al texto html para generar una llamada al dar click a un número telefónico, se encontró el concepto de VCard. Es la evolución tecnológica a la tradicional tarjeta de presentación. El archivo en formato vcf al ser ejecutado desde un smartphone permite la opción de añadir el contacto con toda su información, incluyendo fotografía y ubicación. Existen algunas plataformas online para crear una VCard, pero la forma más simple de hacerlas es desde algunas aplicaciones administradoras de contactos, como es el caso de *Contactos* del sistema operativo OSX.



6.5 Resultados Finales



6. MARCO PROYECTUAL | Resultados Finales





[Home](#)
[Who we are](#)
[The road](#)
[Artisans](#)
[Contact](#)

Wellcome to
TALAGANTE EXPRESS,
The artesanal window to Talagante's town

How many Artisans to talagante's town can you name?

Where can you get a piece of Talagante's Artisans?

If you want to know more about, we invite you to learn and share.





Gobernación
Provincia de
Talagante



Talagante
Creando con talento

SPONSORS



Talagante Cultura
COMUNIDAD LOCAL DE TALAGANTE



GRUPOEFE

6.6 Difusión

Para difundir el proyecto se realizan constantemente publicaciones en el fanpage acerca de las actividades que están teniendo los artesanos. Además se ha presentado a cada uno de ellos a la comunidad, junto con invitarlos a visitar el sitio web. Además, algunos de los gestores culturales de la Provincia han compartido a través de sus propias páginas el proyecto. Tal ha sido el caso de la Gobernación Provincial de Talagante, el Centro Cultural El Monte con Huesillos y la Fundación Artesanías de Chile, esta última con una gran recepción de parte de la comunidad en escala nacional.



Sitio web que reúne a los Artesanos más representativos de la Provincia de Talagante.



Talagante al Expreso

Sitio web de sociedad/cultura
A 197 personas les gusta esto.

Me gusta esta página

TALAGANTE AL XPR50

KAJAANT Orfebrería

www.talagantealexpreso.cl/kajaant

Gobernación Provincia de Talagante | Talagante Ciudad con todos | Ministerio de Cultura | GRUPOEFE | fau UNIVERSIDAD DE CHILE

Fundación Artesanías de Chile agregó 4 fotos nuevas. 22 de septiembre a las 14:39 · Editado ·

Marián Moon, diseñadora de la Universidad de Chile, nos presenta su proyecto de título Talagante al Expreso, un sitio que reúne a 13 destacados artesanos de la Provincia de Talagante, el cual pretende continuar a futuro y seguir expandiendo, para abarcar más artesanos y a todo el directorio de artistas locales.

Como señala su web, "Talagante al Expreso es un proyecto que nace con el fin de impulsar la difusión del Patrimonio Cultural de la Provincia de Talagante, específicame... Ver más

Me gusta Comentar Compartir

Centro Cultural El Monte con Huesillo 2 de septiembre ·

Querida gente los invitamos a visitar este interesante proyecto provincial, una plataforma para artesanos y artistas de la zona

www.talagantealexpreso.cl

Talagante al Expreso

Talagante al Expreso es un proyecto que nace con el fin de impulsar la difusión del Patrimonio Cultural de la Provincia de Talagante, específicamente los Artesanos locales.

TALAGANTEALEXPRESO.CL

Gobernación Provincial de Talagante 3 de septiembre ·

Buenos días, la Gobernación los invita a visitar la página Talagante al Expreso, la cual difunde el Patrimonio Cultural de la Provincia, específicamente sus artesanos.

Talagante al Expreso

Talagante al Expreso es un proyecto que nace con el fin de impulsar la difusión del Patrimonio Cultural de la Provincia de Talagante, específicamente los Artesanos locales.

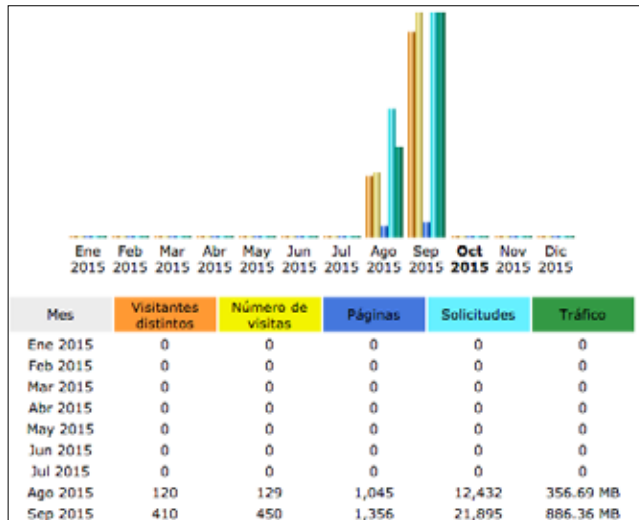
TALAGANTEALEXPRESO.CL

Me gusta Comentar Compartir

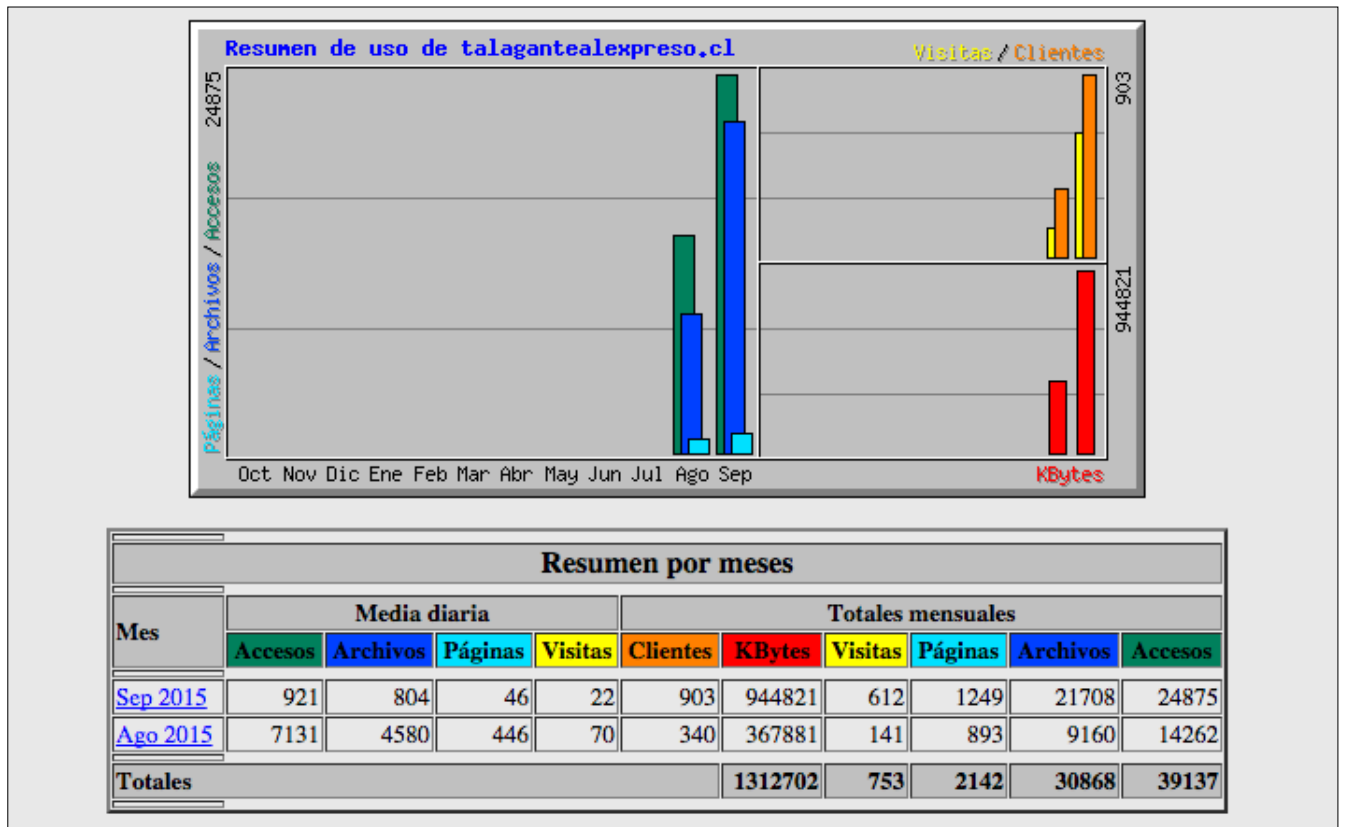
6.7 Testeo

Del Tráfico en la web:

Al analizar las estadísticas de tráfico del sitio web *www.talagantealexpreso.cl* se puede observar el índice de visitas que alcanzó durante su primer mes de funcionamiento. Con una media de 23 visitas diarias, el alza en su actividad se condice con los días en que se realizó la presentación de alguno de los artesanos en las redes sociales, por lo que se concluye que la constancia en dichas publicaciones generaría una audiencia permanente.



Estadísticas mensuales de Septiembre 2015		
Total Accesos	24875	
Total Archivos	21708	
Total Páginas	1249	
Total Visitas	612	
Total KBytes	944821	
Total Clientes	903	
Total URLs	580	
Total Enlaces origen	137	
Total Navegadores	320	
	Media	Max
Accesos por Hora	38	741
Accesos por Día	921	7403
Archivos por Día	804	6753
Páginas por Día	46	265
Clientes por Día	33	318
Visitas por Día	22	153
KBytes por Día	34993	296455



De la interacción en Facebook

Si bien, el alcance que las publicaciones del Fanpage de Talagante al Expreso han tenido en el mes de funcionamiento del sitio son favorables, aún no es posible establecer una fidelización de la marca. Constanza Mayo y Entrelazando Colores son las publicaciones que más interacciones han generado, porque, a la vez, son quienes más interactúan en la red social.

En ese sentido aún se debe fortalecer la presencia y difusión de aquellos artesanos más tradicionales y generar una continuidad para que, de esta manera se genere el interés por “seguir el proyecto”, por descubrir a otros artesanos además de aquellos que ya se están siguiendo.

Por otra parte, se ha detectado que el 73% de los seguidores de Talagante al Expreso son mujeres y el rango etario predominante es entre 25 y 34 años. Esta información sirve para, a futuro, idear campañas orientadas, principalmente, a este segmento de la población.

Talagante al Expreso con Esculturas Constanza Mayo
6 de septiembre a las 16:14 · 🌐

Que tengan un buen Domingo! #HoyEnCultura desde Isla de Maipo te presentamos a Esculturas Constanza Mayo, el alambre que cobra vida. Conócela en <http://www.talagantealexpreso.cl/constanzamayo> Síguenos en Facebook y Comparte nuestro Fanpage!... Ver más

Logos: Gobernación Provincia de Talagante, Talagante, Cultura, GRUPOEFE, fau

TALAGANTE AL EXPRESO

CONSTANZA MAYO
ESCULTURAS

www.talagantealexpreso.cl/constanzamayo

1892 personas alcanzadas Promocionar publicación

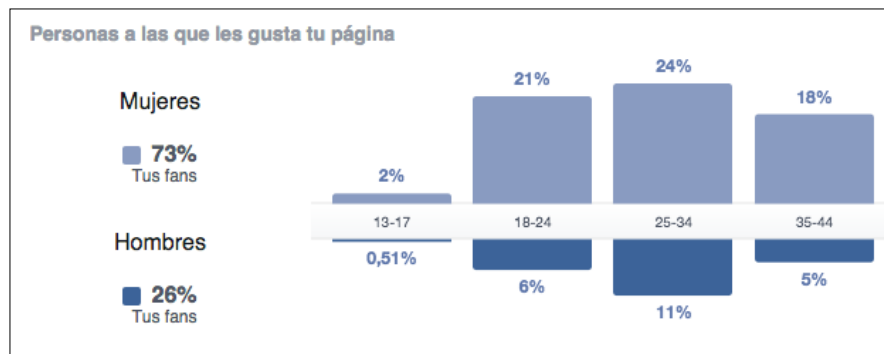
11 Me gusta Compartida 11 veces

TUS PÁGINAS

Talagante al Expreso ▾

Esta semana

3355 Alcance de la publicación	310 Personas que interactuaron
--	--



6.8 Presupuesto

El presente presupuesto del Proyecto ha sido elaborado considerando todos los actores que debieran participar de él, aún cuando en la práctica no fue realizado con cada uno de ellos. También se establece una programación de tiempo de 6 meses para llevar a cabo su ejecución.

Actividades		Registro	Traducción			Difusión		
	Selección y contacto	Trabajo en terreno	Diseño	Diseño	Programación	Programación		
Mes	1	2	3	4	5	6		
Resumen de Gastos de Honorarios							Subtotal:	
Fernando González (Periodista)	\$352.000	\$352.000					\$704.000	
Rodolfo Palominos (Fotógrafo)		\$352.000					\$352.000	
Marianela Vivar (Diseño)	\$88.000	\$88.000	\$352.000	\$352.000		\$88.000	\$968.000	
Luis Emilio Contreras (Programador)					\$352.000	\$352.000	\$704.000	
Jorge Campusano (Traductor)			\$352.000				\$352.000	
Resumen de Gastos de Operación							Subtotal:	\$3.080.000
Dominio Web por un año					\$9950	Subtotal:	\$36.850	
Hosting por un año					\$26.900			
TOTAL:							\$3.116.850	





CONCLUSIONES

7. PROYECCIONES

Actualmente, Talagante al Expreso está funcionando como un portal que alberga a 13 artesanos de la Provincia de Talagante. A corto plazo, se espera posicionar la marca a nivel local, haciendo gestión en las actividades que los artesanos están realizando, apoyándolos en la difusión de las mismas y dándolos a conocer a la comunidad.

Sin embargo, se tiene conciencia de la existencia de otros artesanos, aparte de los 13 convocados, por lo que a mediano plazo se espera ir completando el directorio de artesanos de la Provincia. Hasta el momento, otros 3 artesanos de la comuna de Talagante han manifestado su interés por pertenecer al proyecto y se espera, sigan contactándonos muchos más.

A largo plazo, Talagante al Expreso pretende ser la principal vitrina de los trabajadores culturales de la Provincia de Talagante, ampliando su quehacer a otras áreas del medio artístico, como es el caso de los

artistas visuales, folcloristas, escritores, músicos y actores, lo cual representa un proyecto en escala más amplia, que requiere un trabajo de Gestión más elaborado y alianzas estratégicas a nivel nacional.

Finalmente, se espera que de aquí a un par de años esté en total funcionamiento el proyecto Metrotrén Santiago - Melipilla, lo que permitiría actividades de difusión y— por qué no— de mediación cultural en sus instalaciones. Esto permitiría llegar diariamente a un público mucho mayor, lo cual significaría la consolidación del proyecto y una plataforma importante para todos los trabajadores culturales de la zona.



Talagante al Expreso ha abierto para mí la posibilidad y la capacidad de desarrollar proyectos en el ámbito cultural pero, principalmente, en aquello que conlleva y promueve el desarrollo social. Convivir y reunir distintas experiencias de vida de un grupo que, por heterogéneo que parezca, tiene vivencias, conflictos y anhelos en común y de alguna forma tenderles la mano mientras suelen ser ellos quienes buscan apoyo, ha sido una experiencia enriquecedora, tanto en el ámbito profesional como personal.

El principal anhelo de los artesanos de la Provincia es poder mantenerse activos en la actividad que realizan, la cual en muchas ocasiones ha sido una decisión de vida aún teniendo la posibilidad de desempeñarse en otras áreas. Quizás por eso, en un comienzo, varios de ellos veían con desconfianza el proyecto. Constantemente han golpeado puertas en instituciones en las que, al parecer, la gestión cultural no funciona pensando en los trabajadores culturales.

En este sentido, Talagante al Expreso es un proyecto que se ha posicionado en un área en donde es necesario trabajar, tanto por los propios trabajadores culturales, como por la preservación del Patrimonio Cultural de la zona.

En cuanto al producto de diseño y a pesar del poco tiempo que lleva en funcionamiento, se logra apreciar una buena recepción de parte de la gente, no habiendo recibido ningún alcance en cuanto a su estructura y/o finalidad. A los talagantinos les gusta sentirse parte de sus raíces, por lo que, con trabajo constante en la difusión del sitio, se puede lograr que se posicione como un referente a la hora de consultar sobre los artesanos locales. Pero principalmente, el resultado ha dejado satisfechos a los propios artesanos que en definitiva son los beneficiarios directos del correcto desarrollo de este proyecto.

Finalmente, aprender las nociones básicas de desarrollo y programación web ha ampliado mis posibilidades de desarrollo profesional y, por otro lado me ha hecho comprender los límites entre lo que se puede y no se puede implementar en una plataforma web, a ampliar el vocabulario en términos de programación y a desarrollar metodologías de trabajo que involucren el trabajo en equipo. Esto, a largo plazo será de gran importancia a la hora de entablar proyectos entre diseñador y programador, y juntos poder desarrollarlos de una forma correcta y eficiente, comprendiendo tanto los deberes como las necesidades de ambas partes.





ANEXOS

9. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Citada

Libros

ALARCÓN, Norma, DOMÍNGUEZ, Juan, GONZÁLEZ, Ida *“Arte popular chileno. Definiciones, problemas, realidad actual”* Santiago, 1959. [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.memoriachilena.cl>

BAY, Mariano, “El ferrocarril a San Antonio de las Bodegas” Chile. Editorial no identificada. 2011

BUSTOS, Hernán *“El valle de las siete puertas: Peñaflo, Malloco y Pelvín”* Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura. Santiago, 1996

FRASCARA, Jorge *“Diseño gráfico para la gente. Comunicación de masa y cambio social”* 4ª Ed. Buenos Aires. Ediciones Infinito. 2008

LUPTON, Ellen *“Tipografía en Pantalla. Una guía para diseñadores, editores, tipógrafos, blogueros y estudiantes”* Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili 2015

Museo de Arte Popular Americano, Tomás Lago *“Cerámica Políromada Metropolitana Tradición e identidad”* 1ª Ed. Santiago, Chile. MAPA, Facultad de Artes, Universidad de Chile 2010

PETERS B., Carlos, NÚÑEZ, Sobé *“Artesanías de Chile. Un reencuentro con las tradiciones”* Chile, Comunidad Iberoamericana de la Artesanía, Caupolicán Servicios Gráficos, 2009

RUIZ-TAGLE, Carlos “Antología De Talagante” Chile, Ilustre Municipalidad de Tgte, 1087

Tesis

BOERO, Catalina *“Estación Intermodal Talagante, Umbral de acceso y Agente integrador”* Proyecto para optar al título de Arquitecto. Santiago, Chile, Universidad de Chile, 2011

FERNÁNDEZ-LOBBE, Diego, *“Análisis crítico del nuevo Plan de Transporte Urbano de Santiago”* Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial. Santiago, Chile, Universidad de Chile, 2002

MARTOC, Ghislaine *“Estación intermodal pajaritos: recuperación del espacio Urbano”* Tesis para optar al título de Arquitecto. Santiago, Chile, Universidad de Chile, 2006

Artículos de Revistas

BUSTOS, Carlos *“La producción artesanal”* *Visión Gerencial*, 8(1): 37-52, junio 2009.

DI GIRÓLAMO, Claudio *“Estado y Proyección de la Gestión Cultural en Chile”* *Revista de Gestión Cultural*. Universidad de Chile, Facultad de Artes. (01), 2013.

MATTHEY, Gabriel *“La Gestión Cultural en Chile, a pasos de su «segunda generación»”* *Revista de Gestión Cultural*. Universidad de Chile, Facultad de Artes. (01), 2013

Artículos electrónicos

AGUILERA, Francisco *“5 consejos para usar correctamente photoshop en el diseño web”* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://franciscoamk.com/>

AGUILERA, Francisco *“El proceso de diseño web que sigo en mis proyectos con clientes”* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://franciscoamk.com/>

AGUILERA, Francisco *“Introducción al responsive web design y los media queries”* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://franciscoamk.com/>

AGUILERA, Francisco *“Los principios del diseño web para diseñadores gráficos”* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <https://speakerdeck.com/franciscoamk>

AGUILERA, Francisco *“Una respuesta a la solicitud: “Haz que todo el sitio se vea sin hacer scroll”* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://franciscoamk.com/>

ANTOINE, Cristian *“Políticas Culturales y Gestión Cultural”*. Seminario de Gestión Cultural, Universidad de Talca. 2011 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://es.slideshare.net/cantoine>

BRODSKY, Julieta, NEGRÓN, Bárbara, PÖSSEL, Antonia, *“El Escenario del Trabajador Cultural en Chile”* Proyecto Trama / Observatorio Políticas Culturales. Chile, 2014 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.observatoriopoliticasculturales.cl/>

DÍAZ, Guillermo, GÓMEZ, Andrés y VELASCO, Andrés. *“Micros en Santiago: De enemigo público a Servicio Público”*. [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en <http://www.cepchile.cl>

GONZÁLEZ, Fernando *“La Crisis del Transporte Rural”* [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.elquintopoder.cl

GONZÁLEZ, Fernando *“¿Quién regula el transporte de pasajeros de Talagante, Melipilla, Peñaflo, Buin y Colina?”* [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en <http://www.ciperchile.cl>

LAUREL, Brenda *“Design Research. Methods and Perspectives”* 2003 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.sts.rpi.edu/>

NEGRÓN, Bárbara *"Nuevos Instrumentos para viejos desafíos"* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.derejo.cl>

RODRÍGUEZ, Alejandro *"¿Es la gestión cultural una profesión?"* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.derejo.cl>

RODRÍGUEZ, Txema *"Matías Duarte habla sobre Roboto, la nueva tipografía de Android Ice Cream Sandwich"* 2011 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.xatakandroid.com/>

SANTANA, Mónica *"Cerámica de las Clarisas: Aportes a las identidades y dinámicas sociales en el Santiago (Chile) colonial"* [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.orgenetnico.cl

STRENIO, Jacqueline Ann, *"La economía del Transporte Público en Santiago de Chile"* (2006). Independent Study Project (ISP) Collection. Paper 320 [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en http://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/320

Catálogos

CNCA *"Chile Artesanal. Patrimonio hecho a mano"* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.memoriachilena.cl>

CNCA *"Chile quiere más cultura. Definiciones de Política Cultural 2005-2010"*. 2005. 37p. [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.sicsur.org/>

CNCA *"Mediación Cultural y Artística"* 2013 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.cultura.gob.cl/>

Corporación Cultural de Talagante *"Informe de Gestión"* 2013 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.munitalagante.cl/gestion2013>

Corporación municipal de Isla de Maipo para educación y salud *"Plan anual de Desarrollo Educativo Municipal 2012"*, [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en <http://www.transparenciailademaipo.cl>

GORE Metropolitano *"Estrategia de Desarrollo Regional de la Región Metropolitana de Santiago 2012"*. 5 p. [en línea] [última consulta, junio 2015] disponible en www.gobiernosantiago.cl/

Grupo EFE, *"Una nueva etapa. Plan Maestro 2014, 2020"* [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.efe.cl

Municipalidad de Talagante *Plan Estratégico Provincial de la Provincia de Talagante*, [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.munitalagante.cl

Municipalidad de Talagante *Plan Regulador comuna de Talagante 2002*, [en línea] [última consulta, junio 2015], disponible en www.munitalagante.cl

Observatorio cultural CNCA *"Hacia una noción de artesanía para el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes"* [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://chileartesanía.cultura.gob.cl/>

Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile *"Penetración de Internet en Chile alcanza los 64,2 accesos por cada 100 habitantes"* 2015 [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.subtel.gob.cl/>

VV.AA. *"Grandes Maestros del Arte Popular de Iberoamérica"* Centro Cultural Palacio de la Moneda. Santiago, Chile 2015

VV.AA. *"Herramientas para la Gestión Cultural. Apreciación Artística"* Publicaciones Cultura [en línea] [última consulta, septiembre 2015], disponible en <http://www.redcultura.cl>

Bibliografía Consultada

Código Facilito
<http://www.codigofacilito.com/>

Tutoriales Falcon Masters
<http://www.falconmasters.com/>
<https://www.youtube.com/user/FalconMasters>

10. ENTREVISTA A RODRIGO JIMÉNEZ



Rodrigo Jiménez Matamala

Diseñador, Magíster en Gestión Cultural, ambos estudios realizados en la Universidad de Chile. Con 10 años de experiencia dirigiendo proyectos en el área de las comunicaciones, educación, tecnología y cultura.

¿Cómo ha sido el progreso de la Gestión Cultural en los últimos años en Chile?

En los últimos años la Gestión Cultural ha sido principalmente influenciada por las Políticas Públicas. El tema de las políticas públicas, (data) desde el gobierno de Lagos, donde se produjo la institucionalidad del CNCA principalmente, y se empezó a desarrollar políticas que comenzaron a potenciar la manifestación de la gestión cultural, el análisis de la gestión (...) También hubo un desarrollo académico en la temática, por ejemplo se formularon en la Universidad de Chile algunos programas de Postgrado que posteriormente condujeron a un Magíster, varios diplomados que también fue adoptando la Universidad Católica y esa confluencia, del desarrollo de una oferta académica, más un interés de políticas de Estado iniciaron un desarrollo de la disciplina en el país. Por otra parte, desde la Política Pública, se generaron distintos proyectos de ley que fueron creando los centros culturales de cada región, con un posicionamiento geográfico importante. También se fortaleció muchísimo el área de los fondos concursables, por las líneas que se ampliaron en Fondart, como por otros tipos de programas que fueron fortaleciendo los proyectos. Las empresas también manifestaron un interés importante en la responsabilidad social empresarial que también adoptó algunas acciones dentro de la temática cultural.

¿Por qué un diseñador debiese integrarse al área cultural?

Yo digo que los diseñadores son "antropólogos de lo cotidiano". Están muy ligados a la cultura en sí. Los diseñadores por las características de Metodología de la Investigación que tienen, por la sensibilidad que tienen con respecto a la persona y, entre otras cosas, a la producción de objetos, la producción de experiencias (diseño de experiencia), están capacitados para comprender los fenómenos que ocurren dentro de una cultura determinada y cómo atenderlos y poder comunicar hacia ellos las manifestaciones culturales. Por ejemplo, el desarrollo de las distintas aristas de las manifestaciones artísticas, como el teatro, las artes visuales, la música; todas ellas requieren soportes de comunicación y ahí está el diseño, por un lado. Muchas de ellas también requieren de ciertos elementos que apoyen la difusión, soportes del proyecto en sí, como por ejemplo la museografía. Además, yo considero que el diseñador es un agente cultural y si se involucra con el área artística, se involucra con el área de la cultura, puede ser un muy buen gestor cultural. De hecho, muchas veces los proyectos que desarrolla, en su mayoría, tienen que ver con Gestión Cultural.

¿Cuáles son las ventajas de un Diseñador en términos de la Gestión Cultural?

Principalmente, el diseñador debiera tener una sensibilidad con respecto a lo sociológico en la Gestión Cultural: el análisis de tendencias, una interpretación estética, el hecho de manejar metodología y producción de proyectos también lo pone en una cierta ventaja. El diseñador muchas veces, y dependiendo de la escuela, tiene un bagaje cultural que es interesante. El manejo de capital simbólico y significativo, el conocimiento y la gestión de identidad. No solamente estamos hablando de la producción de un libro o un video, sino que estamos hablando de cosas que tienen que ver con la esencia misma de la Gestión Cultural.

¿Cuáles son las necesidades de la Gestión Cultural en las que un Diseñador podría colaborar?

En todas. Desde la parte metodológica para contruir modelos de negocios creativos. El diseñador tiene conocimientos de síntesis de la información, por lo tanto puede desarrollar informes que presenten proyectos para los concursos públicos, por ejemplo. La producción de objetos, de material de difusión, y prácticamente en todo.

¿Cómo ha sido su experiencia profesional en esta área?

Mi experiencia profesional partió con el Museo de Arte Contemporáneo, artistas, luego con el Centro Cultural Palacio de La Moneda. Colaboré mucho en la creación de una formalización de la identidad corporativa del MAC y también en la difusión de todas las exposiciones que se realizaron en esa época. Fui una experiencia de Director de Arte del MAC. Desarrollé publicaciones, también desarrollé y edité dos elementos importantes dentro del museo de Arte Contemporáneo, el primero fue una exposición que se llamaba *Design Politics* y lo segundo fue un calendario de obras del MAC, de la colección propia, con obras de Ximena Cristi, Roberto Matta, donde yo las seleccioné y armé un calendario. Por otra parte hubo trabajos con la Corporación de Amigos del Arte Contemporáneo, donde edité un par de libros. También me tocó participar en algunas exposiciones del Centro Cultural Palacio de la Moneda y desarrollé distintos catálogos para ciertos artistas visuales. Hoy en día como Magíster en Gestión Cultural desarrollé la marca del Magíster de Gestión Cultural, soy uno de los fundadores y editores de la revista del Magíster de Gestión Cultural de la Universidad de Chile, he sido docente del Diplomado de Gestión Cultural de la Universidad de Chile y actualmente con el proyecto TRAMA, soy uno de los charlistas en el área de imagen y Diseño. Esas son mis experiencias, las que recuerdo.



Talagante, 15 de junio de 2015

CARTA PATROCINIO

La Municipalidad de Talagante, a través de su Corporación Cultural, dirigida por don Manuel Vergara Valenzuela, C.I.: 10.973.231-1, manifiesta por medio de la presente, su apoyo a la iniciativa **"Talagante al Expreso"**, que nos ha sido presentada por la Señorita Marianela Vivar Aguilera, en pos del desarrollo de una plataforma de rescate y difusión de los artesanos de la Provincia de Talagante, reconociéndolos como parte importante de nuestro patrimonio.

Considerando que para nuestra institución el valor cultural de la zona es un tema de suma importancia, otorgamos al proyecto nuestro patrocinio, que se traduce en toda gestión posible de colaboración y respaldo a sus actividades, como también la promoción del mismo en los medios que nos fuera posible y la utilización de nuestro logo en su sitio web y eventuales materiales gráficos.

Se entrega la presente al interesado para ser presentada en las instituciones que estime conveniente.



Manuel Vergara Valenzuela
Director Ejecutivo
Corporación Cultural de Talagante

Corporación Cultural de Talagante – Avda. Bernardo O'Higgins 3201 Talagante
Fono 8154501-8157970 – www.culturatalagante.cl – mail: talagante.cultura@gmail.com



CARTA PATROCINIO

María Isabel Seoane, Gerente de Comunicación y Marketing de Grupo EFE a través de la presente, autoriza la utilización del logo de Grupo EFE en el sitio web del proyecto universitario "Talagante al Expreso", solicitud presentada por la Señorita Marianela Vivar Aguilera, con el objetivo de crear una plataforma de rescate y difusión de los artesanos de la Provincia de Talagante, reconociéndolos como parte importante del patrimonio local.

Considerando que nuestra institución adquiere un gran compromiso hacia la comunidad, más allá de ofrecer un servicio de transporte público, otorgamos al proyecto nuestro patrocinio, que se traduce en la autorización para utilizar nuestro logo institucional en su sitio web y eventuales materiales gráficos, mientras éste se encuentre en su etapa académica.

Se entrega la presente a Marianela Vivar Aguilera para que sea presentada a la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile.

María Isabel Seoane E.
Gerente de Comunicación y Marketing
Grupo EFE

Talagante, Junio de 2015



CARTA PATOCINIO

Graciela Arochas Felber, Gobernadora Provincial de Talagante, a través de la presente manifiesta su apoyo a la iniciativa "Talagante al Expreso", que nos ha sido presentada por la Señorita Marianela Vivar Aguilera, en pos del desarrollo de una plataforma de rescate y difusión de los artesanos de la Provincia de Talagante, reconociéndolos como parte importante de nuestro patrimonio.

Considerando que para nuestra institución el valor cultural de la zona es un tema de suma importancia, otorgamos al proyecto nuestro patrocinio, que se traduce en toda gestión posible de colaboración y respaldo a sus actividades, como también la promoción del mismo en los medios que nos fuera posible y la utilización de nuestro logo en su sitio web y eventuales materiales gráficos.

Se entrega la presente al interesado para ser presentado en las instituciones que estime conveniente.



Graciela Arochas Felber
Gobernadora Provincial de Talagante

Talagante, Junio de 2015



Talagante al Expreso
por Marianela Vivar Aguilera
Santiago, Chile. 2015

