



Fenómeno Kitsch dentro de las ferias artesanales y urbanas de Santiago.

Caroline Gamonal Valladares



Caroline Gamonal Valladares

Diseño Editorial
Caroline Gamonal

Diseño Portada
Caroline Gamonal

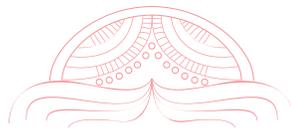
Diseño Interior
Caroline Gamonal

Ilustraciones
Caroline Gamonal

Impreso en Chile

All Impresiones

UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y URBANISMO
ESCUELA DE DISEÑO



CURSI

Fenómeno Kitsch dentro de las ferias artesanales y urbanas de Santiago.



Presentada por:
Caroline Gamonal Valladares

Dirigida por:
Mauricio Vico

«Allí donde habla el corazón es de mala educación que
la razón lo contradiga. En el reino del kitsch impera la
dictadura del corazón.»

Milan Kundera

ÍNDICE

PRIMERA PARTE

1.- Introducción.....17

- 1.1.- Nueva Artesanía.....17
- 1.2.- Planteamiento del Problema.....18
- 1.3.- Objetivos de Investigación.....19
 - 1.3.1.- General.....19
 - 1.3.2.- Específicos.....19

2.- Marco Teórico.....21

2.1.- Sobre gusto y estética.....21

2.2.- Kitsch.....22

- 2.2.1.- Historia del kitsch.....23
- 2.2.2.- Componentes del kitsch según Tomas Kulca.....24
- 2.2.3.- Principios del kitsch según Abraham Moles.....25
- 2.2.4.- Arte kitsch.....27
- 2.2.5.- Objeto Kitsch.....29
 - 2.2.5.1.- Lo inauténtico.....33
 - 2.2.5.2.- Lo Artificial.....34
- 2.2.6.- Kitsch en Chile.....35
 - 2.2.6.1.- El Cachureo.....36

2.3.- Artesanía tradicional.....37

- 2.3.1.- Definiciones del concepto de artesanía.....37
- 2.3.2.- Historia de la Artesanía.....38
 - 2.3.2.1. Zona norte.....38
 - 2.3.2.2 Zona centro.....39
 - 2.3.2.3 Isla de pascua (Rapa Nui).....39
 - 2.3.2.4 Zona sur.....40
 - 2.3.2.5 Santiago.....40
- 2.3.3.- Artesanía Urbana.....42

2.4.- Kitsch y artesanía.....44

- 2.4.1.- Artesanía e imitación.....44
- 2.4.2.- Souvenir.....44
- 2.4.3.- Decoración.....45
- 2.4.4.- Funcionalidad del objeto artesanal.....46
- 2.4.5.- El kitsch, la artesanía y las masas.....49

2.5.- Artesanía en Santiago.....	50
2.5.1.- Kitsch y supermercado.....	50
2.5.2.- Ferias artesanales.....	52
2.5.3.- Ferias de Diseño/Arte/Ilustración.....	52
2.6.- Artesanía Kitsch.....	53
3.- Marco Metodológico.....	54
3.1.- Fichas de ferias.....	54
3.2.- Análisis fotográfico.....	56
3.3 Desarrollo.....	57
3.3.1.- Selección de ferias.....	57
3.3.2.- Análisis fotográfico.....	60
4.- Primeras conclusiones	61

SEGUNDA PARTE

1.-Introducción.....	69
1.1.-Justificación del proyecto.....	69
1.2.-Objetivos de diseño.....	70
1.2.1-Objetivo General.....	70
1.2.2-Objetivos Específicos.....	71
2.- Marco teórico y práctico.....	72
2.1.-Diseño Editorial.....	72
2.1.2.-Partes de un libro.....	72
2.1.2.1.-Forma.....	72
2.1.2.2.-Contenido.....	73
2.1.2.3.-Diagramación.....	75
2.1.2.4.-Tipografía.....	75
2.1.2.5.-Color.....	75
2.1.2.2.-Materialidad y formato.....	77
2.2.-Libro de artista.....	77
2.2.1.- Tipos de libro de artista.....	78
2.2.2.-Referentes.....	80
2.3.-Libro objeto.....	83
2.3.1.- Democratización del arte.....	85
2.3.2.-Formatos.....	85
2.3.3.-Referentes.....	86
2.4.-Libro de Artista en Chile.....	86
2.4.1.- Naranja, librería y editorial....	86
2.4.2.- Feria Chaco.....	87

2.4.3,- Feria Impresionante.....	87
3.-Desarrollo del proyecto.....	89
3.1.-Concepto.....	89
3.2.-Materialidad y formato.....	90
3.3.-Encuadernación.....	91
3.4.-Diagramación/Retícula.....	91
3.5.-Tipografía.....	92
3.6.-Colores.....	95
3.7.-Estructura.....	97
3.8.-Ilustraciones.....	98
4.- Conclusiones.....	102
5.- Bibliografía 1a y 2a parte.....	104

ÍNDICE FIGURAS

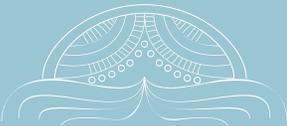
Fig. 1. Packaging cerveza Becker y referencia al gato surfer.....	24
Fig. 2. Miniatura de Moais de Isla de Pascua.....	25
Fig. 3. Restaurant chileno «VeriTypical» decorado de forma kitsch.....	25
Fig. 4. Caja Musical.....	26
Fig. 5. Collares dinosaurio tienda Walaila, Chile. Aquí se aprecia el principio de mediocridad según Moles.....	26
Fig. 6. Balloon Dog (Amarillo). Colección Celebration. Jeff Koons.....	27
Fig. 7. Puppy. Jeff Koons.....	27
Fig. 8. Michael Jackson and Bubbles. Jeff Koons.....	28
Fig. 9. A Bold Bluff. Cassius Marcellus Coolidge.....	28
Fig. 10. A Friend in Need. Cassius Marcellus Coolidge.....	28
Fig. 11. The Reunion. Cassius Marcellus Coolidge.....	28
Fig. 12. Vulcan Leather, 2012. Eric Yahnker.....	29
Fig. 13. Kings Court, 2016. Eric Yahnker.....	29
Fig. 14. Chanco de greda adulterado con motivo de spiderman.....	30
Fig. 15. Juego de té Kitsch.....	31
Fig. 16. Figura en miniatura decorativa de la Estatua de la Libertad.....	31
Fig. 18. Chanco en greda de Pomaire.....	31
Fig. 19. Artesanía en cobre.....	31
Fig. 20. Artesanía en lapislázuli.....	32
Fig. 22. Prendedores de tienda La Hacedora, Chile.....	32
Fig. 23. Macetero en cerámica de tienda La Hacedora, Chile.....	32
Fig. 24. Falabella Bordados.....	33
Fig. 25. Johnson Jeans Bordados.....	33
Fig. 26. Imagenes religiosas como ornamentos de cofres/joyereros, feria Los Domínicos.....	34
Fig. 27. Lámpara de Jesús.....	34

Fig. 28. Estatuillas de la Virgen María decoradas con elementos sobreañadidos a su imagen religiosa.....	34
Fig 29. Miniaturas semirealistas de comida.....	35
Fig 30. Retablo Bar.....	35
Fig 29. Miniaturas semirealistas de comida.....	36
Fig. 32. Artesanía perteneciente a la feria ubicada frente al cerro Santa Lucía.....	38
Fig. 33. Mujeres con telar, (2008).....	39
Fig. 34. Gredas de Pomaire. (2008).....	39
Fig. 35. Tallado de moái en madera. (2008).....	40
Fig. 36. Platería y greda mapuche. (2008).....	40
Fig. 37 Feria Artesanal Parque Forestal, Santiago.....	41
Fig. 38 Feria de Artesana Parque Forestal, Santiago.....	41
Fig. 39 Feria de Artesana UC, Parque Forestal Santiago.....	41
Fig. 40 Feria Artesanal Patio Bellavista, Santiago.....	42
Fig. 41 Feria Artesanal Barrio Bellavista, Santiago.....	43
Fig. 42 Feria Artesanal Los Domínicos, Las Condes, Región Metropolitana.....	43
Fig. 42 Feria Artesanal Los Domínicos, Las Condes, Región Metropolitana.....	44
Fig. 43 Ejemplos de Souvenir, feria bellavista.....	45
Fig. 44 Souvenir Isla de Pascua.....	45
Fig. 45 Macetero Decorativo con forma de zapato.....	46
Fig. 46 Bordado Tienda Frutillagram, Chile.....	46
Fig 47. Set de té.....	47
Fig 48. Set de té considerado kitsch por su imitación a los juegos de té antiguos, por ende sacados de contexto.....	47
Fig 49. Juego de té kitsch.....	47
Fig 50. Gato de la suerte.....	47
Fig 51. Cisne decorativo de loza.....	48
Fig. 52 Borracho en vidrio, feria Los Domínicos.....	48
Fig 53. Dijes de porcelana en frío que son usados decorativamente como aros, collares, pulseras, etc.....	48
Fig 54. Papiroflexia.....	49
Fig. 55 Tienda «Mundo a Mil» ubicada en Nueva Providencia.....	fecha.51
Fig 56. Fachada supermercado Lider.....	51
Fig. 59 Mapa ferias Santiago.....	57
Fig. 60 Mapa Feria Los Domínicos.....	59
Fig 61. «Weaving as metaphor» de Sheila Hicks.....	80
Fig 62. «Weaving as metaphor» de Sheila Hicks.....	80
Fig 63. «Weaving as metaphor» de Sheila Hicks.....	81
Fig 64. «Weaving as metaphor» de Sheila Hicks.....	81
Fig. 65. Lenguario.....	82
Fig 66 Quizás-Aún-Tal vez.....	83
Fig 67. Especies, seis poemas/seis especias.....	84
Fig 68. 9 breves poemas japoneses.....	84
Fig 69. Crónicas de Chile, Mario Lagos.....	85
Fig 70. Naranja Librería & Editorial.....	86
Fig 71. Feria Impresionante (día 2).....	87
Fig 72. Feria Impresionante (día 2).....	87
Fig 73. Feria Impresionante (día 2). serigrafía.....	88
Fig 74. Esquema conceptos.....	89
Fig 75. Medidas Libro Objeto.....	90
Fig 76. Encuadernación copta.....	91

Fig. 77. Retícula 4 columnas, texto a 2 columnas....	91
Fig. 78. Retícula 4 columnas, texto a 1 columna, centrada.....	92
Fig. 79. Tipografía trabajada manualmente.....	93
Fig. 80. Tipografía trabajada manualmente vectorizada.....	93
Fig. 8. Tipografía del texto trabajada manualmente.....	94
Fig. 82. Referente colores kitsch.....	96
Fig. 83. Referente colores kitsch.....	96
Fig. 84. Separación capítulo. Ilustración patrón rosas....	97
Fig. 85. Separación capítulo. Ilustración patrón flamings.....	97
Fig. 86. Separación capítulo. Ilustración patrón piñas....	97
Fig. 87. Subcapítulo Principio de inadecuación....	98
Fig. 88. Subcapítulo Principio de inadecuación, grulla origami miniaturizada.....	99
Fig. 89. Subcapítulo Principio de inadecuación, grulla origami hiperdimensionalizada.....	99
Fig. 90. Ilustración patrón rosas.....	100
Fig. 91. Introducción.....	100
Fig. 92. Capítulo Principios del Kitsch.....	100
Fig. 93. Subcapítulo Principio de acumulación, impreso en tela con detalles bordados.....	101
Fig. 94. Subcapítulo Principio de acumulación, impreso en tela con detalles bordados, acercamiento.....	101

ÍNDICE CUADROS

Cuadro 1. Ferias Artesanía Urbana.....	54
Cuadro 2. Ferias Tradicionales.....	55
Cuadro 3. Análisis fotográfico.....	56
Cuadro 4. Partes de un Libro (forma).....	73
Cuadro 5. Partes de un Libro (contenido).....	75



PRIMERA
PARTE



1.- INTRODUCCIÓN

1.1.- Nueva Artesanía

La motivación para comenzar esta investigación ha sido poner en valor a los nuevos artesanos y sus formas de artesanía en la actualidad santiaguina. No sólo exponiendo este fenómeno, sino también, definiéndolo conceptualmente. Para esto se definirá, primeramente, cómo se estructura de forma general esta Nueva Artesanía, y para este fin se tomará la investigación realizada en el Seminario de Diseño I y II, del año 2016, titulada «La Nueva Artesanía; Tipologías y factores que delimitan el fenómeno de la artesanía urbana».

Primero que todo la artesanía es un fenómeno cultural que abarca muchos ámbitos dentro de una sociedad, ya que se inspira en ella, y se relaciona principalmente con los objetos; es el arte o técnica por la cual se realizan objetos de forma manual, con la ayuda de herramientas y aparatos sencillos que ayudan en la labor, se desliga de la producción industrializada en la cual la mano del hombre no es predominante como si lo es el quehacer de la máquina. Existe un tipo de artesanía tradicional relacionada con las raíces y costumbres de un lugar, de la cual se hablará más adelante (ver página 49), y una artesanía urbana, relacionada con el quehacer artesanal actual cuya definición, según lo concluido en la investigación de seminario mencionada anteriormente, se dará a continuación:

La Nueva Artesanía o Artesanía Urbana es aquella que suma el diseño y las manualidades a su quehacer; Diseño, ya que, además de implementar branding¹, lo utilizan para diseñar piezas artesanales utilizando las herramientas que el diseño entrega, tanto conceptuales y de conocimiento, como herramientas digitales (programas) o tecnologías tipo corte láser, facilitando su creación pero manteniendo como prioridad el carácter humano en su producción. Sumado a esto las manualidades (en su definición desligadas de la artesanía por ser consideradas superfluas) aportan en cuanto a la búsqueda de materiales nuevos. Hoy en día muchos oficios de índole artesanal están desapareciendo y una de las razones es por la falta de material, es por esto que la metodología característico de las manualidades, que implica poder usar cualquier material a la mano, permite a la artesanía preservar, a pesar de la materialidad, la técnica del oficio. Por otro lado, la Nueva Artesanía, se desvincula de la Artesanía Tradicional por tres motivos principales:

1. Permite rescatar la técnica de un oficio de forma flexible, ello ocurre a través de nuevos materiales y formas.
2. Las formas de aprendizaje se han expandido, hoy son variados los métodos por los cuales se puede aprender un oficio artesanal, es la gran incidencia de las redes sociales y en especial «youtube» lo que ha permitido que cualquier individuo con interés, sin conocimiento previo ni herencia familiar pueda adentrarse en el camino para ser artesano.
3. Las motivaciones son distintas, no basadas en un linaje familiar de artesanos, ni en representar las tradiciones de forma unilateral de una única zona. Nacen principalmente de las ganas del individuo de crear con sus manos.²

¹ Branding es un anglicismo que refiere a la disciplina de gestión que se ocupa de que todos los elementos que forman parte de una marca funcionen de manera sinérgica. Proveniente del término «Brand» o marca.

² Gamonal, C. (2016). La Nueva Artesanía; Tipologías y factores que delimitan el fenómeno de la artesanía urbana. Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile, Santiago.

Es el tercer punto el que nos introduce al porqué proponer el kitsch para categorizar algunos tipos de artesanía. Uno de los factores principales que delimitan la diferencia entre artesanía tradicional y moderna/urbana, es la motivación personal de cada persona, lo que les da una libertad que el artesano antiguo no poseía; la libertad de representar o interpretar mediante el quehacer artesanal cualquier tema o contenido, el propósito es poder crear con sus propias manos un objeto representativo de gustos personales, generacionales o creaciones personales, diferenciándose del arte ya que es hecho en serie, y el propósito no es tanto expresivo como de sustento o del poder vivir de lo que les gusta.

A diferencia de la artesanía tradicional que destaca principalmente por transmitirse generacionalmente con patrones de diseño y formas de trabajo ya establecidas, con poca posibilidad de cambio (ver página 50).

Es esta libertad expuesta en éste punto (número 3) la que permite que este tipo de artesano, cuyo fin no es preservar una tradición, sino, conseguir un bien económico, cree objetos kitsch, ya que no existen limitaciones impuestas por tradición y puede guiarse por un juicio propio que llega a la creación de objetos que temáticamente están por fuera de la línea artesanal, pero técnicamente lo siguen siendo; se estaría hablando de un objeto que puede designarse como artesanía kitsch.

Es por esto que se observa una artesanía sacada de contexto, extraña y de «mal gusto» para algunos, que muchas veces causa dudas con respecto a su calidad de artesanía. Sin embargo, los artesanos urbanos han logrado que este fenómeno tome una forma menos cuestionable, a pesar de que sus trabajos no suelen considerarse -a priori- como artesanía, crean objetos usando temas sumamente rentables a los que se les da un valor agregado al estar hechos a mano mediante técnicas artesanales. También existe un tipo de artesanía tradicional que es ciertamente kitsch, y que es el asunto a tratar en esta investigación. Por tanto se abarcarán ambos tipos de artesanía, amparados bajo el fenómeno kitsch, pero el contexto se situará en la ciudad de Santiago de la cual se tomarán algunas ferias para sacar una muestra de estudio.

Esta será una investigación de tipo exploratoria ya que, si bien existen algunas menciones en textos que pueden asociarse al tema en cuestión y el tópico de la artesanía está constantemente cubierto por investigaciones, libros, entre otros, el enfoque que se le da a ésta es distinto, se busca ahondar en el fenómeno kitsch dentro de la artesanía, y cómo esta mezcla -Artesanía y Kitsch- conlleva a un concepto de artesanía que muchas veces vemos sin tener claridad de su existencia.

Las limitaciones de este proyecto son de tipo geográfico, debido a factores de tiempo, distancia, económicos, etcétera, el estudio será realizado en Santiago, específicamente la zona centro. Además la cantidad de ferias que serán parte de la investigación son sólo una muestra representativa debido a los motivos anteriormente nombrados.

1.2.- Planteamiento del problema

La necesidad de realizar una investigación, y futuro proyecto, en torno al kitsch y los vínculos con la artesanía, es debido a la evolución de una artesanía tradicional a una moderna que ha incorporado diversos factores externos, como nuevas tecnologías, materiales, cultura pop³, entre otros. Así, han provocado que se genere una especie de artesanía sacada de contexto y, muchas veces, menospreciada o de plano no contemplada como artesanía, por ende mediante una definición conceptual y trabajo de campo, se espera delimitar y, a través del lenguaje, conceptualizar el fenómeno.

3 Abreviación de «cultura popular», este concepto, proveniente del siglo XIX alude a una serie de patrones culturales, manifestaciones artísticas, literarias, entre otras que son preferentemente consumidas por la clase baja o media, de baja o nula escolaridad o formación académica (clases populares), ésta se contraponen a la clase alta o cultura académica. Ya en el siglo XX, debido a que es un fenómeno estático pasa a convertirse en una referencia de identidad cultural territorial o territorial. En la actualidad el término hace alusión a los gustos y preferencias de las masas.

Con esto se hace visible la necesidad de definir, por escrito, qué es la artesanía kitsch para que sea un concepto de entendimiento masivo y aplicable como definición. Para ello nos tomamos de la siguiente cita que aporta a la idea:

Decimos que cuando hablamos actuamos, y cuando actuamos cambiamos la realidad, generamos una nueva. Aun cuando describimos lo que observamos, pues obviamente lo hacemos, estamos también actuando, estamos «haciendo» una descripción y esta descripción no es neutral. Juega un papel en nuestro horizonte de acciones posibles. A esto le llamamos la capacidad generativa del lenguaje —ya que sostenemos que el lenguaje genera realidad.⁴

Precisamente porque el lenguaje delimita y da derecho a los objetos para existir formalmente, no sólo en nuestro vocabulario, sino en nuestro entorno y realidad, es que este objetivo es sumamente importante para esta investigación, porque a partir de aquí podemos aplicar un nombre para validarlo frente a las masas.

1.3.- Objetivos de Investigación

1.3.1.- General

Fundamentar la existencia del fenómeno artesanal kitsch presente en las ferias seleccionadas dentro de la ciudad de Santiago.

Teniendo en cuenta esta investigación se busca establecer bases para un fenómeno actual, pero no nuevo, presente en la realidad artesanal y de los artesanos en nuestro país, circunscrito a la ciudad de Santiago. Definir y establecer sus límites para así conseguir una definición que fundamente su existencia mediante recopilación de información y pruebas empíricas.

Para ello se hará un estudio de casos, los cuales serán ferias comprendidas en el sector especificado (Santiago), y de estas se tomarán artesanos (tiendas, colectivos, o personas individuales) para estudiar al detalle.

1.3.2.- Específicos

a) Definir el concepto de artesanía kitsch en relación al contexto del territorio seleccionado y estudios de casos propuestos.

Es necesario definir a qué nos referimos con artesanía kitsch, delimitar el concepto para así poder ocuparlo de manera taxonómica aplicable por cualquier persona que lea su definición.

b) Establecer patrones kitsch dentro de la artesanía

Tomando en cuenta la información recopilada en el objetivo número uno es posible reconocer patrones dentro de la artesanía que hagan de esta un producto kitsch y así hacer más fácil el camino al tercer objetivo. Esto mediante la realización de un esquema o ficha o modelo que pueda aplicarse a un puesto de artesanía o al trabajo de un artesano.

⁴ Echeverría, R. (1994): Ontología del lenguaje, Santiago, Lom Ediciones S.A, 2005. 84.

c) Determinar la incidencia del fenómeno kitsch en la artesanía urbana.

Para lograr esta documentación es importante determinar cómo influye el kitsch en la artesanía, cuales son los factores de éste que aplican y cuáles no, con el fin de poder tener una discusión conceptual precisa que nos permita llevar a cabo el segundo objetivo.

2.- MARCO TEÓRICO

2.1.- Sobre gusto y estética

¿Qué es el buen o el mal gusto? A lo largo de la historia ambos conceptos han sido discutidos por la sociedad, especialmente en el ámbito de las artes, siendo éste motivo de discriminación para obras y personas. Cada sociedad, acorde a su época, ha tenido un parámetro de buen y mal gusto, y mientras el tiempo avanza esos estigmas van quedando atrás y mutando con la formación de las nuevas sociedades, lo que antes parecía de buen gusto hoy puede estar totalmente alejado de ello y viceversa.

Sin embargo, hay una constante en este fenómeno, ha sido la alta sociedad, aquella que tiene el poder económico y puede adquirir las piezas «auténticas» la que ha tachado su gusto de «buen gusto», ya que se adjudican la capacidad de percibir lo bello, calificando el gusto de la sociedad burguesa y las masas de forma denostativa como «mal gusto» marcando así, de forma aún más exagerada, los límites entre clases.

El kitsch, siendo su target por excelencia el público de masas, ha sufrido este estigma -y ha surgido gracias a éste- ya que parte de su inautenticidad, de la que se hablará más adelante, está basada en su carácter de imitación a las obras auténticas con el fin de satisfacer las necesidades de una sociedad burguesa que no pagará el precio real de una obra de arte, pero que, no obstante, quiere tener en su casa una pieza de «buen gusto» ya aprobada por la alta sociedad. Así, con el paso del tiempo el objeto kitsch ha suplido la necesidad de «belleza» del público de masas y disgustado al «buen gusto» de aquellos pertenecientes a la alta sociedad.

A finales del siglo XVIII comienzan a realizarse los planteamientos con respecto al gusto estético. Los pensadores de la época, Baumgartner, Shaftesbury, Kant, por nombrar algunos, comienzan a cuestionarse si se nace con la facultad del gusto o si éste es realmente una capacidad condicionada por la experiencia cultural en la que el individuo se encuentra inmerso.

¿Es el gusto estético racional o sensible? Los autores no han logrado llegar a un acuerdo o definición universal al respecto.

El concepto «estética» viene del griego *αισθητική* [aisthētikḗ], «sensación», «percepción», y este de *αἴσθησις* [aísthēsis], «sensación», «sensibilidad», e *-ικά* [-icá], «relativo a», sin embargo, es el filósofo y profesor alemán (Universidad de Halle-Wittenberg) Alexander Baumgarten (1714-1762) quien designa el término como estudio del conocimiento de la belleza. El filósofo considera a la estética como un conocimiento sensible pero no ajeno al carácter racional, por esto valora de forma sumamente intelectual la experiencia estética y es el responsable del principio en el cual se dice que el arte y la belleza tienen su objetivo en sí mismos.

El ser humano dispone de sentidos que le permiten moverse en el mundo, nace con ellos, tienen un sentido práctico pero para poder apreciar realmente la experiencia estética estos sentidos deben ser educados. La experiencia estética no puede desligarse de los sentidos.

Anthony Ashley Cooper, 3er conde de Shaftesbury (1671-1713), político y filósofo inglés, creía que el humano poseía una facultad dirigida a la apreciación de la estética, en donde la belleza es percibida como virtud. A su vez Francis Hutcheson (1694-1746), economista y filósofo irlandés, proponía que en el individuo existe un sentido interno con respecto a la belleza que produce placer al ser percibida. Postula que existe una predisposición en la cual el ser humano se siente mayormente complacido con un objeto uniforme que con uno que no lo es. Por ende existiría una especie de gusto universal, del cual los seres humanos, en mayor o menor medida, están dotados. Immanuel Kant (1724-1804), filósofo prusiano (Prusia, ahora Rusia) postula que lo bello provoca agrado y lo no bello desagrado, y aquello que provoca agrado -placer- es de buen gusto. El gusto estético, en este caso, no podría estar separado de la parte sensible del ser humano. Los juicios de belleza son desinteresados y para Kant si el individuo es consciente de que el placer no se justifica en un interés entonces puede ser universal.

Como hemos dilucidado el gusto parte desde una primera impresión proveniente de los sentidos humanos, pero una vez que se concientiza que esta impresión provoca agrado o placer se establece socialmente como «buen gusto», se convencionaliza. Por ende el gusto vendría siendo sensitivo -afectivo- y posteriormente intenta ser racionalizado para llegar a una justificación, un porqué.

Por otra parte, el desarrollo del gusto en los individuos está condicionado al juicio o a lo emotivo, y podría refinarse o perfeccionarse -educarse-. Resumiendo, el gusto vendría siendo la capacidad de percibir lo bello -que provoca agrado-, es una posibilidad de la naturaleza humana, ya que la belleza está ligada directamente a la subjetividad de los individuos y el gusto es el sentido capaz de percibir la belleza en las cosas.

No obstante, culturalmente a lo largo de la historia, no todo es subjetivo, lo que cada individuo sabe, conoce o cree, va afectando el modo en que ve las cosas, así como su gusto. Todas las obras de arte o fotografías muestran un punto de vista, capturan el momento, lugar y encuadre que su autor elige, esto altera la forma en que muestran las imágenes y en cómo son percibidas.

Una imagen es una visión que ha sido recreada o reproducida. Es una apariencia, o conjunto de apariencias, que ha sido separada del lugar y el instante en que apareció por primera vez y preservada por unos momentos o unos siglos. Toda imagen encarna un modo de ver y Incluso una fotografía, pues las fotografías no son como se supone a menudo, un registro mecánico.⁵

Por otra parte, la cámara fotográfica ha sido responsable de transformar la visión del público con respecto a las obras de arte originales. La reproducción hecha mediante la fotografía a a destruido la unicidad de una imagen, logrando que esta pueda estar en todos los lugares al mismo tiempo, es por esto que los originales pasan a tener valor, más allá de la imagen, por su calidad como objetos (tangibles) únicos. -La obra de arte- «Ha adquirido la virtud de impresionarnos. Pero no por lo que muestra, no por la significación de su imagen. Ahora es impresionante, misterioso, por Su valor en el mercado.»⁶

Contemplado lo anterior, se facilita entender el porqué el «buen gusto» se ha culturalmente arraigado a la clase de mayor poder adquisitivo, quienes son capaces de adquirir la obra de arte original, el objeto, la cosa. Banalizando la copia catalogada de «mal gusto».

Posterior a ello, pasando del concepto original-copia que ha avanzado hasta nuestros tiempos, la significación de la imagen empieza a cambiar su concepción en cuanto a lo que tiene a su lado.

Una imagen tiene un valor para, quien la observa, que depende del objeto, texto, persona, etc, que la acompañe.

Por ejemplo, al ver una imagen de un artista no es vista con los mismos ojos estando sola, versus si bajo ella existe un texto informando que fue su primera o última pintura.

Por una razón como la nombrada anteriormente es que las clase altas gustaban de mandar a hacer pinturas en las cuales hubieran objetos, terrenos o propiedades a las cuales ellos podían acceder, no así las clases bajas. En la actualidad la publicidad hace algo similar, haciendo creer al espectador, mediante la imagen, que necesita el objeto que venden, que antes de poseerlo se encuentra en un estado de carencia, y al obtenerlo puede acercarse al ser exitoso que muestran en las pantallas. Esto sucede en una sociedad capitalista en la que la compra entrega un placer capaz de satisfacer toda necesidad, superficialmente, claro está, de no ser así no podría mantener el círculo vicioso que lo hace exitoso. «En otro tiempo lo logró -el capitalismo- mediante privaciones generalizadas. Hoy lo está logrando en los países desarrollados mediante la imposición de un falso criterio sobre lo que es y no es deseable.»⁷ y así mismo, ha ido manipulando la fluctuación entre el buen y mal gusto.

2.2.- Kitsch

Según la Real Academia Española el kitsch es:

- 1) Estética pretenciosa, pasada de moda y considerada de mal gusto
- 2) Pertenciente o relativo al kitsch.

Otros diccionarios online, como Wordreference, definen el concepto de formas similares:

- 1) Tendencia artística de fines del siglo XVIII que se caracterizó por su ostentosa pretenciosa, su barroquismo y su «mal gusto».
- 2) De esta tendencia artística o relativo a ella, especialmente referido a los elementos decorativos excesivamente recargados y pretenciosos.

⁵ Berger, J. (1972): Modos de ver, 6.

⁶ Berger, J. (1972): Modos de ver, 14.

⁷ Berger, J. (1972): Modos de ver, 86.

Ambos haciendo referencia al mal gusto, ya que los entendidos en la materia así lo consideran, y a lo pretencioso (que pretende ser más de lo que es), un objeto, en el amplio sentido de la palabra, que llama la atención, ya que es ostentoso.

Si bien no se tiene claro el origen del concepto kitsch existen varias fuentes que entregan diversas versiones. Sin embargo, siempre con uno que otro aspecto en común, los cuales se irán reuniendo para obtener una definición más clara y general al respecto. Se dice en el libro «El Kitsch» de Tomas Kulka: «Algunos creen que procede del término inglés “sketch” (boceto), mientras otros la relacionan con la expresión alemana “etwas verkitschen” (vender barato)»⁸ siempre asociando el término a un objeto de baja calidad, lo mismo según lo escrito por Abraham Moles en el libro *Kitsch y Objeto* página 153:

Empleada en su sentido actual, la palabra kitsch aparece en Munich hacia 1870; es una palabra familiar para el alemán del sur; kitschen: chapucear, y en particular hacer muebles nuevos con muebles viejos, es una expresión corriente; verkitschen: hacer una cosa por otra, vender algo en lugar de lo que había sido pedido exactamente. Existe aquí un pensamiento ético subalterno, una negación de lo auténtico⁹

Ya desde el siglo XIX la expresión «Kitsch» ha tenido connotaciones negativas, quitándole valor al objeto denominado bajo este concepto, sin embargo, a pesar de esto y a diferencia de los objetos de mala calidad o alejados del arte, lo kitsch gusta y es preferido por un amplio espectro de personas. «El kitsch es una dimensión del objeto en sus relaciones con el ser, que se sobre añade a las funcionalidades tradicionales»¹⁰, por ende, descartando la negatividad abarcada por el concepto, se rescatan dos aspectos importantes; Primero, «lo kitsch» se define por su relación con el Hombre, dígame de otra forma, con las masas y por esto tiene un potencial comercial importante.

Desde el principio, las obras denominadas kitsch tuvieron un gran atractivo popular y, al mismo tiempo, un fuerte rechazo por parte de las élites cultivadas. Con todo, muy rápidamente mostraron una virtud sorprendente e inesperada que sería fundamental para la supervivencia del movimiento: era un tipo de movimiento que podía competir comercialmente sin problemas con el arte llamado de calidad.

Segundo, y para términos de esta investigación, es un añadido a un «elemento», en este caso un objeto. El kitsch agrega un aspecto estético fundido con una función que pasa a segundo plano, siendo el objeto apreciado por su apariencia, tanto más que por su funcionalidad.

Una definición más contemporánea y ciertamente interesante nos abre a un kitsch más positivo y menos descalificativo, según el checo-argentino Federico Jorge Klemm, en el programa «Banquete Temático» el término se aleja del mal gusto y pasa a ser «una categoría estética de nuestra contemporaneidad que no tiene que ver con una sistematización del mal gusto, sino con una exacerbación de lo artificial y lo desmesurado»¹¹.

2.2.1.- *Historia del kitsch*

La versión más aceptada del origen de la palabra es en Munich, Alemania entre 1960 y 1970, vendría del término «Kitschen», que significa chapuza y también «barrer mugre de la calle», por lo tanto era usado, despectivamente, para referirse a bocetos o «arte» barato, rentable y de fácil comercialización. Nace en conjunto con la sociedad burguesa de Munich y sus ansias por ser como la élite de ese entonces, por esto comenzaron a imitar los rasgos preponderantes de su cultura y a hacerlos propios, es por esto que la élite apela al mal gusto de la burguesía, lo «kitsch» convertido en una respuesta, de mala manufacturación, que identificaba a este individuo adinerado, no genuino.

Es en la primera década del siglo XX que el kitsch se convierte en un término internacional que implica la noción de inadecuación estética. Por ejemplo, una estatua griega reducida al tamaño de una chuchería, o un auténtico Rembrandt¹² colgado en el ascensor de la casa de un millonario, muestran dos extremos: el del arte auténtico reducido a significar riqueza y el del patente no arte vestido como bello.

En Estados Unidos entre 1910 y 1930 los inmigrantes enriquecidos, debido a la agricultura y al crecimiento de la industria cinematográfica (Hollywood), comenzaron a imitar el estilo de vida aristocrático construyendo grandes

⁸ Kulka, T. (2011): *El Kitsch*. Madrid, Casimiro Libros, 9.

⁹ Moles, A.,Wahl, E. (1969), op. cit., 153.

¹⁰ Ibidem

¹¹ Productor por encontrar. (1995). *El Banquete Temático* [Serie de televisión]. Argentina.

¹² Término usado para referirse a los cuadros pintados por el artista neerlandés, Rembrandt Harmenszoon van Rijn (1606-1669).

mansiones en las que mezclaban distintos tipos de estilos (Barroco, gótico, rústico) creando una corriente llamada el «estilo Californiano». Además, los interiores eran decorados de forma caótica y exagerada, con el principio de amontonamiento, donde la extravagancia predominaba en las distintas piezas decorativas; Chimeneas con alturas desproporcionadas, falsos escudos, grandes marcos de plástico que simulaban madera, tapetes de pieles sintéticas, y otros materiales.

2.2.2.- Componentes del kitsch Según Tomas Kulka¹³

1) El kitsch representa un objeto o tema que se tiene comúnmente por bello o emotivo.

Este punto trata de que para que un objeto, tema o similar sea Kitsch requiere necesariamente que el motivo a representar sea, por consenso colectivo, reconocible, o sea, todo individuo perteneciente a un público de masas debe ser capaz de reconocerlo, si bien Kulka postula que el Kitsch debe ser más bien «realista» y no relacionado a estilos de difícil reconocimiento como el «expresionismo»¹⁴ o «impresionismo»¹⁵, en la actualidad gracias a la hiperconectividad¹⁶ y globalización las fronteras de lo reconocible se han extendido. Existe una diversificación de formas, un amplio nivel de abstractismo, que permite a los individuos reconocer las cosas sólo con los rasgos y formas mínimos necesarios, por ende la necesidad de «realismo» ya no es primordial, un ejemplo empírico, exagerado, pero ilustrativo, es el caso de la cerveza Becker en la cual los consumidores veían en el logotipo un gato surfando, suceso muy aclamado en el año 2010 especialmente por los jóvenes, gracias a esto se hizo toda una publicidad al respecto.

13 Tomas Kulka profesor de filosofía en la Universidad Tel Aviv.

14 Movimiento artístico y literario de origen europeo surgido a principios del siglo xx que se caracteriza por la intensidad de la expresión de los sentimientos y las sensaciones.

15 Movimiento plástico que se desarrolló a partir de la segunda mitad del siglo XIX en Europa, principalmente en Francia, caracterizado, a grandes rasgos, por el intento de plasmar la luz (la «impresión» visual) y el instante, sin reparar en la identidad de aquello que la proyectaba.

16 La hiperconectividad es un concepto que sintetiza la situación actual del ser humano en la cual vive conectado permanentemente a la información a través de diferentes dispositivos como la radio, la televisión, internet.



Fig. 1. Packaging cerveza Becker y referencia al gato surfer. Fuente: Caféina en Vena (Blog), 2017.

Este es un claro ejemplo de cómo las formas abstractas, gracias a rasgos mínimos reconocibles, pueden ser asociadas por todo un grupo de personas a un elemento en común. La letra «B» acostada deja ver unas puntas en su parte superior, lo que denota las orejas de un gato debido a que en el inconsciente colectivo la figura de este animal se basa principalmente en las orejas puntiagudas, desde esa observación se asocian los demás elementos como el cuerpo en la «e» y la «c» y la tabla con la ola en la letra «k».

2) El objeto representado es rápida y fácilmente reconocible.

Esto ligado totalmente al primer punto, la imagen debe ser reconocida de forma rápida por el público de masas (aquí el ejemplo de Becker no es admisible, sin embargo fue usado como representación exagerada del reconocimiento de un elemento a través de pocos rasgos), no debe admitir segundas interpretaciones en cuanto a lo que representa formalmente (es posible que existan interpretaciones conceptuales al respecto pero no en cuanto a la forma del objeto), lo representado necesita siempre de un contexto común para el espectador, ya que si no es reconocido fácilmente las emociones que debería suscitar no se darán de forma inmediata, por lo tanto, ya no sería tan emotivo o bello.

3) El kitsch no enriquece sustancialmente nuestras asociaciones mentales ligadas al objeto representado.

El kitsch no es vanguardista, no innova, no enriquece con otros elementos el objeto representado, no de forma que transforme su esencia, el kitsch no crea belleza, se aferra a algo existente que ya es bello o emotivo, es por esto que es tan comercialmente rentable. «El consumidor de kitsch podrá creer que lo que le atrae son los merinos estéticos de la representación “artística”, pero lo que realmente está operando son las asociaciones habituales respecto de las cuales estará positivamente predispuesto.»¹⁷

Estos tres aspectos son un primer indicio para reconocer un objeto kitsch, ya teniendo clasificados los objetos como artesanía urbana (explicada en la introducción como «Nueva Artesanía» y que será complementada posteriormente) o artesanía tradicional, sólo bastará con reconocer estos tres elementos en los objetos para saber si es artesanía kitsch, aunque esto es comenzar muy a priori.

2.2.3.- Principios del Kitsch según el Ingeniero eléctrico, doctorado en física y filosofía, Abraham Moles

Abraham Moles postula cuatro principios con respecto al kitsch, los cuales se explicarán a continuación.

1) Principio de inadecuación

Este principio postula que todo objeto kitsch siempre está sacado de contexto y fuera de foco, específicamente en lo que respecta al tamaño, existe una hiperdimensionalización (aumentar el tamaño real de un objeto) o hipodimensionalización (miniaturizar un objeto), esto suele verse mucho en el souvenir y en la artesanía urbana que busca mediante su obra presentar de forma miniaturizada, una muestra de los factores que influyen en su trabajo, un prendedor de sopaipilla, un llavero de porcelana de Frida Kahlo, etcétera. Es el muy famoso souvenir producto de este principio, usado tanto en artesanía urbana como en la tradicional y que abusa de éste.



Fig. 2. Miniatura de Moais de Isla de Pascua. Fuente: Gettyimages.es (web), sin fecha.

2) Principio de acumulación

Este principio tiene mucho que ver con la idea de amontonamiento, llenar el espacio. «el arte del kitsch tiene horror por el vacío y trata de llenarlo con objetos y acontecimientos», esto se ve principalmente en la decoración en la cual el adorno es el protagonista, con o sin función preliminar, cuya labor primordial es la de ornamentar un espacio, tanto muebles como paredes, no dejar cabida al vacío, esto también se refleja en las formas y colores, la extravagancia, lo llamado «de mal gusto» porque en el kitsch más es más.



Fig. 3. Restaurant chileno «VeriTypical» decorado de forma kitsch. Fuente: Soto, G. 2015. (Recuperado de: <http://yofui.com/?evento=5879&foto=334386>)

¹⁷ Kulka, T. (2011), op. Cit., 26

«Uno de los factores que emerge frente al estudio de los diferentes aspectos del kitsch [...] es la idea de profusión, por ejemplo la de llenar el entorno humano con un número más o menos elevado de objetos: hay un factor de cantidad que está siempre presente»¹⁸

El restaurante de la imagen es un excelente ejemplo del principio de acumulación, sus paredes poseen una enorme cantidad de adornos, casi sin dejar espacio en ella, sumado al exceso de colorido, luces, muebles, entre otros, que llenan el espacio de objetos hasta más no poder.

3) Principio de percepción sinestésica

Este tercer punto hace referencia a tomar por asalto el mayor número posible de canales sensoriales (multiplicidad de los canales), ligado al principio de amontonamiento, pero a través de los sentidos. Un objeto capaz de llenar al individuo por completo, atraerlo en todas sus formas, atribuir a objetos que no tienen porque oler, un olor, objetos que no tienen porque sonar, una melodía, objetos que no se acercan a ser comestibles, un sabor. Existen muchos objetos de este tipo, si bien su función principal no tiene nada que ver con el sentido aludido es esta particularidad la que los hace deseables; la caja musical, libros o lápices con aromas, sobres de cartas con sabor en el adhesivo, tarjetas musicalizadas, estos son algunos de los ejemplos que explican este principio.



Fig. 4. Caja Musical.

Ejemplo de un objeto kitsch que cumple con el principio de sinestesia, siendo su función primordial guardar objetos, se añade el adorno en sus formas y además se le agrega música a un elemento que no tiene porqué ser musical, cuya función no se ve mejorada ni precarizada por este aspecto.

4) Principio de mediocridad

El Kitsch jamás innova, no es vanguardista, no evoluciona, pero te hace creerlo. Hace sentir al consumidor que tiene frente a sus ojos algo nuevo, sin embargo, no puede hacerlo ya que de la homogeneidad de los objetos depende su éxito, ya que debe ser aceptado por las masas. El objeto kitsch parece atractivo por sus cualidades estéticas que pueden parecer rupturistas, pero se aferra a las connotaciones positivas que ya están insertas en el público. «El consumidor de kitsch podrá creer que lo que le atrae son los méritos estéticos de la representación «artística», pero lo que realmente está operado son las asociaciones habituales respecto de las cuales estará positivamente predispuesto.» Este cuarto y último principio se complementa adecuadamente con el tercer componente del kitsch que propone Tomás Kulka mencionado más arriba.



Fig. 5. Collares dinosaurio tienda Walaila, Chile. Aquí se aprecia el principio de mediocridad según Moles. Fuente: Pawa.cl.

¹⁸ Moles, A., Wahl, E. (1969), op. cit., 162.

Estos collares en el fondo no gustan porque parece una forma novedosa de hacer un collar, porque crea la ilusión de ser un objeto único, gusta más porque recuerda al «cachureo», porque da nostalgia al ser un juguete, en el recuerdo del consumidor es el juguete de plástico olvidado que retoma su valor a través de su constitución como adorno. Adquiere una función decorativa.

2.2.4.- *Arte Kitsch*

El Arte Kitsch se ha caracterizado por democratizar el arte, por romper los estándares de la alta cultura, cerrando el precipicio entre el arte -la cultura- y las masas. Los artistas kitsch hacen que las piezas creadas no sean productos de una reflexión profunda o ávida de un espectador con conocimientos estéticos o eruditos de lo bello. El arte kitsch es sumamente fácil de digerir, ideado para que el público de masas -cuyo presupuesto cubre netamente lo necesario para la supervivencia en la vida cotidiana- acceda a otra forma de cultura.

La obra kitsch no requiere mucho esfuerzo de ninguna de las dos partes de este puente comunicativo que es el arte, no requiere explicación, ni amerita preguntas, se entiende por sí solo. No obstante, toda esta bondad no es tal, ya que si bien hablamos de una obra de arte democratizada, esta no deja de ser un producto de consumo y que, capitalistamente, busca llegar al mayor número de consumidores posibles, esto es el kitsch.

A continuación se presentan algunos referentes de arte Kitsch.

Jeff Koons

Jeff Koons es un artista estadounidense referente del arte kitsch en todo el mundo. A través de toda su obra, la democratización de la estética ha sido de vital importancia, Koons no pretende hacer un arte de libre interpretación o reflexión, busca que no existan límites entre su obra y el público, que la comunicación no tenga obstáculos, es por esto que su trabajo tiende a lo kitsch y se ha transformado en un referente de ello. La mayoría de sus piezas se apropian de algún tema popular que se encuentre en boga, explotándolo, toma elementos de la cotidianidad, entendidos por el público general, y los transforma en piezas de exhibición.

Las siguientes figuras son algunos ejemplos de su arte, los

temas ocupados tan icónicos y de fácil reconocimiento como un perro hecho en globoflexia, cachorros y Michael Jackson.



Fig. 6. Balloon Dog (Amarillo). Colección Celebration. Jeff Koons. Fuente: Wikipedia.es, 2017.



Fig. 7. Puppy. Jeff Koons. Fuente: Wikipedia.es, 2017.



Fig. 8. Michael Jackson and Bubbles. Jeff Koons. Fuente: Thebroad.org (Página web), sin fecha.

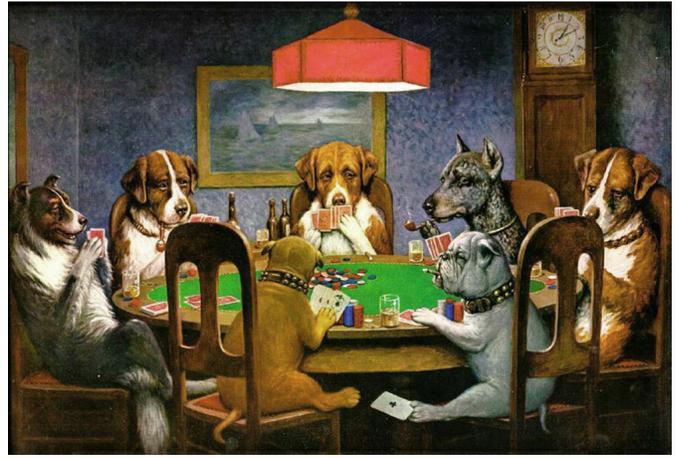


Fig. 10 . A Friend in Need. Cassius Marcellus Coolidge. Fuente: Mysterybuild.com (Página web), sin fecha.

Cassius Marcellus Coolidge

Marcellus Coolidge, artista estadounidense nacido en el año 1844 y fallecido en 1934, mejor conocido por sus cuadros de perros jugando poker, gracias a que en 1903 fue contratado por la agencia de publicidad Brown & Bigelow para crear la publicidad de una marca de cigarrillos, donde nació esta colección.

Si bien no se habla de Coolidge comúnmente como un artista kitsch, ciertamente sus obras lo son, a pesar de que pueden estar ligadas a interpretaciones de diverso ámbito, su estilo simple y sus representaciones realistas del mejor amigo del hombre -el perro- haciendo actividades humanas no es más que un tópico captador de masas y atractivo para el público general.



Fig 11. The Reunion. Cassius Marcellus Coolidge. Fuente: Paintingmania.com (página web), sin fecha.



Fig 9. A Bold Bluff. Cassius Marcellus Coolidge. Fuente: dogsplayingpoker.org (Página web), sin fecha.

Eric Yahnker

Yahnker es un artista estadounidense nacido el año 1976 en California. Su obra realizada con lápices de colores y grafito se ha caracterizado por fundir en una imagen iconos de la cultura popular, haciendo un crítica a la sociedad actual, si bien puede que el artista quiera entregar una interpretación más allá de lo representado en la imagen, su esencia es fundamentalmente kitsch, el uso de iconos de la cultura pop, fácilmente reconocidos por la mayoría de los individuos pertenecientes al público masivo, su estilo realista que no requiere esfuerzos para reconocer lo que intenta mostrar, sumado a una crítica que abarca campos también común y masivamente tratados lo hace un referente de lo kitsch.



Fig. 12 . Vulcan Leather, 2012. Eric Yahnker. Fuente: Pinterest (Página web), sin fecha.



Fig 13. Kings Court, 2016. Eric Yahnker. Fuente: Theholenyc.com (página web), 2016.

2.2.5.- Objeto Kitsch

El mundo de los objetos según Abraham Moles y Eberhard Wahl en su libro «Kitsch y objeto» se define en tres posibilidades:

- 1) Clasificaciones del tipo geométrico (volumen, largo, ancho, peso)
- 2) Clasificaciones por grado de funcionalidad, es decir la relación que el objeto mantiene con su función indicada que introduce la idea de un grado de gratitud en el objeto.
- 3) Clasificaciones a partir de lo gestual, de la forma y de la presencia temporal en el empleo del tiempo.

La primera clasificación tiene que ver netamente con las formas, lo tangible y empírico de un objeto, con la percepción que se tiene de éste mediante los sentidos, especialmente la vista y el tacto.

La segunda clasificación tiene que ver con la función, una acción que trabaja en nuestro beneficio, es útil y nos facilita otra acción. La artesanía en su mayoría es complementada por alguna función y no se queda sólo con su aspecto artesanal (material o técnica), sino, que se hace parte funcional de la vida del usuario, ya sea porque soluciona una necesidad real o una introducida por el creador. Esta idea se apoya en lo que postulan Moles y Wahl «[...] funcionalismo, que se propone reducir al objeto a su finalidad, asimilar el mundo de los objetos a un mundo de las funciones. En la práctica, esto significa lucha contra la inutilidad, censura, rigor; el funcionalismo en, en sí, ascético»¹⁹

La tercera clasificación está muy ligada a lo que artesanía tradicional significa y abarca la «presencia temporal en el empleo del tiempo», que es lo que este tipo de quehacer busca; preservar y restaurar, en este caso no tanto el objeto, como lo que este conlleva conceptual o emocionalmente. El objeto o producto artesanal es usado como un puente, casi una máquina del tiempo, para conectar con las raíces de todo acontecimiento. A través de un objeto es posible recordar, aprender y rescatar (cualidad que también se puede apreciar en el llamado «cachureo»).

¹⁹ Moles, A., Wahl, E. (1969), op. cit., 180.

El producto artesanal, si bien está dotado de un valor agregado y diversas cualidades intangibles ligadas al trabajo que implica y las historias que guarda, es un objeto, con o sin otra función, lo que muchas veces lo convierte en decoración, lo que hace necesario adentrarnos en el objeto kitsch, según la siguiente cita:

El objeto Kitsch se define por una alteración en su funcionalidad: posee un grado de gratitud elevado [...] poseen por cierto una «funcionalidad indicada», fueron contruidos para «fusionar», pero cumplen también una función de decoración y de ornamentación sobreañadido [...] que fue insertada artificialmente por el intermediario.20

La artesanía tradicional suele tener funciones determinadas a las cuales se les sobre añade un valor estético que conmemora una cultura o costumbre de un grupo o comunidad de personas, en su mayoría, arraigadas a un lugar en específico, en la cual el motivo (tema o diseño), el material y técnica usada aportan en este objetivo.

Por ejemplo el pueblo de Pomaire ubicado en la región metropolitana, ha sido por décadas la cuna de los objetos en greda, también Rarí más al sur, en la región del Maule, se ha caracterizado por el nexos semántico que ha logrado, ya que al pensar en Pomaire automáticamente se piensa en greda, como si este material fuera parte de su significado y no una de sus cualidades o características. Algunos de los objetos más repetidos en este quehacer artesanal han sido los pertenecientes al mundo de la cocina, ya sea por sus propiedades térmicas en cuanto a la comida, por el factor del imaginario «en greda tiene mejor sabor» relacionado a que muchos platos típicos o costumbristas chilenos son hechos en platos de este material, o por su valor estético (logrando que muchos compren estos objetos como adorno para el hogar). Sin embargo, son objetos totalmente funcionales y hechos con ese fin «funcionar», usados por una comunidad y que con el tiempo han adquirido un valor estético y cultural debido a la pérdida de la costumbre artesanal. A este tipo de objetos le siguen los decorativos en forma de jarrones o maceteros. Luego viene todo lo demás, en variadas ocasiones con temática libre como los afamados chanchitos de greda. Estos objetos valorados por el público por su valor artesanal, por el trabajo hecho a mano, por la pérdida y desvalorización del artesano en la actualidad, por el aprecio del material y la técnica, se han mantenido, en su mayoría, con temáticas intactas, sin innovación, ni productos que cambien los motivos. A diferencia de la artesanía urbana que sólo conserva las técnicas y el potencial del quehacer manual, la artesanía tradicional busca, además, preservar y por

ningún motivo dejar atrás aspectos importantes que pueden quedar en el olvido por un descuido, no admiten evolución, porque se teme la pérdida. Tanto Pomaire como Rarí o la Ligua son lugares con los que se asocia automáticamente un objeto con una función predeterminada, que asimismo, posee un carácter cultural arraigado, así como el objeto kitsch que ya tiene una funcionalidad inscrita y se le añade una función estética o decorativa. Pero como vemos en ninguno de los casos mencionados anteriormente el objeto se queda sólo con su función preliminar, siempre hay un carácter que lo hace especial, basta con mirar el anteriormente mencionado chanchito de greda que se ha vuelto un ícono cultural y que, si bien a veces se vende como alcancía, es un elemento decorativo, y en este caso, como en muchos otros que veremos posteriormente al adentrarnos de lleno en lo que artesanía kitsch se refiere, se antepone sobre la funcionalidad el carácter y los atributos decorativos.

Las imágenes a continuación son representativas de un objeto kitsch, ya que poseen de forma explícita elementos determinantes; ser de fácil reconocimiento y de gusto popular, por mencionar algunos. Tanto la figura 14, como la 15, representan objetos cuya principal característica es decorativa por sobre su carácter funcional; alcancía en el caso del chanchito de greda y juego de té en el caso de las tazas de flamenco.



Fig. 14. Chanchito de greda adulterado con motivo de spiderman. Fuente: El caldero Viajero (blog), (2013).

20 Moles, A.,Wahl, E. (1969), op. cit., 154.



Fig. 15. Juego de té Kitsch. Fuente: Historia del diseño industrial (blog), 2014.

En la figura 16 se aprecia un ejemplo de objeto netamente decorativo y kitsch, que no posee función alguna más que ornamentar un espacio. Por otra parte, representa el principio de inadecuación (Moles, A.), en el cual se sobredimensiona o, en este caso, miniaturiza un ícono de la cultura popular estadounidense, además es aún más inauténtico debido a que no es una replica exacta en miniatura, más bien funciona como un símbolo de la Estatua de la libertad, ya que también exagera rasgos como la cabeza la llama y añade elementos ornamentales (aunque sea redundante ya que este objeto en si ya es una decoración) como el dorado de la llama y el pedestal con estrellas. Al final termina siendo una reinterpretación del original.



Fig. 16. Figura en miniatura decorativa de la Estatua de la Libertad. Fuente: El país (diario virtual), 2011.



Fig. 18. Chanco en greda de Pomaire. Fuente: El definido (página web), 2015.

Este objeto, a pesar de no estar alterado como la figura 14, puede ser considerado como un objeto de artesanía kitsch ya que debido a su procedencia, Pomaire, se sabe que es hecho por artesanos de la greda, materia prima representativa del lugar, sin embargo, el motivo que representa es más bien un ícono que se ha transformado en popular por iteración. Pese a que no se asocia con la representación cultural de algún tópico.

Por otra parte, también existe aquella artesanía tradicional que es representativa no tan sólo de un lugar, más bien, de materiales icónicos de Chile, con los cuales muchos artesanos hacen diversas piezas para vender, muchas de estas vendidas en Santiago independiente de su procedencia original. Además se caracterizan por tener arraigadas ciertas funciones y poseer patrones de diseño que se repiten. Ejemplos de ellos son las artesanías hechas en cobre, la joyería, y otros, fabricados en lapislázuli.



Fig. 19. Artesanía en cobre. Fuente: Pinterest, sin fecha.



Fig. 20. Artesanía en lapislázuli. Fuente: Imaginasantiago.com (página web), sin fecha.

No obstante, la artesanía urbana (la nueva artesanía), ocupa técnicas artesanales, pero cambia materiales y motivos, en algunas ocasiones intenta rescatar o preservar instancias culturales o costumbristas, adicionalmente busca que sus objetos tengan alguna función, muchas veces crean una necesidad, pese a ello, la función de adorno es casi tan preciada como una funcionalidad real²¹. Es poco habitual ver algún objeto artesanal que no sea decorativo u ornamental, ya que, ciertamente el público objetivo al cual están dirigidos este tipo de artesanos jóvenes y urbanos es uno que desea adornar o adornarse, siguiendo un principio de amontonamiento, fomentando todo lo hecho a mano, no sólo por el trabajo que conlleva, sino más por la exclusividad que implica.



Fig. 22. Prendedores de tienda La Hacedora, Chile. Fuente: Tienda La Hacedora (facebook), 2016.

21 Función que soluciona una necesidad.



Fig. 23. Macetero en cerámica de tienda La Hacedora, Chile. Fuente: Tienda La Hacedora (facebook), 2017.

Los prendedores (figura 22), así como el macetero en cerámica (figura 23), son un claro ejemplo del objeto cuya función es decorar y que en la actualidad se ha convertido en una necesidad. En el caso de los prendedores, más conocidos actualmente por su término anglosajón «pins», propone algunos motivos chilenos (paisajes) e icónicos como la sopaipilla, empero, le da tonalidades vivas, un estilo infantilizado y crea piezas únicas.

Por ende podemos dilucidar cómo el objeto artesanal, ya sea de artesanía urbana o artesanía tradicional, en los tiempos modernos va adquiriendo concepciones muy parecidas al objeto kitsch y esto va apoyando, tímidamente, la posibilidad de una artesanía kitsch. Este juicio se ve apoyado en lo dicho por Moles «Los objetos kitsch no pueden construirse en forma exclusivamente racional sino incorporando un alto grado de gratitud [...] agregan a la semántica de la funcionalidad, un campo de libertad estético.»²²

Con respecto al público, ciertamente homogeneizado por «la red social», es posible ver su comportamiento o preferencias de compra al tener un panorama amplio de lo que hoy las grandes tiendas venden, si bien este puede no ser el público del artesano urbano, las tendencias se replican o se adaptan en el objeto artesanal, ya que no hay que olvidar que el objetivo es lograr un producto rentable. A continuación algunos ejemplos en la publicidad chilena de multitiendas:

22 Moles, A., Wahl, E. (1969), op. cit., 155.



Fig. 24. Falabella Bordados. Fuente: falabella.com (página web), 2017.

Tanto la figura 24, como la 25 a continuación, muestran distintas tiendas basadas en la misma tendencia; bordados con patrones florales.



Fig. 25. Johnson Jeans Bordados. Fuente: Johnson.cl (página web), 2017.

Estos patrones, marcan tendencia, y es algo que también se ve, con mayor frecuencia, en las ferias urbanas, todo gracias a la homogeneidad que permite la hiperconectividad y globalización. «La situación antropológica de la cultura de masas se configura como una dialéctica entre propuestas innovadoras y adaptaciones homologadoras, las primeras continuamente traicionadas por las segundas: con la mayoría del público que disfruta de las homologaciones, creyendo estar disfrutando de las innovaciones vanguardistas.»²³

²³ De la Roca, L. Orozco, C. (2017). EL ARTE KITSCH. [online] Lahermosuradelsilencio.blogspot.cl. Disponible en: <http://lahermosuradelsilencio.blogspot.cl/2009/10/el-arte-kitsh.html> [Revisado 7 de julio 2017].

2.2.5.1- Lo inauténtico

Si hablamos de Kitsch una de las primeras connotaciones es negativa, debido a su asociación con el mal gusto, la mala manufactura, la copia y con lo inauténtico, como ya hemos mencionado.

Es este último adjetivo el que nos llama a abrir este capítulo, ya que es una arista de vital importancia si de kitsch se trata; lo no auténtico del objeto en cuestión, el porqué se sale de contexto y provoca tanto cuestionamiento frente al kitsch. Igual sucede con la artesanía urbana moderna que muchas veces pasa desapercibida como tal, pasando a ser llamada manualidad, arte o diseño.

Según Abraham Moles pertenecen a la categoría kitsch:

- 1) Las malas realizaciones desprovistas de arte y cuidado confeccionadas con materiales sustitutivos, opuestas a una ejecución propia y satisfactoria de arte popular en pintura o escultura. Por ejemplo la imitación del mármol, diamante, materiales preciosos, entre otros.
- 2) Las reproducciones del sentimiento religioso en un objeto de realización profana, tales como por ejemplo, los juguetes realizados con la cruz de la pasión, los bolsillos o corbatas con cruces u otros símbolos religiosos desviados de su finalidad.

En el primer punto podemos encontrar objetos no necesariamente de mala factura pero que sí ocupan materiales que no son los originales. Hoy en día existe un gran mercado de objetos que reemplazan a otros para complacer las necesidades de un público de masas. Esto es debido a la inflación de precios o a la imposibilidad territorial de obtener un objeto y por esto se recurre a la copia. Gracias a que el artesano es capaz de reproducir técnicas industriales de forma artesanal y manual es capaz de copiar las formas y acabados, si es un buen artesano entregar un producto casi idéntico al original, pero no auténtico, como indica la siguiente cita:

Las fuentes de lo «auténtico» no tardan en resultar limitadas y las grandes tiendas se dirigen a los artistas para solicitarles objetos que reproduzcan, con mayor o menor fidelidad, los objetos auténticos, multiplicandolos por vía artesanal: es el arte de lo neo que va combinarse con la decoración y cuyo valor fundamental es la imitación.²⁴

²⁴ Moles, A.,Wahl, E. (1969): Kitsch y Objeto,174.

En el segundo punto se alude al objeto religioso ya que este apela a la iteración y serialización para la venta, los fieles de distintas religiones, en especial la católica, suelen comprar objetos con motivos o íconos religiosos para sentir reforzada su fé. Sin embargo, debido a lo popular de estos objetos la masiva serialización termina desvirtuando los motivos religiosos y usandolos como motivo de venta, degenerando



Fig. 26. Imágenes religiosas como ornamentos de cofres/joyeros, feria Los Dominicos. Fuente: Archivo personal.



Fig. 27. Lámpara de Jesús. Fuente: ebay.com (página web), 2015.



Fig. 28. Estatuas de la Virgen María decoradas con elementos sobreañadidos a su imagen religiosa. Fuente: Indiemergente (blog), 2012.

el objeto original.

El objeto Kitsch no es una pieza auténtica, dado a que intenta imitar o influenciarse de otras cosas/factores, no nace desde la necesidad real de un objeto ni desde la expresión de una emoción o fenómeno. El objeto kitsch sólo busca agradar a las masas, por ende, no es una pieza única (no sólo hablando de cantidad), esto no quiere decir que no pueda tener un cierto grado de personalización, «Customizing», que haga sentir al comprador que adquiere un objeto único, pero esto no es algo más que parte de la ilusión que ofrece el kitsch.

2.2.5.2- Lo Artificial

Otro aspecto intrínseco al objeto kitsch -y al Kitsch- es lo artificial, más formal que conceptual en este caso. Nos referimos a aquello que no es natural, un sustituto que busca representar lo que no es (y que aporta en la inautenticidad anteriormente descrita). Me referiré específicamente a como lo artificial es la materia prima de las piezas artesanales kitsch.

En la artesanía el material usado es de vital importancia, especialmente en aquella tradicional, ya que éste forja su carácter cultural y fortalece su propiedad de artesanía como conjunto de técnica y materialidad, pues representa un lugar, una costumbre y una técnica. Cuando ves de lejos algo hecho de greda rojiza puedes inmediatamente asociarlo a Pomaire, o puedes reconocer fácilmente el cobre sólo al mirarlo por su

color y aspecto.

Por otra parte, el paso del tiempo ha hecho que muchos materiales deban ser reemplazados, gracias a la escasez de éstos o a la migración de los artesanos a la ciudad; se mantiene la técnica y se reemplazan los insumos. O bien, en el caso de los artesanos urbanos, que con materiales moldeables como la porcelana imitan otras texturas, o hacen parecer que sus productos fueran del material al que representan; madera, vidrio, plásticos y no son más que porcelana en frío, que mediante pinturas, esmaltes y algunas herramientas -caseras- logran simular lo que no son.

La artesanía de los nuevos artesanos, esos que han crecido en la ciudad, tampoco buscan no ser artificial o ser auténtico, ya que en la ciudad no hay un elemento realmente representativo y original. En esta exacerbación de materiales, que llaman la atención por no ser lo comúnmente usado, se encuentra el carácter kitsch.



Fig 29. Miniaturas semirealistas de comida. Fuente: Tienda Oh Handmade, Chile (facebook), 2016.

Los retablos son buenos ejemplos de artesanía que mediante materiales ligeros imita texturas realistas de objetos y materiales, imita los vidrios, grietas, en otros ejemplos, frutas, comida, todo según la temática del retablo.



Fig 30. Retablo Bar. Fuente: Pérez, M. Creado en Chile (blog), sin fecha.

2.2.6.- Kitsch en Chile

En Chile el concepto «Kitsch» está relacionado con la cultura popular de factura comercial (de producción en serie y de bajo costo), muy asociado a los orígenes europeos del concepto «Kitsch», sin embargo, es sobresaliente el aspecto que relaciona lo «Kitsch» con la música de los 50-70 y con el concepto de «cachureo» y decoración, dándole valor a los objetos antiguos pertenecientes a las décadas anteriormente mencionadas y poniéndolos en «vitrina», exhibiéndose decorativamente y usando el principio de amontonamiento y sobrecarga de elementos.

Basta con hacer una búsqueda en Google con la frase «Kitsch en Chile», «Artistas kitsch en Chile» y arroja resultados asociados todos a la música, específicamente, la llamada «Nueva Ola»; temas como «Oh Mamá» de Pablo Ruiz o «Chica Rica» de René de la Vega, o éxitos tocados en teleseries de la época de los 80 y 90 son consideradas Kitsch debido a que sus melodías fueron muy populares dentro de la clase media, por ende sumamente coreadas en casas y fiestas.

Es la «fiesta Kitsch» lo que el colectivo asocia de forma más rápida al concepto, no obstante, esto no conlleva relación directa con el tema a tratar, la artesanía, sin embargo el ámbito de la decoración y precisamente del «cachureo» son los que pueden crear un camino que vaya dilucidando como el kitsch puede relacionarse con la artesanía y definir una nueva categoría.

2.2.6.1- El Cachureo

El «Cachureo» es una expresión coloquial de Chile que hace referencia a los objetos viejos que se guardan (o abandonan), muchas veces sin razón aparente, sólo porque se olvida o ya no se quiere, sin embargo, no se bota o regala, en algunas ocasiones porque tiene una relación afectiva con el sujeto que lo guarda, ya que al volver a tenerlo o «encontrarlo» trae a flote recuerdos, emociones y nostalgia, como dice esta cita: «Es la inautenticidad que se vuelve auténtica por su inserción en los grandes registros del arte y por el barniz protector de la antigüedad.»²⁵

Al igual que el objeto kitsch que a veces se define como el valor dado al objeto antiguo olvidado. Muchos de los nuevos artesanos o artesanos urbanos realizan su trabajo inspirados en el «cachureo» o en aquello que lo lleva a recordar su infancia, especialmente la década de los 90, a la cual muchos de éstos pertenecen, estos productos o trabajos artesanales buscan reproducir, o hacer referencia, a algo que ya no tienen la posibilidad de adquirir, aquello que les brinda nostalgia y que sólo mediante el trabajo artesanal pueden volver a traer a pesar del tiempo. También muchas veces el artesano realiza copias de aquello que su público no puede obtener, ya sea por territorio (no se encuentra en el país y no hay posibilidad de traerlo) o por precio (realiza una copia más barata) y en el Kitsch el artista o artesano fue usado para realizar la copia, la imitación. «El kitsch es la recuperación del talento artesanal, es, en términos generales, la recuperación del arte subversivo.»²⁶

Nostalgia Kitsch: Un fenómeno que se abre paso en Chile - El Mostrador
www.elmostrador.cl/.../077/.../nostalgia-kitsch-un-fenomeno-que-se-abre-paso-en-chile... 18 jul. 2015 - Reuniendo diversos artistas, nacionales e internacionales, Nostalgia Kitsch, Música para encerrar, se transforma en el primer registro de una ...

El local mas Kitsch de Chile abre sus puertas: VERITIPICAL ...
www.parlante.cl/el-local-mas-kitsch-de-chile-abre-sus-puertas-veritipical/ 1 jun. 2015 - ¡EL LUGAR MÁS ORIGINAL Y NOSTÁLGICO DE SANTIAGO ABRE SUS PUERTAS! Ambientación Kitsch, la Carta Más Original de Santiago, ...

Kitsch Oficial - Inicio | Facebook
<https://es-la.facebook.com/fiestas.kitsch/> Kitsch Oficial. 9.131 Me gusta · 500 personas están hablando de esto. La Dictadura del corazón y el culto a los placeres culpables, cuando nos visitas....

Come rico y paselo chanco en Veritipical Kitsch
www.veritipical.cl/ ... un nuevo toque Kitsch y único para tu paladar, un menú lleno de exquisiteces engalanando tu mesa en las noches de Santiago de Chile, de Martes a Sábado ...

Kitsch: La llamativa tendencia que cada día suma más seguidores en ...
www.chvnoticias.cl/reportaje/kitsch-la-llamativa...que...chile/.../230145.html 11/06/2015 | 22:58. Kitsch: La llamativa tendencia que cada día suma más seguidores en Chile. Los seguidores de esta tendencia aseguran que es un ...

Kitsch
kitsch.cl/ Casco de niño Universidad De Chile. \$ 8.000. Ver ... las últimas ofertas y noticias. Crea tu tienda online con Bsale - Todos los derechos reservados © 2017 Kitsch.

Kitsch, música para encerrar · 4 Salas de baile - Blondie
<https://www.blondie.cl/kitsch.html> 4 Salas de baile. Kitsch Música para encerrar. Grandes recuerdos del terror -Golosinas - Chiches De Antaño - Luminosos - Karaoke - Especiales Infantiles ...

Imágenes de kitsch en chile



→ Más imágenes de kitsch en chile

Notificar imágenes

Fiestas Kitch: hitos en sus 15 años de vida | Tele 13
www.t13.cl/noticia/.../15-grandes-hitos-en-los-15-anos-de-vida-de-las-fiestas-kitsch 3 jul. 2015 - 15 grandes hitos en los 15 años de vida de las fiestas Kitsch ... un espacio en la radio Universidad de Chile centrado en el movimiento kitsch.

FIESTA KITSCH EN CHILE - BLONDIE | GayDatos
<https://gaydatos.com/fiesta-kitsch-en-chile-blondie/>

Fig 29. Miniaturas semirealistas de comida. Fuente: Tienda Oh Handmade (facebook), 2016.

25 Moles, A.,Wahl, E. (1969), op. cit., 174.

26 Moles, A.,Wahl, E. (1969), op. cit., 172.

2.3.- Artesanía tradicional

2.3.1.- Definiciones del concepto de artesanía

Según UNESCO:

La artesanía, utilitaria o artística, inspirada por la tradición representa una forma valiosísima de expresión cultural, un capital de confianza de uno mismo, especialmente importante para las naciones, que toma sus raíces en las tradiciones históricas, que son renovadas por cada generación.²⁷

Es importante destacar el aspecto cultural arraigado que tiene este concepto, ya que no pueden desligarse, la artesanía es cultura, de otra forma ya no sería artesanía.

La Artesanía representa una acción transformadora, que tiene las huellas de hombres y mujeres, que ante el mundo y su desarrollo, ofrecen sus conocimientos técnicos y maestría, como instrumento de la capacidad de poder unir los elementos, para entregar a su entorno una experiencia, una historia, un lugar, un punto preciso en todo el mundo representado en una pieza artesanal. Una gran variedad de oficios y expresiones artesanales encontramos a lo largo y ancho de nuestro territorio. Nuestra cultura en general es el resultado del mestizaje y de la fusión, y las artesanías son fiel testimonio de aquello.²⁸

Según la RAE:

1. f. Clase social constituida por los artesanos.
2. f. Arte u obra de los artesanos.

Según wikipedia:

Artesanía se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se diferencia del trabajo en serie o industrial. Para que una artesanía sea tal debe ser trabajado a mano y cuanto menos procesos industriales tenga más artesanal va a ser. La artesanía es un objeto totalmente cultural, ya que tiene la particularidad de variar dependiendo de la cultura, el paisaje, el clima y la historia del lugar.

Además de variar por los aspectos mencionados, la artesanía tradicional actual, muta según la contingencia del lugar, por más pequeño que sea, especialmente en Chile donde todos los movimientos sociales, los iconos públicos, o situaciones anecdóticas son reproducidas instantáneamente por pequeños empresarios o artesanos; ya sean libretas con portadas referentes a los movimientos estudiantiles, pins o prendedores de porcelana en frío de Pedro Engel²⁹ o jugadores de la selección, como Alexis, Gary o Arturo, que gracias a su importante participación en los triunfos ganados, se han transformado en íconos a nivel país.

También es relevante el hecho de hablar de la artesanía como una acción transformadora, aspecto que la liga o semeja directamente con el diseño, y que nos da esbozo de su importancia, dentro de cada cultura, la artesanía es sinónimo de costumbres, de personas, de comunidad, vestigio, e historia. Es transformadora porque permite dar cuenta de la actualidad de un lugar o de su pasado, porque detrás de un producto artesanal siempre hubo y habrá una mano humana, un ser viviente, que entrega su trabajo, su técnica y su oficio mediante un material que es capaz de transformar a su antojo.

Una definición particular, debido a su alusión al kitsch referido en esta investigación, es la de Arte Dinámico:

La Artesanía es tan antigua como la humanidad. Si bien en un principio tenía fines utilitarios, hoy busca la producción de objetos estéticamente agradables en un mundo dominado por la mecanización y la uniformidad. Casi todas las técnicas artesanales que hoy se practican tienen cientos o miles de años de antigüedad.³⁰

Si bien en esta definición desliga la mecanización, o sea lo industrial, del producto artesanal, característica ligada al kitsch, no es esto lo que hace una relación, es el hecho de poner como misión de la Artesanía producir objetos estéticamente agradables, misma finalidad del kitsch, siendo una de las primeras definiciones que asocia la artesanía con un aspecto que puede sonar más banal y frívolo.

Queda claro que cuando a artesanía tradicional se refiere, se habla de un trabajo mayoritariamente manual, con el uso mínimo de instrumentos tecnológicos que faciliten la

²⁷ UNESCO

²⁸ Consejo Nacional de la cultura y las artes, (2008): Chile Artesanal; Patrimonio hecho a mano, 9.

²⁹ Pedro Engel es un astrólogo y tarotista chileno que se ha convertido en un personaje icónico gracias a su aparición en el matinal «Bienvenidos» perteneciente al canal nacional «canal 13» dando el horóscopo, se ganó el cariño de muchos chilenos y chilenas gracias a su carisma y constante positivismo ante las situaciones.

³⁰ Cardalliaguet, L. (2017). El concepto de artesanía, Artículos de diseño gráfico, medellín, colombia. [online] Disponible en https://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=247&categ [revisado Julio, 2017].

tarea, se asocia a ésta el uso de materiales o materias primas asociadas al lugar de donde proviene el producto artesanal, y de éste se desprende un gran sentido cultural, ya que mediante los aspectos mencionados anteriormente (material y técnica), sumados a la forma y diseños de estos objetos, representan, ya sea icónica a³¹ o simbólicamente³², un lugar o área específica, delimitada territorialmente o por el grupo de personas que lo conforman.

Junto con lo conceptual, la artesanía tradicional (también la urbana) posee un imaginario visual que el público masivo tiene al respecto, el que presentaremos a continuación:



Fig. 32. Artesanía perteneciente a la feria ubicada frente al cerro Santa Lucía. Fuente propia, 2016.

En la fotografía podemos ver el imaginario de Artesanía Tradicional, en donde las texturas de diversos materiales como lana, madera o cobre destacan, la gama cromática cálida y de colores tierra es predominante y existe una

tendencia a los patrones de inspiración étnica y chilena. Es necesario establecer que a lo largo de esta investigación al referirse a Artesanía Tradicional, su imaginario, es esta imagen a la que debe referirse.

2.3.2.- Historia de la Artesanía en Chile

2.3.2.1. Zona norte

En la zona norte del país fue la artesanía textil la que predominó debido a que los pueblos originarios, Quechuas, Atacameños y Aymaras, estaban fuertemente relacionados con la actividad pastoril, ya que el sector cuenta con especies que hicieron esto posible, tales como llamas, vicuñas y alpacas. Otros tipos de artesanía en madera, plata (Isluga), entre otros se practicaba en esta zona pero de forma escasa y poca significancia.

En otras zonas, como en los valles de los ríos Elquí y Limarí, fue la cultura diaguita la que marca este territorio con sus cerámicas que incluso hoy en día en algunos lugares se continúan reproduciendo con motivos tradicionales. En el valle del Elquí la comunidad de chapilca, dedicada al rubro textil, en el año 1967 sufre una gran crisis que los priva de los materiales usados para su trabajo artesanal, es por esto que el CEMA³³ (COCEMA³⁴ hoy en día), con motivo de preservar las tradiciones, le otorga la materia prima necesaria (lana de oveja) a estos artesanos, con el compromiso de comprar toda su producción y venderla en la galería artesanal de calle nacional.

³³ Centro de madres, como sus siglas lo dicen, creado en 1957 en el periodo de Carlos Ibáñez del Campo, dirigido por su esposa Graciela Letelier Velasco, y que tomó fuerza en el régimen militar bajo la dirección de Lucía Hiriart esposa de Augusto Pinochet.

³⁴ En el año 1971 pasó de llamarse CEMA a COCEMA (Coordinadora de Centros de Madres)

³¹ Representación exacta de una imagen.

³² Representación conceptual o interpretativa de una imagen.



Fig. 33. Mujeres con telar, (2008). Fuente: *Chile artesanal: Patrimonio hecho a mano* (Archivo digital)

2.3.2.2. Zona centro

Este territorio habitado por mapuches y picunches³⁵ fue influenciado fuertemente por la colonización. Debido a que en este sector del país la agricultura predominaba, todo el trabajo artesanal realizado tenía que ver con elementos que el trabajador, el huaso, necesitaba para sus quehaceres, ya sea su ropa (ponchos, chupallas, zapatos, entre otros), accesorios como las espuelas y estribos, además de otros elementos usados como mobiliario o artículos domésticos, siendo Pomaire el proveedor por excelencia.

Es interesante el fenómeno que sucede en Pomaire, ya que si bien es conocido por sus gredas rojizas con las que se hacían diversos objetos para la cocina y el hogar, mayoritariamente funcionales, en sus inicios se presentaba como un tranquilo pueblo que vendía su trabajo en los patios de las casas, muy diferente a la gran feria que vemos hoy en día.

Quinchamalí, pueblo alfarero dedicado principalmente a la loza, también trabajada en greda pero ennegrecida, características eran sus figuritas de pavos con la cola desplegada, a diferencia de Pomaire en Quinchamalí no

³⁵ Es el nombre usado en la historiografía y antropología chilenas para referirse a los grupos indígenas que habitaban la zona entre los ríos Aconcagua e Itata, en la llamada Zona Central del actual territorio de Chile.

predomina la funcionalidad, tanto como decorativo de las piezas. Rarí, provincia de Linares, también forma parte de este círculo de territorios de la zona sur que producían elementos domésticos principalmente, siendo la cestería la estrella de estos lares.



Fig. 34. Gredas de Pomaire. (2008). Fuente: *Chile artesanal: Patrimonio hecho a mano* (Archivo digital)

2.3.2.3 Isla de Pascua (Rapa Nui)

La Isla de Pascua, pertenece a la cultura polinésica que se desarrolló allí unos tres mil años antes de su descubrimiento en Pascua de Resurrección en 1722, hecho que le dio nuevo nombre y nuevas influencias culturales a las existentes. Si bien esta zona no poseía mucha producción artesanal debido a la escasez de materias primas, es con la llegada del siglo XX y los medios de comercialización que llega el turismo, por ende, la artesanía.

Son los talladores tanto de madera como de piedra (principalmente de madera a pesar de ser un bien limitado) los que comenzaron a dar vida a este nuevo mundo hecho con las manos, con tallados detallados de figuras principalmente mitológicas como los moai³⁶ (Moai Tangata, Moai Tangata Manu, Moai Kava Kava, Moai Pa Pa; el moko, o el reimiro)³⁷. En cambio con la piedra se hacen piezas relacionadas con la geografía y creencias antiguas Rapa Nui.

³⁶ Un moái (del rapanui: moai, 'escultura' o «para que exista») es una estatua monolítica que solo se encuentra en la Isla de Pascua o Rapa Nui, perteneciente a la Región de Valparaíso (Chile). Los moáis son el principal atractivo turístico de dicha isla.

³⁷ Distintos tipos de moái.



Fig. 35. Tallado de moái en madera. (2008). Fuente: *Chile artesanal: Patrimonio hecho a mano* (Archivo digital)

2.3.2.4 Zona sur

Es en este territorio donde la cultura mapuche abunda y predomina por sobre las demás (siendo el pueblo mayor opositor al conquistador colonial). Conocidos por su transversalidad en cuanto a técnicas y materias primas utilizadas, sus trabajos textiles (tejidos de uso diario, también ceremonial), cerámica que incorpora formas de sus deidades zoomorfas y, las más conocida hasta hoy, la platería. Esta última se ha mantenido en el tiempo, no sólo gracias a su gran valor cultural, sino también, a su capacidad de evolucionar manteniendo su sello tradicional, forjando piezas más pequeñas y de uso diario para la mujer santiaguina común y corriente.

El pueblo araucano se caracteriza por su fuerte dote de historia, tradición y cultura en la gráfica de todas sus piezas artesanales.

Chiloé posee condiciones naturales que lo dotan de variada flora que ayuda a generar variadas piezas de cestería, además debido al gran recurso forestal la madera abunda y esto ha permitido a esta zona manufacturar piezas figurativas que representan su cultura, con trabajos a escala de su arquitectura y embarcaciones tradicionales principalmente. comercialización e industrialización comienza a adentrarse.



Fig. 36. Platería y greda mapuche. (2008). Fuente: *Chile artesanal: Patrimonio hecho a mano* (Archivo digital)

2.3.2.5 Santiago

Santiago, perteneciente a la zona central, ha tenido gran labor en la preservación de la artesanía a través del tiempo, siendo Lorenzo Berg S.³⁸ y luego el CEMA actores importantes en la labor preservadora y restauradora de la artesanía, gracias a sus esfuerzos tenemos hoy noción de antiguas tradiciones y técnicas, muchas de ellas, perdidas en el tiempo.

Fue gracias a Germán Gasman que el mundo de las ferias artesanales o de «arte popular»³⁹ como se suele llamar tuvo sus primeros eventos en Santiago de Chile, gracias a las ideas de este visionario con ideas traídas de Europa.

³⁸ Lorenzo Harold Berg Salvo, escultor y artesano. Nació en Concepción, el 7 de febrero de 1924 y falleció el 26 en mayo de 1984, Santiago de Chile.

³⁹ Catalogado así debido a que la feria no solo albergaba artesano, también artistas plásticas y músicos que amenizaban el ambiente.

[fue] don Germán Gasman [un] destacado abogado... Sin pretensiones, sin formación artística, un hombre sencillo.. Chile está con en deuda con este visionario. La cultura nacional a él debe su primera y selecta difusión masiva.⁴⁰

Fue en diciembre de 1959 cuando en el Parque Forestal se daba por inaugurada la primera feria de artesanía de Santiago, en la cual don Germán se encargó de hablar con intendencias y gobernanzas para conseguir los fondos necesarios, además de, junto a Lorenzo Berg, viajar por Chile enviando invitaciones a distintos y variados artesanos del país.

El Mercurio invitaba, en un aviso a mitad de página, al público a participar de una Feria de arte en el Parque Forestal. Tanto los artesanos invitados como el público se vieron sorprendidos con la gran recepción de ambas partes. Los artesanos, muchos por primera vez en Santiago, se veían sorprendidos por el ambiente generado con sus colegas, algunos asustados y tímidos pero ansiosos por la nueva experiencia, por otro lado el público con poco entendimiento de lo que estaba pasando, curiosos y absortos en las pinturas, las gredas y demás, llegaron masivamente, algo inesperado por todos.

La feria continuó con gran éxito en similares condiciones y mismo lugar, pero en 1966 los organizadores reciben una invitación del MAM⁴¹ y el 13 de agosto del '66 se dio paso a esta feria la cual al igual que las anteriores fue patrocinada por la Municipalidad de Santiago. El 21 de agosto se dio por terminada.

Por el año 1967 el CEMA y el gobierno comienza a dar apoyo a la organización y grupos de artesanos y proponen hacer una Galería Artesanal en la calle Nataniel. El 31 de julio de ese mismo año se da por inaugurada esta galería, la que buscaba materializar los sueños no sólo del artesano, también de toda su familia, y poder comercializar sus piezas.

Las ferias y entusiasmo tanto de participantes, público y organizadores no paró, hasta que en 1974 la Universidad Católica decide apoyar esta iniciativa y así difundir y fomentar. Luego de la muerte de Lorenzo Berg en 1984, es esta universidad la que, hasta el día de hoy, continúa año a año la feria de Parque Bustamante. Hoy en día en su versión 43 realizada entre el 2 y 11 de diciembre de 2016.



Fig. 37 Feria Artesanal Parque Forestal, Santiago. Fuente: *Historia hecha con las manos: Nosotros los artesanos del S. XX*. Cáceres, A. Reyes, J.pag. 14, 2008.



Fig. 38 Feria de Artesana Parque Forestal, Santiago. Fuente: Fuente: *Historia hecha con las manos: Nosotros los artesanos del S. XX*. Cáceres, A. Reyes, J.pag. 20, 2008.

⁴⁰ Lorenzo Berg S. sobre Germán Gasman.

⁴¹ Museo de Arte Moderno.



Fig. 39 Feria de Artesana UC, Parque Forestal Santiago. Fuente: *Historia hecha con las manos: Nosotros los artesanos del S. XX*. Cáceres, A. Reyes, J. pag. 43, 2008.

2.3.3.- Artesanía Urbana

La artesanía urbana es un concepto que apoya y fortalece la existencia de la nueva artesanía, especialmente, aquella que se da en grandes ciudades como Santiago.

[...] hay otra artesanía, la de la ciudad, la artesanía urbana producto de la tierra cubierta con cemento gris [...]. Artesanía hecha por gentes que no viajan a caballo, sino que en autobuses y pronto por túneles [...]. Artesanos que reciben una amplia información internacional de técnicas y modelos. Periódicos, revista, televisión, radio; tienen cultura y la usan. Su fuente no ha sido el saber de la abuela, sino que la información internacional [...] es el artista, el artesano urbano que estudia y vive para embellecer. Su arte es creación individual, no necesariamente utilitaria.⁴²

Es precisamente la migración de personas sumada a la necesidad creativa de algunos, -historiadora de otros- y a la hiperconectividad que la Red Social permite, que podemos hablar de artesanía urbana, si bien estos espacios dentro de la ciudad son ciertamente recientes y poco asociados al concepto tradicional de artesanía, hoy esta urbe se ha convertido en parte de la cultura.

Todos los medios responsables de entregar el amplio espectro de información que nutre a los nuevos artesanos formadores del fenómeno de «nueva artesanía» (desglosada y explicada en el Capítulo 1 de introducción), también son responsables de la «banalización» artesanal, ya que el conjunto de esta información procesada y transformada en artesanía, debido a la gran cantidad de contenidos existentes, resulta en piezas que parecen no ser auténticas ni pertenecer a un contexto común, pero sí responden a un gusto común, a un público de masas que valora el quehacer artesanal, que siente satisfacción con ello, y además ve complacidas sus necesidades estéticas mediante el aspecto formal del objeto artesanal, sin hablar aún de una característica funcional. Sin embargo, la Artesanía urbana también se caracteriza por abarcar dentro de ella artesanía tradicional, moderna, kitsch, entre otros, ya que su taxonomía corresponde al concepto de urbe como grandes ciudades o alejadas del paisaje natural, «tierra cubierta con cemento gris» como lo describe Antúnez. Y más que artesanía tradicional o nueva artesanía, es la artesanía urbana el foco de esta investigación, ya que de aquella clasificación serán tomadas las muestras para reconocer los artesanos y artesanías pertenecientes a la categoría kitsch.

⁴² Antúnez, N. (1972): catálogo de COCEMA.

Asociada comúnmente a un fenómeno rural, la artesanía ha sido un fenómeno urbano en la medida en que se ha desarrollado en condiciones sedentarias, cuando un grupo se establece en un territorio y se apropia de éste. La palabra “urbe” hace referencia a una estructura social estable y relativamente permanente, desde este punto de vista lo que sucede es que la artesanía se presenta a diferentes escalas urbanas, que van desde las comunidades rurales pequeñas como pueblos y municipios, lugar donde siempre se asocia, hasta su máximo estado de complejidad que sería el de ciudad, con el que normalmente no se asocia y el cual designamos como Artesanía Urbana.⁴³

Esta cita nos lleva al contexto espacial en el cual se ve implicada la artesanía urbana, significa un espacio de ciudad que, gracias a la globalización (pensando ampliamente) o al artesano o persona de campo que migra por mejores oportunidades (pensando de forma local), se transforma en un motivo de creación artesanal de difícil identidad, ya que existe una mezcla latente de culturas y realidades, no obstante en esta arbitrariedad se encuentra el plus de la artesanía urbana, si bien inauténtica debido a su procedencia inexacta, pero representativa del caos de lo urbano.

2.3.3.1.- Artesanía Santiaguina

Santiago, en su categoría de urbe, nos presenta de muchas formas la artesanía urbana, crea espacios para ésta, busca introducirla en la vida cotidiana de las personas (y así ha sido), y, claro está, busca un enganche económico a través de la conexión que la artesanía tiene con el turismo. Existen muchas ferias reconocidas a nivel santiaguino, y eventos donde asisten artesanos de forma esporádica, por un día o un fin de semana, que les permiten tener un espacio. A pesar de lo positivo que puede parecer la tribuna que se prestan estos eventos y la potencialidad que tienen gracias al turismo, la artesanía en Santiago no está libre de juicios, ya que se suele pensar que una ciudad mecanizada e industrializada no puede producir una artesanía auténtica. Esto es porque la ciudad, ampliamente hablando, nace a partir del deseo de surgir, crecer y crear estructuras sociales, modernizarse y, de cierta forma, ir dejando atrás aquello que no ayuda en esta modernización o tecnologización urbana. Debido a esta inautenticidad de la artesanía en Santiago es posible hablar de una artesanía kitsch y también de una artesanía, de plano, falsa, con trabajos que pierden la manufactura humana y son hechos de manera industrial pero con modelos étnicos u otros y con objetos traídos de otros países y comercializados como artesanía local, si bien la nueva artesanía no condena la importación de materiales o la introducción de nuevas

materias primas sintéticas, continúa conservando el factor humano como prioridad, aspecto que la artesanía kitsch que se pretende exponer también posee.



Fig. 40 Feria Artesanal Patio Bellavista, Santiago. Fuente: Santiagoanda (página web), sin fecha.



Fig. 41 Feria Artesanal Barrio Bellavista, Santiago. Fuente: www.yelp.com (página web), 2014.

⁴³ Sanchez, M. Oróla, J. (2017). Artesanía urbana | Catálogo Digital de Publicaciones DC.



Fig. 42 Feria Artesanal Los Domínicos, Las Condes, Región Metropolitana. Fuente: Almagro.cl (página web), 2012

2.4.- Kitsch y artesanía

En este apartado explicaré la relación de ciertas características y objetos con el kitsch y la artesanía y como estas dos aristas comienzan a formar parte de un sólo concepto: «Artesanía Kitsch»

2.4.1.- Artesanía e imitación

En el siglo XX, boom del kitsch, tanto el diseñador como el artista tienen un fuerte rol en lo que han sido los objetos y la imitación. La artesanía no está ajena a este fenómeno de imitación y copia, muchas veces mal visto debido a que es, precisamente, esta característica la que influye en la inautenticidad del objeto kitsch. Sin embargo, también ha sido la encargada -la imitación y la copia- de poner en boga el kitsch. Gracias a estos diseñadores, artistas o artesanos que imitan, el kitsch ha logrado su masificación, estos tres actores son responsables de llevar el objeto privilegiado a las masas.

El producto que no puede alcanzarse por dinero o por su procedencia antigua, se copia y esta copia es kitsch, debido a que cumple con las tres condiciones de Kulka; es por

acuerdo social bella o emotiva, es un objeto reconocible (ya que apelan a algo existente y, de hecho, su gracia es ser lo más fidedigno posible al original) y el autor no enriquece la pieza con nuevas formas o conceptos, no de forma deliberada, su deber es imitar.

Además el objeto imitación-copia se acopla al Principio de mediocridad, propuesto por moles, ya que no busca innovar, no propone y no crea nada nuevo, esto sería totalmente opuesto a su carácter primordial.

2.4.2.- Souvenir

El souvenir al igual que el recuerdo se han transformado en infaltables si de kitsch se trata. Ambos son objetos que suelen tener el carácter decorativo u ornamental como atractivo principal de su forma, más que la función, que pareciera, en este caso, ser el agregado.

La palabra souvenir (o suvenir) viene del francés y hace referencia a todo objeto que funciona como recuerdo de la visita/viaje a un lugar. Este objeto atesora en él un valor intangible debido a que se transforma en parte de las memorias de un lugar que afectó positivamente al comprador y por ende se hace necesario llevar un pedacito del sitio con ellos a través de este objeto.

A pesar de ello, esta característica no hace de un souvenir o recuerdo ser kitsch, no obstante todos están propensos a serlo. Lo que hace a este tipo de objetos ser kitsch son las siguientes características.

Cumple con las tres condiciones propuestas por Tomas Kulka:

Son objetos conocidos comúnmente por ser bellos o emotivos. En este caso el deseo de atesorar un recuerdo mediante un objeto lo hace inmediatamente bello y altamente emotivo, ya que el objeto elegido es aquel que produce mayor sensación de bienestar en el comprador basado en el recuerdo que trae, o traerá, a flote.

Son objetos fácilmente reconocibles, su forma es rápidamente asociada al lugar en el que se estuvo; por su representación formal de algo, por la existencia de una leyenda, o por algún otro factor que permita asociarlo al lugar de donde se obtuvo.

Y, finalmente, no entregan o enriquecen el contenido del

producto, si bien un souvenir busca ser atractivo y por este motivo se le añaden decoraciones y ornamentos -típico del kitsch-, no busca ser más de lo que muestra, ni tener connotaciones secundarias o expresiones propias del autor.

Además, cumplen con el Principio de Inadecuación, según Moles. Estos recuerdos suelen hiperdimensionalizar o miniaturizar los motivos que representan, convirtiéndose en símbolos de estos. Se trata de llevar la Estatua de la Libertad o La Torre Eiffel en tu bolsillo (los moais o los palafitos chilotes en el contexto chileno).

Por ende el souvenir, o recuerdo, en su carácter de objeto es importante si hablamos de artesanía y kitsch, ya que suele ser un obsequio obligado que las personas compran en las ferias artesanales o locales. Cabe decir son objetos que crean necesidades, debido al deseo de llevar un recuerdo, justificándose como una necesidad. «Los recuerdos de viaje, vagamente soportados por un carácter funcional que sirve de motivación racional de compra (“necesito justamente un cenicero”) permiten al sujeto racionalizar una tendencia kitsch global.»⁴⁴



Fig. 43 Ejemplos de Souvenir, feria bellavista. Fuente: Archivo personal.



Fig. 44 Souvenir Isla de Pascua. Fuente: Aliexpress.

2.4.3.- Decoración

No se puede hablar de kitsch si no se entra en el ámbito de la decoración, el adorno y el ornamento, ya que aquí yace uno de sus principales atractivos, el extra del objeto, el plus añadido a la función, o de plano la función de adornar. «Satisface, el adorno, la necesidad de belleza que el individuo tiene y manifiesta.»⁴⁵

Precisamente porque el objeto kitsch busca satisfacer al individuo y a las masas, se aferra al carácter decorativo; esto le atribuye una falsa belleza, se hace pasar por un objeto estéticamente satisfactorio. Para esto ocupa elementos, nuevamente tomando la idea de Kulka, que comúnmente son bellos o causan algún tipo de conexión emocional entre el objeto y el individuo.

Uno de los motivos por los cuales un objeto pasa a ser kitsch es por la exageración o adhesión innecesaria de un elemento decorativo que se desliga totalmente de la función y busca nada más que agregar, sin razón aparente, un rasgo estético y bello.

⁴⁴ Moles, A.,Wahl, E. (1969), op. cit., 166.

⁴⁵ Rambla, W. (2007): Estética y Diseño, Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca, 439.

El adorno en su relación hombre-objeto se encuentra en todos los entornos conocidos, calles, vitrinas, tiendas, especialmente en nuestro entorno más íntimo; el hogar, nadie está ajeno al objeto-ornamental, ya que hoy en día gran parte de los objetos con los que convivimos adornan nuestros espacios, nuestras ropas, nuestra persona, a veces sin darnos cuenta.

Sin embargo, no todos los objetos decorativos pertenecen al kitsch, deben cumplir con las tres condiciones sobre el kitsch propuestas por Kulka, de las que hemos hablado anteriormente. En este caso particular, el ornamento puede regirse por más de un principio sobre el kitsch indicado por Moles, como se presenta a continuación.

El principio de inadecuación se aprecia en todos los objetos que gracias a la añadidura de decoración a su forma por sobre su función terminan fuera de contexto; un teléfono que no parece teléfono, una virgen que parece más juguete que ícono religioso, etc

El principio de acumulación está presente gracias a que el objeto-adorno muchas veces termina, voluntariamente o no, siendo «coleccionable» y se presenta una acumulación de adornos o elementos decorativos dentro de un espacio.

Finalmente, se puede ver el principio de sinestesia, ya que se busca abarcar el mayor número posible de canales, para que así sea más atractivo para el individuo y la masa, el adorno se perfuma, el adorno se escucha, el adorno se siente.



Fig. 45 Macetero Decorativo con forma de zapato. Fuente: Mariangelasouza (blog), 2011.

En la artesanía el adorno es un elemento muy ocupado para agregar valor a los objetos, no sólo se compra porque representa un lugar mediante su forma o material, se compra, además porque es bello. En el caso de la artesanía urbana, como la santiaguina, este carácter toma vital importancia ya que dentro de la falta de identidad o variedad de identidad existente en la ciudad se hace difícil destacar un producto artesanal por su materialidad o técnica, por ende surge la siguiente pregunta ¿qué es lo realmente representativo de una ciudad?, por esto el atractivo visual (o sinestésico) de un objeto artesanal termina siendo el porqué de la compra. Y esto que lo hace estar fuera de contexto, inadecuado, pero propuesto como bello, lo hace kitsch.



Fig. 46 Bordado Tienda Frutillagram, Chile. Fuente: Tienda Frutillagram (instagram), 2017.

Este trabajo bordado pertenece a la categoría de artesanía urbana, proviene de un trabajo hecho a mano, con un motivo comúnmente bello (y anecdótico como lo fue la visita de Rubber Duck), cuya función es principalmente decorativa.

2.4.4.- *Funcionalidad del objeto artesanal*

Sucede un fenómeno interesante con el objeto kitsch y éste reside en su relación con la funcionalidad. Los objetos y las funciones suelen estar estrechamente ligados, ya que la existencia del primero (objeto) depende del segundo (función). Pero es el Kitsch el encargado de anteponer, de

forma arbitraria y gratuita un carácter decorativo -bello- al objeto, para que el comprador lo desee por bello y no por funcional. Pudiendo existir muchos objetos que realicen una misma función pero lo que hace al consumidor preferirlo -o no-, es un factor estético.



Fig 47. Set de té. Fuente: Tiendasmgi.es (página web), sin fecha.

En la figura 47 (Set de té) podemos ver un producto que encontraríamos en muchas tiendas, si bien tiene diseño en su forma, su principal atractivo es la función, con asas que no forman parte del material de la taza (vidrio) con el fin de que no se caliente y evite que la persona se quemara. Los dos ejemplos posteriores nos muestran sets de té kitsch en los cuales la forma y visualidad que nos presentan son los motivos de compra por sobre el factor funcional.



Fig 48. Set de té considerado kitsch por su imitación a los juegos de té antiguos, por ende sacados de contexto. Fuente: Picclick.com (pagina web), sin fecha.



Fig 49. Juego de té kitsch. Fuente: Ohmeriendas.com (página web), sin fecha.

El kitsch también es responsable de la creación de objetos cuyo fin principal es la decoración, ya sea porque su forma deja de lado totalmente su función, porque fueron hechos en forma de ornamento, o porque es un objeto antiguo que gracias a los años se vuelve un elemento decorativamente valioso.



Fig 50. Gato de la suerte. Fuente: Wikipedia.



Fig 51. Cisne decorativo de loza. Fuente: Moonbug.org (blog), 2007.

La artesanía también juega con el factor función dentro de sus piezas. La artesanía tradicional suele ser hecha con motivos funcionales, ya sea utensilios de cocina, ropa de abrigo, zapatos, etc, pero en la actualidad la mutación artesanal responsable de objetos como el souvenir le han ido restando importancia al carácter funcional de los objetos convirtiéndolos en elementos decorativos para el hogar, y que el consumidor busca con este fin.

Sin embargo, en la artesanía urbana, gracias a su caótica procedencia, se da un fenómeno distinto; suelen crearse piezas hechas de forma artesanal, con motivos decorativos a los cuales, a veces de forma forzada, se les añade una función o se venden con la función de adornar (y los consumidores asumen ésta como una función necesaria).



Fig 53. Dijes de porcelana en frío que son usados decorativamente como aros, collares, pulseras, etc. Fuente: Pinterest, sin fecha.



Fig. 52 Borracho en vidrio, feria Los Domínicos. Fuente: Archivo Personal.

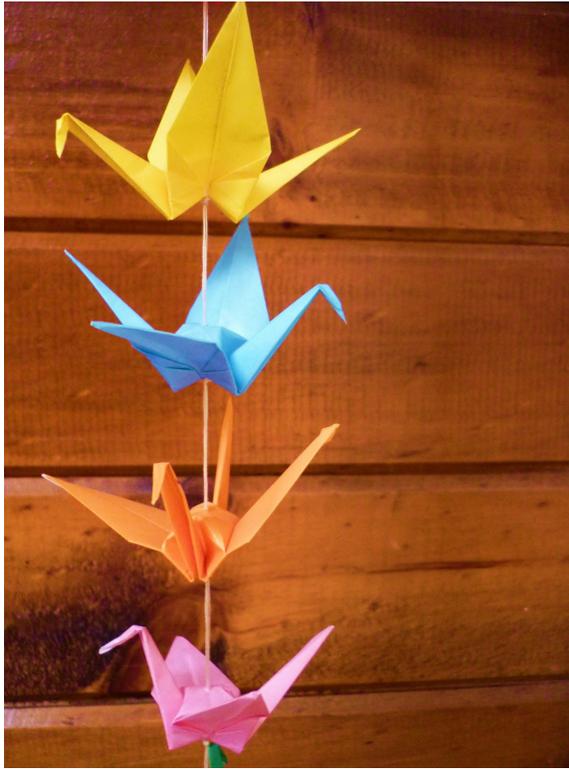


Fig 54. Colgante decorativo (separador de espacios) de origami o papiroflexia. Fuente: Origamideco (blog), 2011.

Ambos ejemplos nos muestran un tipo de artesanía hecha de forma manual con la que suelen hacerse piezas decorativas unitarias, sin embargo en estos casos se busca agregar un carácter semi-funcional que se presta como motivo racional de una posible compra, o sea, no se compra sólo porque es lindo y adorna, sino porque se puede usar para algo más.

2.4.5.- *El Kitsch, la Artesanía y las masas*

Ya hemos presentado un panorama amplio sobre lo que kitsch y artesanía tratan, anunciando distintos aspectos en común en cuanto al objeto como tal; funcionalmente, estéticamente o formalmente. Sin embargo, hemos dejado para el final uno de los puntos más importantes, no solo para lo que esta investigación respecta, sino para todos los espectros de las artes, artesanías, diseño, humanidades, etc. Y no hablaremos de target, tampoco de un nicho, ni del consumidor como tal, comenzaremos describiendo el fenómeno de la cultura de masas, al cual tanto el kitsch, masivamente, como la artesanía urbana, en nichos de gran número, confluyen como fenómenos que apuntan a un público masivo.

Es precisamente este público el que apoya y conforma predominantemente ambos fenómenos antes mencionados - Kitsch y Artesanía Urbana - debido a que son sus características y comportamientos los que han ido sustentando su consolidación en el tiempo. Tanto el Kitsch como la artesanía y la artesanía urbana (distinción necesaria ya que tanto antigua como actualmente el objeto artesanal ha ido haciendo lo mismo de cierto modo gracias al artista-artesano) han sido capaces de democratizar el arte, y no tanto el arte como pieza contemplativa, también el objeto de élite.

Pese a su devaluación posterior, la artesanía industrial kitsch nació con la sana intención de trasplantar la estética de la cultura de élite a la de masas, para conseguir así una democratización del arte que hiciera posible su disfrute en todos los estratos sociales.⁴⁶

Nuria Rodríguez (Doctorada en historia del arte), responsable de la cita anterior, nos presenta la idea de democratización del arte, sin embargo, me atrevería a hablar de la democratización de los objetos de élite y no solamente hablando del público que accede al objeto porque su posición económica se lo permite, ya que hoy en día existe imitación para todo y el mercado chino se ha ocupado muy bien de este, también a aquello que se vuelve de una elite territorial, u oportunista (cuando la oportunidad te permite ser de una elite, objetos de edición limitada o a pedido «no replicables»), Los artesanos modernos gracias a sus habilidades manuales, la adaptación de material, el uso de nuevas tecnologías y la Red Social, es capaz de realizar, no industrialmente como se menciona en la cita, una imitación, una copia, crea un objeto inauténtico, sin embargo, termina democratizando aquello que por uno u otro motivo no puede ser de la masa.

El objeto kitsch accede a una cultura de masas porque funciona de forma industrial, sin embargo, el objeto artesanal, a pesar de su condición artesanal, por ende, seriado pero no con grandes números en un corto tiempo, también busca acceder a un público masivo, o mejor dicho a «nichos masivos», si bien ambos términos son contradictorios, hoy en día gracias a la Red social, globalización y diversos factores que hacen de este mundo un «lugar más pequeño» se puede acceder a todo el mundo, por ende el público que gusta de cosas alternativas, termina siendo masivo.

⁴⁶ Rambla, W. (2007). Op. cit., 424.

Más todavía, esa industria cultural kitschificada puede crear - ¿no lo está haciendo ya desde hace algún tiempo?- nuevas modas asumiendo incluso posturas inconformistas, contestatarias y hasta radicales; susceptibles de ser transformadas [...] en mas artículos y mas acciones de consumo masivo.⁴⁷

Precisamente, la artesanía kitsch se encarga de eso, toma el gusto de los nichos, el gusto de las masas, las tendencias e influencias de diversos lugares y logra crear objetos que, si bien no pertenecen a algo previamente concebido, si concuerda con el gusto de muchos, por ende la copia, pasa a ser una base y el objeto inauténtico pasa a tener un tanto de autenticidad que el autor impregna en él. En una sociedad meritocrática, el paso por el kitsch es el paso normal para llegar a lo auténtico.

Por ende la artesanía kitsch, así como lo hizo la industria kitsch en su momento, también es capaz de crear modas.

Si bien, la industria hace exactamente lo mismo, el objeto artesanal tiene gestualidad, presenta cultura y da cuenta de la realidad de un lugar. Además, posee el plus tan ansiado de personificación o «customizing» y logra modificar a su favor el aspecto homogeneizado tan criticado del Kitsch, no deja de serlo, ya que de artesanía kitsch se trata, pero lo disfraza, da posibilidades y, nuevamente, hace creer al consumidor que está prefiriendo el objeto por una razón estética, pero esa razón en realidad sigue siendo la conexión que el objeto provoca con alguna experiencia preexistente en ellos.

2.5.- Artesanía en Santiago

Esta sección de la investigación está dedicada a los lugares presenciales que influyen en la preservación y crecimiento del fenómeno cultural artesanal, tanto tradicional como moderno o urbano, son estos espacios de reunión tanto estables como esporádicos los que permiten que los artífices de objetos kitsch se sigan desarrollando, tanto aquellos que desde una artesanía tradicional han ido mutando a un ámbito mucho más kitsch, por razones comerciales principalmente, como a quienes partieron su vida artesanal de este modo -siendo kitsch-.

Para fines de esta investigación se definirán dos tipos de ferias artesanales; las permanentes, con ubicación física, horarios definidos, a las cuales se puede recurrir cualquier

día del año así como a un mall o al cine, por ejemplo, la Feria Artesanal de Santa Lucía. Y las esporádicas, como Cohete Lunar o Feria Estampada, que duran un día, un fin de semana, o un par de días.

¿Por qué realizar esta división?, según el tiempo que dura cada feria puede determinarse, por lo general, el tipo de artesanos que van. La artesanía tradicional, al ser un bien cultural por excelencia (turísticamente codiciado), suele estar en ferias permanentes, por el contrario, los nuevos artesanos que, en su mayoría, llevan entre 1 a 5 años en el rubro suelen ir a ferias esporádicas, ya que es lo que su capacidad productiva y monetaria les permite.

Sin embargo, antes de pasar directamente a la selección de ferias, nos remitiremos al supermercado, ya que las ferias son para la artesanía Kitsch lo que, en su momento, el supermercado o preunic (comercialización de precio único) fue para el kitsch industrial.

2.5.1.- Kitsch y supermercado

Desde 1925 la industria Kitsch se ha apoyado de la tienda y el supermercado para surgir y consolidarse, según A. Moles, en tres pilares:

a) Preunic

Esta modalidad está basada en una «colección de objetos» vendidos todos al mismo precio «el todo a mil/luca» como se diría en Chile, de lo cual salen series de objetos normalizados, atractivos estéticamente y que apuntan a un público obrero en «condiciones de participar del bienestar», aquí el gadget⁴⁸ resulta un producto estrella.

⁴⁸ Un gadget es un dispositivo que tiene un propósito y una función específica, generalmente de pequeñas proporciones, práctico y a la vez novedoso. Los gadgets suelen tener un diseño más ingenioso que el de la tecnología corriente. También es relevante mencionar que el psicoanalista francés Jacques Lacan los usa para referirse a aquellos objetos que son propuestos como «deseos» por el capitalismo del siglo XX.

⁴⁷ Rambla, W. (2007). Op. cit., 42.



Fig. 55 Tienda «Mundo a Mil» ubicada en Nueva Providencia.
Fuente: www.yelp.cl, sin fecha.

b) Comercio en cadena

Homogeneidad en los lugares donde se compran objetos, presentados todos de igual manera en estructuras similares, en locales reconocibles de forma simbólica por el consumidor. Además, tienen la particularidad de poseer el mismo surtido de productos, lo que permite al comprador tener el objeto sin necesidad de ir al mismo lugar -territorial-, destruyendo así las barreras territoriales que puede tener cualquier tipo de comercio -llegar a la mayor cantidad posible de consumidores-.

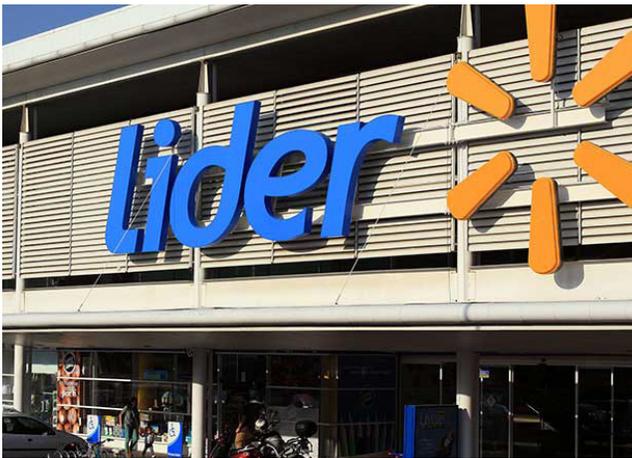


Fig 56. Fachada supermercado Lider. Fuente: www.cambio21.cl, 2014.

Los supermercados en general son un buen ejemplo de comercio en cadena, en cuanto a su homogeneidad en la disposición y el objeto que venden. Presentando siempre sus elementos de forma similar y teniendo ordenados los pasillos de productos siempre en el mismo orden. Independiente de la marca del recinto estos suelen tener estructuras similares.

c) Estudio de mercado

La venta de productos ya no se basa en el detalle, en complacer al consumidor de forma personal (excluye el «customizing», por el contrario, apunta a la realización de un producto que satisfaga una necesidad común para así abarcar el mayor número de consumidores posibles. Para esto se realiza el estudio de mercado.⁴⁹

Gracias a la implementación de este conjunto de herramientas o nuevas modalidades el kitsch se abrió paso y consolidó, finalmente, como un producto de masas, ya no sólo del burgués con aspiraciones aristocráticas, sino para todo quien pueda pagarlo, teniendo en cuenta la modalidad preuniv, son objetos asequibles para la mayoría.

Hoy en día el objeto kitsch se encuentra en muchos lugares, malls, tiendas, mercados, ferias, etcétera, pero se diferencian de la artesanía kitsch ya que esta, además de estar dotada de especiales características que la hacen artesanía, se encuentra en lugares «especializados» y destinados para este fin, muchas veces de forma esporádica, sin embargo, es esta la vía de conexión necesaria entre el artesano y el consumidor, son las ferias -artesanales a secas o de diseño, artes y otras- las que dan apoyo y escenario a este tipo de artesanía.

Estas instancias han ido aumentando con el pasar de los años y con el surgimiento de nuevos artesanos, las ferias esporádicas de diseño, ilustración y arte se han encargado de esto mediante la creación, por diversos medios, de espacios⁵⁰ que permiten crear una comunidad, no sólo de artesanos, aunque en ellas abundan. La red social es una de las responsables de facilitar estas instancias de conexión con el público, nuevamente nos referimos a un público de masas. Las ferias en las cuales muchos de los artesanos urbanos se desenvuelven han aprovechado el recurso digital para crear comunidades, esto hace posible que exista un registro accesible del fenómeno y lo consolida; existe material visual, audiovisual u otros que lo prueban, posteriormente esto

⁴⁹ El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica.

⁵⁰ Considerando el término espacio de forma conceptual, ya que las formas estructurales ya existen.

permitirá a esta investigación realizar los análisis visuales correspondientes para reconocer y diferenciar la artesanía kitsch, de la artesanía tradicional u otros.

La creación de espacios pertinentes y acordes, ya que bien sabido es que la instancia de una feria urbana -más contemplativa-, a la de una tienda o supermercado -mucho más consumista- son muy distintas y muy posible es que un objeto simplemente kitsch no sea apreciado en una feria como un producto kitsch de artesanía pierda su sentido en un supermercado, tanto para el kitsch como para la artesanía kitsch, ha sido un punto vital en la masificación y fortalecimiento de los fenómenos emergentes.

Tanto el supermercado para el kitsch como las ferias que venden artesanía kitsch, tienen una vital importancia en la formación cultural de una sociedad.

El kitsch moderno del supermercado es, en realidad, una forma de acceso a la cultura para la sociedad de masa. Es una promoción de la cultura y uno de los elementos de la movilidad social, un sistema de pedagogía popular, de aprendizaje de un arte de vivir.⁵¹

Hoy en día el supermercado ha ampliado los límites en cuanto diseño de élite abarca, encargándose de vender objetos que parecieran ser sumamente exclusivos y novedosos, atractivos por su forma sobre su función, a pesar de ser productos de venta masiva, el consumidor siente que está adquiriendo un objeto de diseño, ya que su apariencia resulta estéticamente bella.

¿Es también la Feria⁵² una forma de acceso a la cultura? Por supuesto, no sólo porque en ella vendan artesanía de todo tipo, sino porque también abarca diversos ámbitos culturales, como la música, comida, entre otros, sumado a que su conformación se basa en crear un panorama familiar. Por ende, se está creando un espacio que acerca este lado de la cultura a grandes y chicos, dando oportunidades a los nuevos artesanos de ser parte visible de esta cultura.

2.5.2.- Ferias artesanales

Las ferias artesanales han sido parte de nuestro cotidiano hace varias décadas, siendo una de las primeras, autodenominada feria de las artes, en la cual artesanos de todo Chile asistieron,

51 Moles, A., Wahl, E. (1969): *Kitsch y Objeto*, 178.

52 Considérese el término feria a aquellas perteneciente al mundo artesanal y no a aquellas libres que suelen asociarse con la compra de fruta o verdura. Ya que ésta también puede considerarse una forma de cultura en si.

la de Parque Bustamante en 1959, y que posteriormente, en 1974, pasa a estar a cargo de la Pontificia Universidad Católica hasta el día de hoy ya en su 43º versión.

En la actualidad las ferias artesanales son uno de los principales panoramas cuando se viaja a algún lugar o de paseo aquí mismo en Santiago, siendo parada obligada de turistas extranjeros o de región, ya que se consideran tanto los espacios como los objetos de venta, representaciones de la cultura santiaguina (o del lugar que se visita), esto a pesar de que ya muchos de los puestos presentes en las ferias artesanales no pertenezcan realmente al rubro.

Para la presente investigación se han definido ciertas categorías con respecto a las ferias artesanales y dentro de ellas están las ferias de artesanía tradicional que suelen ser permanentes⁵³ y aquellas que representan la artesanía urbana, mayoritariamente esporádicas⁵⁴, de las que hablaremos posteriormente.

Las ferias artesanales tradicionales se caracterizan por tener, en su mayoría, puestos de artesanos que venden objetos de materialidades y patrones pertenecientes a un lugar o zona de Chile, o que pretenden serlo, con esto se quiere decir que muchos de los productos que en estos lugares se venden no proviene realmente del lugar al que evocan, sus materiales son sintéticos y sólo de manera formal (en su forma física y visual) evocan al lugar del que dicen ser. También muchos de los puestos ubicados en estos espacios re-venden productos, por ende, es sólo el espacio el que termina conformándose como espacio cultural y no los puestos por separado.

2.5.3.- Ferias de Diseño/Arte/Ilustración

Desde el año 2014⁵⁵ ha surgido un boom de ferias de este tipo, que cada vez han tomado más fuerza y sus organizaciones han logrado crear (y crearse) un espacio para los nuevos artesanos de nuestra ciudad.

53 Ferias que están todo el año abiertas, con espacios y horarios definidos. Ejemplos; Feria de Santa Lucía, Feria Patio Bellavista, Feria de los Dominicos.

54 Aquellas ferias que sólo se dan una vez al mes o de forma no permanente, pueden durar desde un días a una semana, y su lugar de encuentro puede variar según lo establecido por la organización a cargo.

55 Este dato fue obtenido mediante una búsqueda de eventos de facebook pertenecientes a este tipo de ferias, ya que es el único registro que ha ido quedando de ellas, antes de esta fecha existían ferias de este tipo, sin embargo su afluencia no marcaba un hito y no ha quedado registro documentado de ello.

Ha sido el diseño, el arte y la ilustración motivos de estas ferias, aunque en ellas vemos una amplia gama de artesanos urbanos, categoría de la que muchos desconocen que pertenecen, disciplinas como las artes y el diseño, junto con nuevas tecnologías que facilitan el trabajo del artesano sin predominar ante la mano humana, han ido creando nuevos tipos de artesanía, con nuevos motivos, nuevos materiales y sin una representación clara de un lugar o cultura, más bien representantes del caótico conjunto que representa la ciudad.

Estas ferias dan espacio a jóvenes artesanos (diseñadores, artistas, escultores, etc) para mostrar su trabajo, se privilegian cupos para aquellos con productos de creación propia, manufactura humana, artesanal o «handmade», anglicismo que significa hecho a mano y que hoy es muy usado para referirse a este tipo de trabajos. Igualmente se caracterizan por ocupar la Red Social para formar comunidades, creando eventos que promocionan e informan al público sobre estas ferias, se ha formado todo un movimiento al respecto, ya que el panorama no sólo se centra en los puestos de venta, también se vende comida, se da espacio para músicos emprendedores u otro tipo de actos (magia, teatro, etc) que entretienen al público durante sus estadía en el lugar.

Este tipo de eventos, ferias urbanas, suelen ser de carácter esporádico con duración de un día o un fin de semana, sin embargo, se realizan periódicamente a lo largo del año; una vez al mes o cada cierta cantidad de tiempo, también usan las festividades como halloween, navidad, fiestas patrias, para dar ambiente a sus eventos, crear un concepto al respecto y dar vida a estos espacios en los cuales los artesanos u ocupantes de puestos de venta también participan, ya sea mediante la vestimenta o adecuando sus productos a la festividad correspondiente, esto se da gracias a que tienen la posibilidad y libertad de hacerlo. En estas ferias los productos artesanales son variados y no responden a temas particulares; mutan. Las piezas de porcelana, los accesorios, los peluches tejidos a crochet o los bordados pueden fácilmente adaptarse y cambiar su forma dependiendo de lo que el artesano estime conveniente, ya sea por motivación personal, porque un evento lo amerita o por que ayuda a aumentar las ventas.

2.6.- Artesanía kitsch

Como se ha dilucidado a lo largo de esta investigación, el término kitsch termina funcionando más como un adjetivo que como un sustantivo, es debido a esto que es posible consolidar un término como «Artesanía Kitsch».

Artesanía kitsch es, entonces, todo producto hecho principalmente a mano, con diversas técnicas o materiales, sean estos representativos de un lugar o no, con ayuda de aparatos o herramientas sencillas. Utilizan diseños/motivos o temas que suscitan el agrado de los individuos del público consumidor, a través de su aparente belleza o de su capacidad para emocionar. Debido a que apuntan a un público de masas, estos diseños son sumamente populares y deben ser reconocibles, por esto resultan ser (o buscan ser) rentables. Su carácter decorativo predomina ante el carácter funcional y en sus formas, visualidad y material (sintético por lo general) exaltan lo artificial de una u otra manera.

Definido este término a continuación se presenta la metodología y el trabajo de campo en el cual el fenómeno definido -Artesanía Kitsch- se hará presente.

3.- MARCO METODOLÓGICO

En esta investigación se utilizarán dos tipos de herramientas metodológicas; fichas, principalmente cuantitativas y Análisis fotográfico, principalmente cualitativo.

3.1.- Fichas de ferias

Primero se realizarán fichas para cuantificar las distintas ferias de Santiago, tanto ferias de artesanía urbana como de artesanía tradicional. En el primer caso (artesanía urbana) se recopilaron 22 fichas desde el año 2013 hasta 2016, anterior a esta fecha no hay registros claros de la realización de este tipo de ferias.

El siguiente cuadro será aplicado a las ferias de artesanía urbana.

Nombre Feria	
Número Ficha	
Tipo de Feria	
Temática	
Ubicación	
Organización	
Fecha	
Tiempo de Estancia/Duración	
Expositores	Tipologías

Cuadro 1. Ferias Artesanía Urbana. Elaboración Caroline Gamonal.

La aplicación de esta ficha a las distintas ferias permitirá delimitar el universo con el cual se está trabajando.

Los encabezados están elegidos para obtener información específica y relevante para la investigación, a continuación se explicará el porqué de estos, exceptuando aquellos que se justifican solos (como el Nombre y número de ficha).

a) Tipo de feria

El tipo de feria se refiere a si pertenece a Artesanía Urbana o a Artesanía Tradicional, ya que la Artesanía kitsch puede encontrarse en ambas categorías.

b) Temática

En temática se vislumbra el motivo de la feria, ya sea Festividades, temas populares como las mascotas, moda asiática, o relacionados con alguna disciplina como diseño, arte, ilustración, educación u otros. Con esto es posible saber la frecuencia y a que tipo de disciplina se acoplan.

c) Ubicación

La ubicación es necesaria para luego realizar un mapa que concentre los recintos que regularmente acogen estas ferias y desde ahí desplegar una lista de ellas.

d) Organización

Netamente para reconocer al grupo detrás y la cantidad de ferias que son realizadas por las mismas personas.

e) Fecha

Este dato permite saber cuanto duran aproximadamente las ferias esporádicas.

f) Tiempo Estancia/Duración

Con esto se puede saber cuales son las ferias permanentes; que están siempre establecidas con horarios y lugar establecidos. O Esporádicas aquellas que están uno o un par de días, sin lugar establecido ni fecha constante.

Para las ferias tradicionales el cuadro anterior fue medianamente modificado debido a que tienen distintas características.

Nombre Feria	
Número Ficha	
Tipo de Feria	
Temática	
Ubicación	
Organización	
Fecha	
Tiempo de Estancia/Duración	
Tipología	Cantidad
TOTAL	
Observaciones	

Cuadro 2. Ferias Tradicionales. Elaboración Caroline Gamonal.

g) Tipologías/Cantidad

En la artesanía tradicional las tipologías ya están mayormente establecida y son fácilmente reconocibles por el tipo de material o técnica, lo importante de esta etapa es cuantificar los puestos en estas ferias (que cuentan con una extensión, por lo general, mucho mayor a las ferias esporádicas), saber la cantidad permitirá poder elegir una categoría para analizar la presencia del fenómeno kitsch en estas ferias de mayor extensión.

h) Observaciones

Se agregó este ítem netamente para agregar comentarios con respecto a la cantidad de expositores y al porqué de ciertos datos inexactos.

3.2.- Análisis fotográfico

El segundo método será la observación y análisis fotográfico de las distintas ferias recopiladas para llegar, mediante esto, a encontrar los objetos -y artesanos de ser posible- pertenecientes al fenómeno de la Artesanía Kitsch. Con ayuda de la misma herramienta anterior, la ficha, se irán presentando objetos -o grupos de estos- encontrados en las distintas ferias y que pertenecen al fenómeno estudiado, para esto se aplicará la siguiente ficha.

Identificación Feria	
Tipo de Artesanía	
Tipo de Productos	
Ubicación	
Factores Condicionales	
El objeto representa un objeto o tema que se tiene comúnmente por bello o emotivo.	
El objeto representado es rápida y fácilmente reconocible.	
El Kitsch no enriquece al objeto	
Factores No Condicionales	
Principio de Inadecuación	
Principio de Acumulación/Amontonamiento	
Principio de Percepción Sinestésica	
Principio de Mediocridad	
Características Objeto	
Motivo/Diseño	
Carácter funcional	
Carácter ornamental	
Observaciones	

Cuadro 3. Análisis fotográfico. Elaboración Carolaine Gamonal.

Las ferias seleccionadas, pertenecientes al grupo de Artesanía Urbana (esporádicas) y Artesanía tradicional (permanentes) fueron las siguientes:

Centro el cerro

Bombero Núñez 231, Recoleta, Región Metropolitana

Safari Feria 2

Safari Feria 5

Safari Feria 6

Safari Feria 7

4to Festival Cohete Lunar

2do Festival Cohete Lunar

Pasarelas Verdes/U. católica

Av. Portugal 38, 51, Santiago, RM.

Feria Safari Silvestre

Hola Safari

Centro de Creación y Comunidad

Infanta 1415

Safari Guau Miau

Asian Festival

Safari Amigos: Expo Safari

Festival Halloween Cohete Lunar

Facultad de Arquitectura, arte y diseño, Universidad Diego Portales

Av. República 180, Santiago

8vo Festival Cohete Lunar

5to Festival Cohete Lunar

3ra Feria Navideña Pandogatos

Pueblo Silvestre

Santo Domingo 2457

Fiesta Lunar 2do Aniversario

7mo Festival Cohete Lunar Navideño

6to Festival Cohete Lunar

Facultad de Arquitectura y Urbanismo

Av Portugal 84, Santiago, Región Metropolitana

4ta Estampida

Festival Diseño Estampida

2da Diseño Estampida

UTEM

Dieciocho N° 390 • Santiago
Haciendo Escuela (Colectivo Agrupar)

Patio Bellavista
Providencia, Santiago

Bellavista
Bellavista con Pio Nono S/N

Santa Lucía
Avenida Libertador Bernardo O'higgins S/N & Carmen, Santiago.

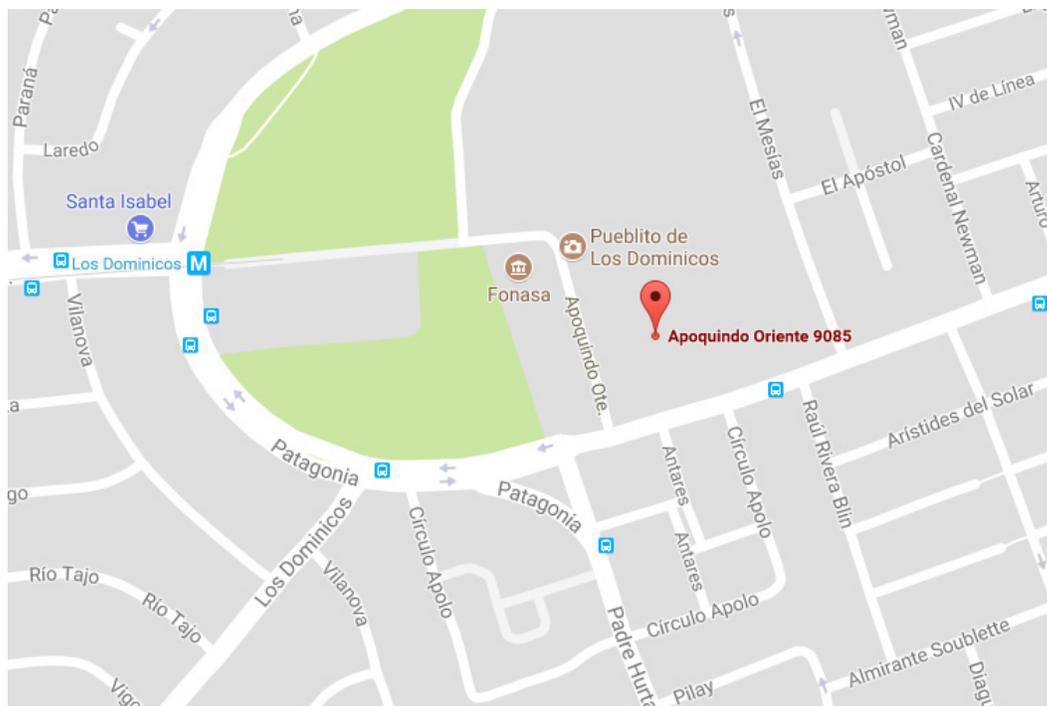


Fig. 60 Mapa Feria Los Domínicos. Fuente: Google Maps.

Pueblito Artesanal Los Domínicos
Avenida Apoquindo, 9085, Las Condes.

3.3.2.- *Análisis Fotográfico*

De las ferias seleccionadas se tomará una muestra de objetos potencialmente kitsch, en algunos casos serán objetos de forma unitaria, en otros un artesano con sus trabajos, la finalidad es mostrar las distintas formas en las que el fenómeno denominado Artesanía Kitsch se presenta en la realidad santiaguina.

En el caso de las Ferias Tradicionales se agrupan objetos con materialidad o temática similar, según lo más acorde.

Para las Ferias Urbanas se tomó un puesto de cada una de las siguientes categorías, definidas gracias al estudio de campo realizado en Seminario de Diseño I y II, del año 2016, titulado «La Nueva Artesanía; Tipologías y factores que delimitan el fenómeno de la artesanía urbana», esto para hacer un trabajo con una muestra lo más fidedigna posible.

- a) Textil
- b) Encuadernación/Papelería
- c) Porcelana en frío
- d) Bisutería en papel
- e) Bisutería
- f) Cerámica
- g) Madera
- h) Crochet
- i) Bordados

Cada ficha será respondida con los datos pertinentes, en los factores condicionales y no condicionales se marcará con una «x» aquellos que cumplan y aquellos que no se dejarán en blanco, éstas fichas, ubicadas en el anexo (página 110), permitieron sacar las conclusiones a continuación.

4.- PRIMERAS CONCLUSIONES

El fenómeno kitsch se encuentra presente en las ferias artesanales de Santiago en distintos grados dependiendo del tipo de feria del cual se hable. Si de ferias de artesanía tradicional se trata (Pueblito Artesanal los Domínicos, Patio Bellavista, Feria Bellavista, Santa Lucía) es posible encontrar objetos kitsch repartidos por las distintas tiendas y no una que venda sola o mayoritariamente artesanías kitsch. En el caso de las ferias de artesanía urbana es distinto, no sólo abundan los objetos influenciados por el fenómeno kitsch, es posible, además, encontrar artesanos o tiendas que producen mayoritariamente objetos kitsch.

Esto debido a la incidencia de la globalización permitida por el amplio espectro de redes sociales (hiperconectividad) y sus consecuencias en el mundo actual. Los artesanos de la nuevas generaciones se encuentran mucho más enterados de las diversas tendencias, modas o influencias en cuanto a objetos, cultura pop, música, películas, series, etc y esto hace que estos elementos sean más rápidamente masificados y conocidos por el público. Plataformas como youtube o facebook han masificado contenidos y tendencias que permiten a todos sus usuarios saber lo que está en boga. Este aspecto influye especialmente en los dos primeros factores condicionales

- a) El objeto representa un objeto o tema que se tiene comúnmente por bello o emotivo.
- b) El objeto representado es rápida y fácilmente reconocible. Gracias a la globalización, los motivos/temas considerados comúnmente bellos o emotivos son más fácilmente detectados ya que las personas pueden juntarse -virtualmente- a través de todo el mundo en torno a temas en común, también gracias a esto es posible que una imagen representativa de un objeto o personaje que esté lejos de nuestro territorio pueda ser reconocido con facilidad independiente de la lejanía.

Si bien todos, o la mayoría, de los objetos presentados en el análisis fotográfico cumplen con los 3 factores condicionales para que estos sean kitsch, también se presentan ciertos componentes en común, aspectos que se irá desglosando de forma individual.

1) Los objetos presentan una exacerbación de lo artificial: Especialmente en el caso de la artesanía urbana, en donde los materiales son principalmente sintéticos, no representan lugares o culturas ya que no son recursos naturales (como el cobre, lapislázuli, tipos de lana, cuero, etcétera). La procedencia del material ya no es importante en la producción artesanal, y esta artificialidad hace que los objetos sean potencialmente kitsch; los hace poco auténticos. La porcelana en frío, el papel, elementos plásticos, tela sintética, pinturas acrílicas, entre otros, son parte de los materiales usados en la artesanía urbana y también muchas veces en la tradicional, este factor democratiza de cierta forma al artesano, cualquiera, aferrándose de un material al alcance de todos, puede ser capaz de hacer objetos artesanales. Esta artificialidad también se presenta en los objetos, como los de porcelana, que representan cosas que no son, como comida, y que mediante texturas y colores buscan ser semirealistas.

2) Uso de patrones de diseño o motivos sumamente populares y reiterativos: Dentro de estos se encuentra la presencia de personajes históricos como Frida Kahlo⁵⁶, El Principito⁵⁷, películas

⁵⁶ Magdalena Carmen Frida Kahlo Calderón (Coyoacán, 6 de julio de 1907 al 13 de julio de 1954) fue una pintora mexicana. Símbolo de feminismo por romper la imagen de mujer sometida de la época frente a los estándares masculinos.

⁵⁷ Personaje de la novela homónima y la obra más famosa del escritor y aviador francés Antoine de Saint-Exupéry.

sumamente populares como Harry Potter o series animadas -Ejemplos observados en el trabajo de campo realizados, que puede apreciarse en las imágenes del anexo-. Los animales también son motivo constante de reproducción debido a ser considerados motivo de felicidad y compañía. Particularmente las mascotas suscitan en las personas gran emotividad ya que se convierten en parte importante de las familias. El objeto artesanal kitsch también se apropia de temas de moda, como se aprecia en las fotografías las representaciones de cactus o suculentas son motivos de la creación de muchos objetos, actualmente son muy populares en especial entre el público joven.

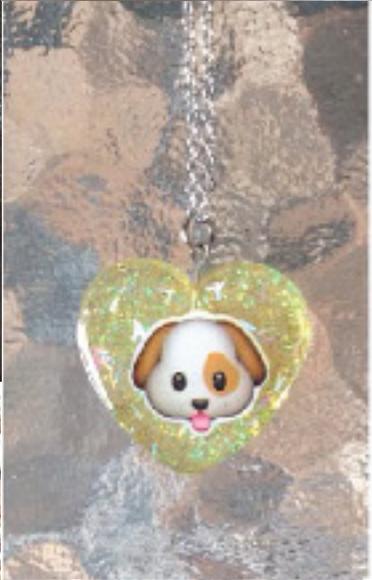
3) Existe un factor económico detrás de la creación de un objeto artesanal kitsch: El uso de temas sumamente populares busca nada más que rentabilidad. Si bien la artesanía busca ser valorada por ser lo que es, sin agregados, actualmente los artesanos buscan poder llegar al mayor número de consumidores posibles, muchos viven o buscan vivir de lo que hacen, por esto se hace sumamente necesario lograr que el producto artesanal guste al público masivo, por ende es muy común ver en estos objetos, que ya están en el imaginario el público, usando diseños que nada tienen que ver con la cultura del lugar del que proceden, o siquiera chilena. Existe una mezcla de temas que parecieran tener nada en común y que gracias a lo explicado anteriormente (rentabilidad) suceden, esto provoca que el fenómeno kitsch aumente su presencia en la artesanía y muchos de estos productos terminan aparentemente fuera de contexto.

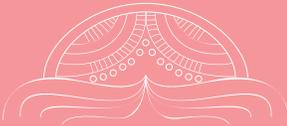
4) Principio de mediocridad predominante: El fenómeno kitsch presente en la artesanía también se muestra a través de piezas que muchas veces parecen incoherentes, que mezclan brillos, con motivos de comida, que ocupan materiales que parecieran no ser materias primas y esta incoherencia también es kitsch. Esto se refleja en que más de la mitad de los objetos analizados se asocian al principio de mediocridad, este postula que a pesar de que el objeto kitsch pareciera ser innovador en realidad nunca lo es, sólo lo aparenta. Muchos de estos objetos que mezclan temas sin similitudes parecen ser una novedad, sin embargo no aportan realmente en el carácter bello o emotivo.

5) Inadecuación constante: Otro principio que se dio en muchos de los casos de estudio fue el de inadecuación, mayoritariamente miniaturizan el motivo de diseño, esto influye en que muchos de los objetos funcionen como souvenir, éste tiene dos particularidades importantes observadas en el trabajo de campo; Primero, son de tamaño pequeño para funcionar como regalo y a través de el llevar un pedazo -simbólicamente- del lugar visitado y, segundo, por lo general su carácter funcional no es más que una forma de racionalizar la compra, se adquiere el objeto porque cumple una función -por menor que sea- y no es sólo un adorno, siendo que esta es su real esencia (ser ornamento).

Resumiendo, el objeto artesanal kitsch es aquel que mediante patrones populares concebidos como bellos o emotivos buscan ser rentables y consumidos por un público masivo. Su carácter decorativo, independiente de si poseen un carácter funcional o no, es prioridad y los hace llamativos, sumado al uso de materiales principalmente artificiales que nada tienen que ver con un contexto cultural los hace objetos inauténticos, que no quiere decir que sean de mala manufactura, esta idea, al menos en el contexto artesanal justificado por lo observado en el trabajo de campo, está un tanto alejada de la realidad, la suma de estas características en todos estos objetos los hace kitsch. Finalmente, la mano humana y las técnicas principalmente manuales que le dan su carácter artesanal los hacen objetos de artesanía kitsch.







**SEGUNDA
PARTE**



1.- INTRODUCCIÓN

La previa investigación verá como resultado final un proyecto de la rama editorial, tomando como salida/solución la forma de un Libro Objeto.

Para presentar el contenido visual (fotográfico) junto con la información pertinente para mostrar el fenómeno kitsch en la artesanía santiaguina es que se decide hacer un proyecto editorial. Este nos permite mostrar en conjunto estos elementos y además presentarlo como un objeto, un libro, a diferencia de una exhibición fotográfica o museográfica. Por esto, considerando que la investigación tiene como foco los objetos artesanales que se inscriban dentro de la definición del kitsch o al menos alguna característica de esta categoría, pero objetos al fin y al cabo, es que además se propone, no sólo un proyecto editorial en forma de libro, sino un libro objeto como proyecto final.

Posterior a la justificación del proyecto (a continuación), se establecerá un marco teórico y práctico en el cual se desplegará un apartado de diseño editorial y partes del libro, para tener claridad estructural de un libro convencional, para luego ser desestructurado.

No obstante, el énfasis primordial se basará en lo relacionado al libro objeto, partiendo desde la concepción de «Libro de artista» para desembocar en el tema en cuestión de forma deductiva -de lo general a lo particular-.

1.1.-Justificación del proyecto

¿Por qué un libro objeto? Primero que todo no está de más aclarar que en este apartado no se explicará qué es un libro objeto, esto se encontrará explayado en su sección propia, más bien se expondrán los motivos de la elección de esta solución.

Debido a que una de las principales características que hace a un objeto kitsch es ser no auténtico, se ve reflejada, principalmente, en la artificialidad de los materiales usados como por ejemplo: la imitación de pelaje animal (bordados de mascotas), texturas de comida (porcelana en frío), entre otros. Estos materiales son también parte esencial del trabajo artesanal, ya que en ellos queda registrada la mano humana detrás de cada obra.

Es por esto que se hace necesario un formato que, no sólo permite mostrar de forma unilateral objetos artesanales que formen parte del fenómeno kitsch, además es de vital importancia representar el aspecto que une estas dos ramas -artesanía y kitsch-; la materialidad. Es en este punto donde un proyecto editorial, o de plano, un libro, no es suficiente.

Tomando en cuenta esta reflexión, en la búsqueda de posibilidades se llega a la concepción de Libro Objeto (Libro-Objeto) cuyas particularidades lo hace adecuado para responder a las necesidades planteadas. Este tipo de obra permite exaltar las formas y materiales por sobre lo informativo o lingüístico (o de plano ser solo forma). Comunica con una mezcla de lenguajes correctos para destacar lo que este proyecto busca.

Sumado a esto, el Libro Objeto tiene un plus al ser, valga la redundancia, un objeto por cuenta propia, funcionando no sólo al recorrer sus páginas o contenido, sino en una totalidad. Esto lo hace una vía de trabajo un tanto kitsch, ya que lleva al libro convencional al límite de su definición, muchas veces llevándolo completamente fuera de contexto y perdiendo la forma que hace de un libro serlo.

Otro aspecto que hace coincidir este proyecto (Libro Objeto) con una de las ramas de investigación principales, «El Kitsch», es que en ambos se hace presente un principio planteado por Abraham Moles: Principio Sinestésico.

La sinestesia, definida como una sensación que se produce en una parte del cuerpo en consecuencia de un estímulo aplicado a otra, es empleada en el kitsch cuando se agregan sentidos a un objeto que no debería tenerlos; una carta musical, lápices con aromas, por dar un par de ejemplos, esto con el fin de abarcar la mayor cantidad de estímulos posibles que puedan interesar a un público de masas. Así también, el Libro Objeto se caracteriza por, además de usar un lenguaje visual por sobre uno lingüístico, comunicar a través del tacto, el aroma, hasta el sonido. Esto entrega amplias posibilidades de acción, pero más importante, una pieza apta y apropiada para el proyecto. Sustentando esta idea, Magda Polo, Profesora de estética y teoría de las artes en la Universidad Catalana, dice lo siguiente:

El libro como objeto de arte es eminentemente interdisciplinar, se abre a un sin fin de disciplinas y enfoques múltiples. Es también un libro que despierta todos los sentidos para ganarse el sentido del libro tradicional y a su vez nos ofrece la libertad creativa desnuda de quien lo concibe [...] Estas son características todas ellas objetivables y fácilmente perceptibles pero hay una característica que debemos mencionar y que creemos que es especialmente relevante: el libro como objeto de arte tiene un espíritu de universalidad, construye un mensaje, a ser posible universal, es más amplio y más internacional, y en eso reside la encrucijada entre el contenido y la forma.⁵⁸

1.2.-Objetivos de diseño

1.2.1-Objetivo General

Diseñar un Libro Objeto que contenga una muestra de artesanía representativa del fenómeno kitsch encontrada en algunas ferias de la ciudad de Santiago.

La principal motivación de este proyecto es presentar la artesanía con su carácter formal, resaltando el quehacer manual y artificialidad que la hace kitsch, justificar la existencia de este fenómeno a través de la búsqueda y revisión de información junto con una recopilación fotográfica, material y conceptual.

58 POLO PUJADAS, M. (2011): El libro como obra de arte y como documento especial. vol. 14, no 1, 7.

1.2.2- Objetivos Específicos

a) Documentar la artesanía kitsch presente en distintas ferias de Santiago.

Según la RAE el término Documentar significa:

- 1.- Probar, justificar la verdad de algo con documentos.
- 2.- Instruir o informar a alguien acerca de las noticias y pruebas que atañen un asunto.

El primer objetivo se basa en la recopilación de documentos (fotografías, ilustraciones, textos, conceptos, entre otros) que fundamenten visualmente el fenómeno kitsch dentro de la artesanía kitsch convirtiéndose en el contenido del Libro-Objeto

b) Instruir al lector/manipulador del libro objeto con respecto a contenidos medulares sobre el kitsch.

Según la RAE el concepto instruir tiene los siguientes significados:

- 1.- Enseñar, doctrinar.
- 2.- Comunicar sistemáticamente ideas, conocimientos o doctrinas.
- 3.- Dar a conocer a alguien el estado de algo, informarle de ello, o comunicarle avisos o reglas de conducta.
- 4.- Tramitar un procedimiento administrativo o judicial

Este objetivo se basa en los tres primeros puntos entregados por la RAE, enfatizando en el segundo, ya que los conceptos sobre el kitsch se entregarán de forma sistemática dentro del libro objeto. Este proyecto busca ir más allá de lo contemplativo y actuar con una función pedagógica. Lo anteriormente mencionado se justifica en el desconocimiento existente respecto al kitsch entre artesanos y personas en general, existiendo un miedo a la palabra -Kitsch-.

c) Exacerbar los materiales usados en los objetos de artesanía kitsch mediante la confección del Libro Objeto

Además, este proyecto, pretende poner énfasis en la materialidad de los objetos kitsch, convirtiéndolos en la forma del Libro Objeto.

2.- MARCO TEÓRICO Y PRÁCTICO

2.1.-Diseño Editorial

2.1.2.-Partes de un libro

2.1.2.1.-Forma

Tapas o cubiertas	Son las partes exteriores del libro. Suelen ser de un material más duro que el de los pliegos; generalmente cartón, plástico o cuero. La tapa o cubierta frontal lleva el título de la obra, su autor y puede presentar un diseño llamativo, que acerque al lector al contenido del libro. La tapa posterior o contraportada suele llevar una reseña de la obra en cuestión. El lomo también es parte de la cubierta, puede llevar el nombre del autor, el título de la obra, datos de la editorial, numeración, entre otros.
Sobrecubierta	Es el envoltorio destinado a proteger la tapa del libro. Su diseño suele estar estrictamente vinculado a la cubierta.
Guardas	Hojas de papel que el encuadernador coloca dobladas por la mitad para unir el libro y la tapa. Generalmente son de un papel distinto en gramaje y color al usado en el cuerpo del libro. Igualmente puede presentar un diseño acorde al contenido del libro.
Hojas de respeto o cortesía	Hoja en blanco que se coloca al principio y al final del libro, con el fin de no enfrentarse abruptamente con el texto. En ediciones de lujo o especiales se colocan dos o más hojas de cortesía. Es una parte del libro que en muchas obras actuales se ha dejado de lado.

Anteportada o portadilla	Originalmente, protegía de la suciedad a la verdadera portada y servía también para identificar el libro. Es la primera página impresa del libro; normalmente, sólo contiene el título (aunque, si es una colección, incluye el editor de la colección). Desde la anteportada comienza la paginación (no impresa) de los preliminares.
Preliminares (portada y contraportada)	La portada y la contraportada forman una doble página enfrentada. La información incluye el título del libro (si lo tuviera, también el subtítulo), los nombres del autor, de la editorial y la cantidad de ilustraciones que contiene. El diseñador establece una jerarquía para cada elemento, asignándole un valor. A veces se deja esta página en blanco y se diseña la portada de manera autosuficiente.

Cuadro 4. Partes de un Libro (forma). Elaboración Carolaine Gamonal.

2.1.2.2.-Contenido

Página legal o página de créditos	Este texto consta de cierta información reglamentaria para publicar formal y legalmente una obra: datos de la publicación no mencionados, número de la edición, traductores, ilustradores, fotógrafos, diseñadores, otros colaboradores, copyright, derecho de propiedad, ISBN (International Standard Book Number), etcétera.
Dedicatoria	Las dedicatorias personales suelen ocupar la primera página impar después de la portada.
Reconocimientos	Tanto del autor como del editor para aquellas personas que colaboraron en la recopilación o en la edición de la obra.
Prólogo	Situada en las páginas preliminares, es una nota elogiosa proveniente de un entendido en la materia.
Prefacio	Texto en el que el autor justifica las razones que lo han llevado a escribir el libro, a veces incluye los reconocimientos; debería ir después de cualquier prólogo y preceder a la introducción.
Introducción	Exposición de los temas, objetivos, estructura y convenciones del libro; es inseparable del texto y forma en efecto su capítulo de apertura.

Índice	Refleja la estructura del libro. Expone brevemente los capítulos o divisiones principales del mismo. También pueden agregarse al final del libro índices de nombres, conceptos o imágenes, entre otros.
Listado de abreviaturas	Recoge símbolos u otros signos que contengan información especial y que permitan la comprensión del texto. También pueden ir las apreciaciones con respecto a las ediciones realizadas en el libro.
Títulos de partes y de capítulos	Son un medio de comunicación que se establece desde la portada hacia el texto. Dentro del mismo texto prosigue esta comunicación, en orden descendente, por los encabezamientos, epígrafes, subepígrafes, etc.
Cornisas o cabeceras	Corresponden a la línea que aparece en el margen de cabeza de las páginas que no sean los encabezamientos de los capítulos. Puede llevar el título del libro, de parte, capítulo, título de sección o cualquier otra referencia que ayude en la orientación del lector.
Texto principal	Es el contenido primordial del libro, forma parte de todas las páginas de éste.
Caja tipográfica	Sector de la retícula donde se ubica la zona impresa.
Citas	Las citas deben diferenciarse del texto principal fácilmente por el lector. Estas ayudan a la comprensión del contenido de la obra, entregando datos o referencias al respecto. Pueden ubicarse en los márgenes o pie de páginas como también al final del texto.
Folios	Numeración de las páginas de un libro. En general, se ubican fuera de la caja tipográfica.
Páginas finales	El orden adecuado de las páginas finales debe ser: apéndices, notas, abreviaturas, glosario, bibliografía, reconocimientos, índice y colofón.
Epígrafe	Texto que agrega datos sobre lo que se ve en una imagen (foto, ilustración, etc.).
Notas	Notas a pie de página, notas al final de los capítulos o notas al final del libro.
Glosario	Apartado con definiciones de conceptos de la edición.
Bibliografía	Lista de lecturas aconsejadas o de referencias utilizadas a lo largo del texto.

Colofón

Al final del libro, se presenta una página para dejar mención de dónde y en qué fecha ha sido impreso. Lleva el nombre del taller gráfico, la dirección del mismo y la fecha de edición. A veces, suelen agregarse algunos datos referentes a circunstancias especiales de la ejecución.

Cuadro 5. Partes de un Libro (contenido). Elaboración Carolaine Gamonal.

2.1.2.3.-Diagramación

La diagramación es la parte del proyecto editorial en la cual se organizan los espacios y los elementos dentro del texto, imágenes u otros. Este aspecto puede guiar la lectura, crear un recorrido y dar distintos pesos visuales según la importancia del contenido, por otro lado, mediante la diagramación, se dan descansos visuales para el lector mediante blancos. La diagramación de una página debe tener en cuenta, además del contenido, el formato y los métodos de impresión, ya que de esta dependerá que no se pierda parte de un texto o imagen. Existen distintos tipos de retículas que un diseñador puede utilizar para éste propósito (diagramar), sin embargo, siempre puede estar condicionado al tipo de texto o proyecto en el que trabaje, un diario o revista poseen estructuras ya establecidas que suelen respetarse.

2.1.2.4.-Tipografía

La tipografía es una de los componentes vitales de cualquier libro, ya que da forma al lenguaje lingüístico, su buen o mal uso condiciona la lectura de cualquier texto. El tamaño tipográfico, interlineado y kerning (espaciado entre caracteres) dependen de la tipografía seleccionada. La formalidad tipográfica también es de suma importancia siendo distinto lo que una tipografía con o sin serif comunica. Los pesos visuales; light, regular, bold, extrabold, etc también deben ocuparse adecuadamente con el fin de amenizar la lectura, siendo coherente, por ejemplo, usar una tipografía en bold para títulos, no obstante en un párrafo u hoja completa resultaría sumamente perjudicial para la lectura.

2.1.2.5.-Color

El color es otro aspecto que para el lector puede resultar una obviedad, pero es parte fundamental del diseño de un libro. Se define como la «percepción visual que se genera en el cerebro al interpretar las señales nerviosas que le envían los foto receptores de la retina del ojo y que a su vez interpretan y distinguen las distintas longitudes de onda que captan de la parte visible del espectro electromagnético.»⁵⁹ El color consta de tres aristas; Tonalidad o matiz (clasificación de los colores gracias a las diferentes longitudes de onda), Saturación o intensidad (intensidad del color según la cantidad de blanco) y Luminosidad o claridad (cantidad de luz o brillo del color).

59 (Peredo, 2011)

Esta característica apoya la atmósfera presente en cada proyecto editorial, además, es capaz de transmitir ciertas emociones o sensaciones al lector. A continuación una pequeña muestra de lo que un color puede provocar en un espectador:



Blanco: Pureza, inocencia, optimismo, frescura, limpieza, simplicidad.



Rojo: Fortaleza, pasión, determinación, fuerza, valor, impulsividad.



Naranja: Calidez, entusiasmo, creatividad, éxito, ánimo.



Amarillo: Energía, felicidad, diversión, espontaneidad, alegría, innovación.



Verde: Naturaleza, esperanza, equilibrio, crecimiento, estabilidad, celos.



Azul: Libertad, verdad, armonía, fidelidad, progreso, seriedad, lealtad.



Púrpura: Serenidad, misticidad, romántico, elegante, sensual, ecléctico.



Rosa: Dulzura, delicadeza, gratitud, amistad.



Gris: Paz, tenacidad.



Negro: Silencio, sobriedad, poder, formalidad, misterio.

2.1.2.2.- Materialidad y formato

Tanto los materiales usados para las tapas, interiores o guardas se hacen parte del mensaje, mediante las texturas y tipos de papel es posible complementar el contenido de un libro y su uso puede cautivar o desagradar al espectador. Muchas veces el material suele ser intrínseco a los métodos de impresión o al diseño editorial, por ende puede ser omitido considerado como un aspecto que viene predeterminado. Lo mismo con el formato, este puede facilitar o dificultar la lectura de un texto.

La elección de materiales y formatos, además, está ligada al proceso de producción de imprenta; la optimización del papel usando formatos que aprovechen de la mejor forma el espacio, el gramaje con respecto a las tintas o aplicaciones que puedan realizarse en éste. Un libro convencional está sujeto a ciertos aspectos predeterminados pero esto no coarta totalmente la facultad de elección. Por otra parte un libro de artista, o más particular, un libro objeto traspasa esos límites; los materiales y formatos están sujetos netamente a la voluntad e intención del artista.

2.2.- Libro de artista

El libro desde sus inicios; con el pergamino hasta el siglo III a.C y posteriormente en el siglo XV con el códice (responsable del libro como lo conocemos hoy), ha sido una forma de transmitir información, conocimientos, ideas, sentimientos, entre otros, utilizando como recurso primordial un lenguaje cuya cotidianidad lo hace intencionado y convencionalmente establecido para el entendimiento de la mayoría; el lenguaje lingüístico. No obstante, este lenguaje a través de la palabra no es la única forma -obviamente- de comunicación.

He aquí el punto de entrada al concepto de libro de artista que, a diferencia del libro convencional, utiliza el lenguaje visual como forma primordial de comunicación. Ya en culturas antiguas se vislumbraba el uso de éste lenguaje, a través de manifestaciones visuales como los jeroglíficos, caracteres aztecas, cuneiformes, signos orientales, etcétera. Si se recorre la Historia del Arte es posible encontrar antecesores a lo que hoy se intenta definir como libro de artista.

Alrededor del 3500 a.C. se encontró una de las primeras tabletas de barro usadas para transmitir comunicación, la «tablilla de kish» en Irak, en la que se encontraban impresas cabezas, manos, pies, números y trillos. Esta pieza guarda en ella dos aspectos que conforman, en la actualidad, el libro como obra de arte; el carácter objetual y plástico con una función comunicativa.

En la antigua China se utilizaban los tejidos y rollos de papel, con una extensión de más de 20 metros, objetos cuya función comunicativa era acompañada de su carácter de objeto único. En la Edad Media (s.V - s.XV) los libros de gran formato entraron en el ámbito cultural, denominados códices en los que se alternaba lo textual con las iluminaciones y miniaturas de los amanuenses.⁶⁰

⁶⁰ Clérigos que enclaustrados en sus scriptorium dedicaban gran parte de su tiempo en la elaboración manual/artesanal de códices, cuyo contenido era principalmente las Sagradas Escrituras.

En el Renacimiento (s.XV - s.XVI) se da uno de los casos más significativo en cuanto a la incorporación de lo artístico al libro; *Hypnerotomachia Poliphili* (El sueño de Polifilo) de Aldo Manuzio, año 1499. Manuzio fue un impresor destacado de su época, creador de la encuadernación griega (de lomo liso), que implementa un tipo de libro en el que la imagen y el texto tenían el mismo peso, añadiendo así un valor artístico.

Sin embargo, quien irrumpe en la transformación de la lectura y su proceso en el libro uniendo poesía y diseño gráfico, palabra y arte más precisamente, fue el poeta Stéphane Mallarmé con su obra «Un coup de dés jamais n'abolira le Hasard» (1897). En esta obra se cuestiona por primera vez el signo, sacando de contexto la semántica estética, dando una nueva mirada al libro como se conocía hasta ese momento. Crea un lenguaje nuevo con respecto a la lectura, el arte y el libro.

Según Alicia Díaz de la Fuente, compositora y profesora de música en Madrid:

En «Un coup de dés» sorprende, ante todo, su particular disposición tipográfica, así como el prólogo que le antecede y en el cual el propio Mallarmé ofrece las claves de la interpretación poética. Tales claves podrían expresarse del modo siguiente:

- a) La identificación entre página y poema.
- b) La identificación entre los espacios en blanco y el silencio.
- c) La aparición de imágenes diversas como subdivisiones prismáticas de la idea.
- d) La diversidad tipográfica generando planos distintos.
- e) La apariencia de partitura que adquiere la página.
- f) La importancia de lo musical en el verso libre.⁶¹

Aquí se ve claramente la ruptura de la estructura convencional de la caja tipográfica, el contenido se apoya en la desestructuración del lenguaje apropiándose de las formas para potenciarlo.

Si bien, es difícil definir con precisión qué es un libro de artista, porque esto conlleva a limitarlo contradiciendo su carácter artístico de libertad de acción, esto no hace imposible establecer lo siguiente; Un libro de artista, no es un libro convencional, tampoco un libro cuyo contenido es sobre arte, es una obra que se comunica visualmente con el lector (o manipulador), es considerada una obra de arte independiente de su contenido. El autor de este tipo de libro suele ser un artista visual o gráfico, y su participación en la edición y producción es altamente participativa; en un 100% en el caso de una edición artesanal hecha en su totalidad por el artista y colectiva en el caso de trabajar con una editorial. Hablando técnicamente algunos aspectos que han diferenciado el libro de artista con un libro convencional es su producción mayoritariamente artesanal con un bajo tiraje y prolijidad, siendo más importante la motivación simbólica, no así económica. «Nadie puede comer de este negocio, pero en términos sociales y culturales es muy rentable, porque logramos hacer circular obras que de otra manera no tendrían difusión»⁶². Dice Miguel Ángel Felipe editor de Ediciones La Visita.

2.2.1.- Tipos de libro de artista

Es factible establecer tipos de libro de artista pero esto no delimita ni limita las posibilidades de creación. Por otra parte, un libro de este ámbito puede pertenecer a una, varias o ninguna

61 POLO PUJADAS, M. (2011): El libro como obra de arte y como documento especial. vol. 14, no 1, 5-6.

62 Espinoza, D. (2016): El arte del libro objeto se abre paso en Santiago. La tercera.

categoría, esto debido, precisamente, a la libertad de acción intrínseca al libro de artista.

Las posibilidades de clasificación son amplias (formales, conceptuales, técnicas, temáticas), por ende, las tipologías dispuestas a continuación son primarias, encontradas no tanto en la literatura escrita, pero sí, en algunos blogs o artículos digitales que hablan de taxonomías similares.

Una de las primeras categorías hace referencia a la cantidad de ejemplares; Seriada o Ejemplar único. Pese a ello, no serán consideradas como parte de las tipologías, ya que son ámbitos muy amplios y dependen del criterio del artista. Pudiendo ser, las categorías a continuación, seriadas como ejemplar único:

Libro de artista original

Posee una estructura formal (soporte) similar a un libro convencional, el artista realiza una obra plástica única. Suele ser una obra con pocas ediciones o de edición única, utilizando distintos medios de reproducción (serigrafía, xilografía, litografía, por nombrar algunos) cuya elección muchas veces depende del mensaje que el artista quiere transmitir, es él quien controla la totalidad del proceso de producción, independientemente, trabaje solo o con una editorial.

Libro-montaje

Las obras que situadas en un espacio, a modo de instalación, actúan sobre ese espacio y para apreciar esta obra el lector debe relacionarse con este entorno.

Libro reciclado/intervenido

Partiendo de un libro de edición convencional, el artista manipula este libro hasta convertirlo en una obra propia. Este tipo de ejemplar suele ser, casi en su totalidad debido a sus características, de edición única.

Caja-Contenedor.

Caja receptora de elementos bi o tridimensionales que pueden estar sueltos o unidos y permiten una lectura continuada como si de páginas se tratarán.

Libro escultórico.

Se trata de una obra tridimensional que imposibilita la lectura interna para potenciar una lectura global de su aspecto externo, probablemente lo que más cercano al concepto de libro objeto, ya que ha perdido la facultad de mostrarnos las páginas que podría contener y se muestra en definitiva como una escultura. Suele ser ejemplar único.

Libro Objeto

La obra se realiza con vocación tridimensional, contemplándose como una totalidad en su forma. Exacerba las características formales, materiales y táctiles de la obra, es una de las categorías de mayor poder sinestésico. Si bien suele contemplarse como libro de ejemplar único es posible reproducirlo en reducidas cantidades. Debido a que este es la salida formal a este proyecto, más adelante, se extenderá la información con respecto a este concepto.

2.2.2.-Referentes

Algunos representantes de libros de artista, en varias de sus categorías, son presentados a continuación:

Irma Boom

Irman Boom es reconocida por su trabajo en la confección de libros de artista, esta diseñadora gráfica, tipógrafa e ilustradora neerlandesa nacida en 1960 trabaja con materiales y formas fuera de lo común.

El libro a continuación fue premiado como «el libro más bello del mundo», competencia que se realiza cada marzo en la ciudad alemana de Leipzig y es organizada por Stiftung Buchkunst, fundación dedicada al desarrollo del libro arte.



Fig 61. «Weaving as metaphor» de Sheila Hicks. Fuente: www.fontsinuse.com, 2013.



Fig 62. «Weaving as metaphor» de Sheila Hicks. Fuente: laimprentacg (Página web), 2013.

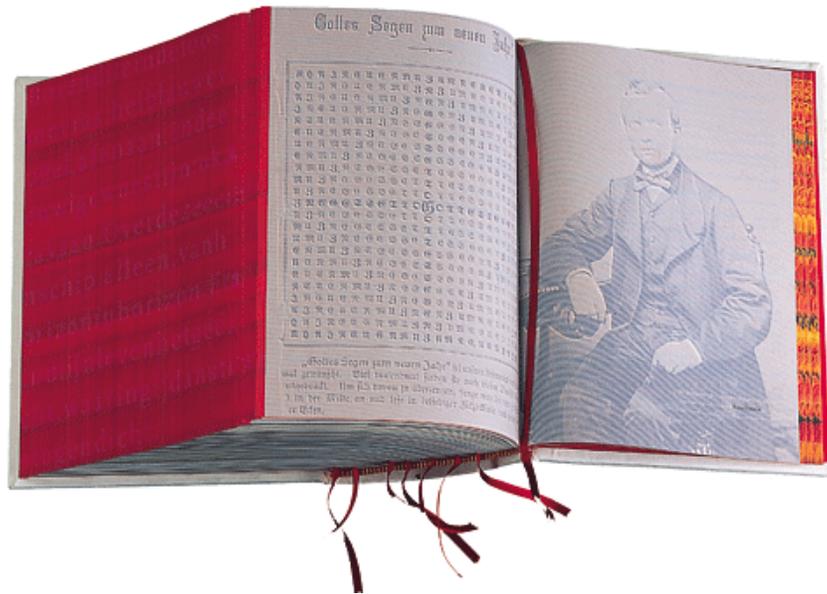


Fig 63. «Weaving as metaphor» de Sheila Hicks. Pinterest, sin fecha.



Fig 64. «Weaving as metaphor» de Sheila Hicks. Pinterest, sin fecha.

Boom también es conocida por realizar en miniatura todos los libros de artista que realiza para hacer las pruebas necesarias de diagramación, componentes, etc, por ello siempre quiso publicar una miniatura de libro resultando el siguiente.

Guillermo Nuñez

Nace en Santiago, Chile el año 1930, entra a la Escuela de Teatro de la Universidad de Chile y luego a la Escuela de Bellas Artes perteneciente a la misma casa de estudios. En ese periodo participó en el Grupo de Estudiantes Plásticos de la Universidad de Chile, que cuestionó el sistema académico vigente con el fin de mejorar la educación artística en Chile.

A lo largo de su carrera se ha desempeñado de forma multifacética, buscando puntos de encuentro e integración en diversas disciplinas; pintura, gráfica, grabado, instalaciones, arte objetual, entre otros. Su temáticas han pasado por desde lo histórico hasta lo personas, denunciando la violencia de la condición humana. Su obra ha circulado por museos y galerías de todo el mundo, como Cuba, Estados Unidos, Francia, Alemania y Suiza, entre otros países. Su extensa trayectoria fue reconocida en el año 2007, cuando fue galardonado por el Gobierno de Chile con el Premio Nacional de Artes Plásticas.

Esta obra titulada «Lenguario» es una serie de ilustraciones de lenguas inspiradas en el arte pop neoyorquino, realizadas en los años sesenta, si bien su formato original era un calendario (de ahí su nombre), en 2015 se realiza la reproducción mostrada a continuación.



Otro trabajo de Guillermo Nuñez de «Quizás-Aún-Tal vez» (2017), una recopilación de pequeños dibujos y bocetos de su autoría realizados con diversas técnicas. Se realizaron 65 copias firmadas por el autor.

Fig. 65. Lenguario. Fuente: La Naranja Librería (2015)

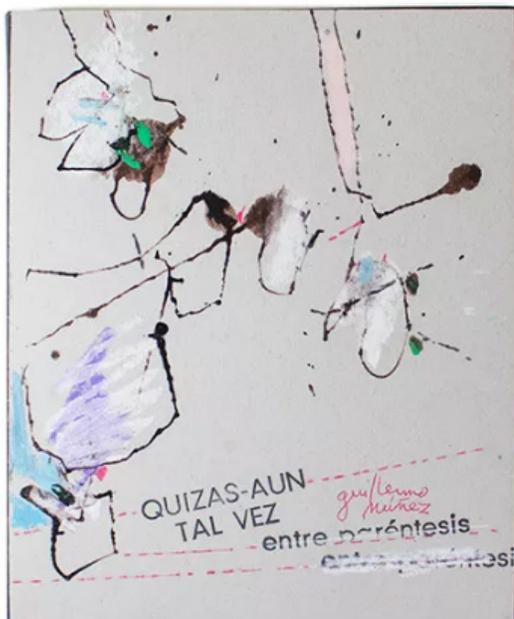


Fig 66 Quizás-Aún-Tal vez. Fuente: La Naranja Librería.

2.3.-Libro objeto

El libro objeto, como se mencionó con anterioridad, es considerado una categoría dentro del libro de artista y a diferencia de éste, que puede ser más parecido -formalmente hablando- a un libro convencional, una de sus principales características es la multiplicidad de canales por los cuales entrega un mensaje. Este tipo de libros no sólo se ven, también se sienten, se manipulan y buscan la participación del espectador desde otro plano -más allá de un simple lector-. Estas obras se presentan como objetos, un libro convencional es considerado por el contenido, mayoritariamente lingüístico, que entrega, el libro objeto es considerado por su forma y todo lo que ésta conlleva. Las posibilidades de composición, material y facturas son variadas y todo dependerá de artista tras el libro.

Por otra parte, el Libro de artista y Libro objeto son dos conceptos que suelen confundirse, muchas veces usados como sinónimos, poseen una delgada línea que los separa y podría decirse que; «Todos los libro objeto son libros de artista, pero no todos los libros de artista son libros objeto». El primero (libro de artista) es una amplia clasificación y como unidad continúa entrelazado con un libro de edición convencional, por otra parte, el libro objeto, muestra una vía sumamente más formal, plástica y tridimensional con respecto a su contenido.

Más allá de la confusión entre uno u otro término, la complejidad del Libro Objeto, además, se basa en los horizontes que lo limitan -o no- ¿Qué hace del libro objeto no ser mera «cosa»? he aquí cuando el concepto de «intencionalidad» se hace presente, pese a la subjetividad que conlleva, no obstante, condiciona su ser «Libro-Objeto». Un ejemplo claro de esto es «Especies, seis poemas/seis especies» de la editorial La Diéresis, cuya apariencia, ante un espectador no conocedor, es objetual y no asociable al concepto en cuestión (libro objeto). Por otra parte, Sebastián A. Editor de La Naranja Librería, propone como límite ante un objeto de esta categoría la existencia del lenguaje lingüístico/escrito dado por los poemas dentro de los frascos. Este caso es particular y es un horizonte sumamente extremo, no está demás agregar que esta obra, podría decirse, es puramente Libro Objeto (con respecto a la discusión Libro Artista/Libro Objeto), ya que no fue concedido por un artista; es la editorial que manifiesta una idea, busca a los poetas y lleva a cabo este proyecto.



Fig 67. Especies, seis poemas/seis especias. Fuente: La Naranja Librería.

Otro ejemplo sumamente parecido es «9 breves poemas japoneses» de autores clásicos japoneses (Kobashi Issa, Miura Chora, Tai Taigi, Masaoka Shiki, Matsuo Basho, Yosa Buson, Hattori Ransetsu, Fukuda Chiyo-Ni y Ueshima Onitsura), una caja de té que en cada bolsa lleva escrito un poema. Si bien, este podría ser perfectamente un té de categoría premium, su intención es -claramente- la contemplación y no el uso, sumado al manejo de lo lingüístico lo hacen un Libro-Objeto que roza el límite de ser sólo un objeto.



Fig 68. 9 breves poemas japoneses. Fuente: La Naranja Librería.

2.3.1.- Democratización del arte

Este apartado es interesante de tener en consideración, debido a que el concepto «democratización del arte» ya fue usado en el capítulo sobre el Kitsch, siendo otro punto que une estas dos aristas del proyecto. Si bien, en el caso del kitsch este concepto es llevado al pie de la letra, siendo uno de sus principales objetivos llegar a las masas, por ende, ser barato y rentable, en el caso del libro objeto este término no llega a tales extremos. Conceptualmente hablando es una categoría editorial/artística que, al igual que el kitsch, busca en lo posible entregar un mensaje claro y conciso, de tal forma que sea entendido -o confuso- para la mayoría, no generar obstáculos comunicativos basados en la falta de conocimiento del espectador. Sin embargo, práctica y económicamente hablando tal democracia es difusa ya que los precios para adquirir este tipo de obra son elevados, refiriéndose a esto Sebastián A., indica que esta idea va inmersa en el contexto del mercado del arte; las obras artísticas como pinturas o esculturas, son sumamente caras, la originalidad -como objeto/cosa- y unicidad lo hace de esta forma. Es por esto que el Libro Objeto, en comparación a este mercado, pareciera democratizar el arte. Cuenta, muchas veces, con cierta posibilidad de reproducción y de manufactura barata -no por ello de mala calidad- que lo hace posible (democratizar lo artístico); Dice Sebastián Barrante, editor de La Naranja Librería, con respecto al precio de una de sus adiciones «5 Sur» de Magdalena Jordán «El valor es simbólico, porque el costo de producción es mucho más, pero lo que nos interesa es que circule»⁶³, además ambos editores, han expresado su apuesta por Libros Objeto o Libros de artista hechos de materiales y producción de bajo costo pero de cuidadas y prolijas ediciones.

2.3.2.- Referentes

Mario Lagos

Pintor nacido en Santiago, Chile en octubre del año 1959, Ingres a Licenciatura en Artes Plásticas en USACH en 1979, posteriormente entra a Publicidad en la Escuela de Publicidad del Pacífico entre 1980 y 1985. En los noventa gracias a un viaje por Alemania se encuentra por primera vez con un libro intervenido (Anselm Kiefer, pintor y escultor alemán), de ahí se sumerge en aquel mundo hasta la actualidad, convirtiéndose un referente en cuanto Libro Objeto. Uno de sus trabajos más conocidos es «Crónicas de Chile», una obra que habla de la conquista y el territorio locas, con 35 hojas intervenidas con resina, pintura metálica, madera y tierra.



Fig 69. Crónicas de Chile, Mario Lagos. Fuente: La Tercera digital.

⁶³ Espinoza, D. (2016): El arte del libro objeto se abre paso en Santiago. La tercera.

2.3.1.-Formatos

El Libro Objeto, como es posible apreciar en los apartados anteriores, explora distintos formatos, aunque los límites se mantienen dentro de lo manipulable por el individuo, a diferencia del Libro Montaje, por ejemplo, cuyas dimensiones sobrepasan por mucho al espectador. Desde el formato típico de un libro, a una caja a objetos más elaborados como especieros.

2.4.-Libro de Artista en Chile

2.4.1.- Naranja, librería y editorial.

Naranja es una empresa creativa del sector editorial. Entre sus innovaciones se encuentran el ser pioneros en Chile en la creación, comercialización y distribución de libros de artista, libros-objeto y publicaciones experimentales: ediciones que transforman el libro como mero soporte literario, en una publicación donde toda su anatomía se encuentra diseñada para entregar otras posibilidades de lectura.

Entre sus libros se encuentran tanto artistas nacionales como internacionales al igual que su participación en ferias (nacional e internacional), sus integrantes se han convertido en embajadores del libro de artista y libro objeto, no sólo con su comercialización y edición, también con la difusión y fomentación a través de charlas y talleres.

Esta librería está ubicada Barrio Lastarria, cuentan con un showroom al cual es posible asistir para ver -y/o comprar- las obras que poseen.



Fig 70. Naranja Librería & Editorial. Fuente: facebook.

2.4.2.- Feria Chaco

Feria Ch.ACO es la feria internacional de arte contemporáneo más importante de Chile y en su novena edición se sitúa en CV Galería, en Alonso de Córdova 4355, Vitacura, para recibir lo mejor del arte latinoamericano y mundial en 3 días donde la cultura fluirá en la feria. Si bien esta feria no se enfoca únicamente en libros, se han presentado expositores de libros de artista y libros objeto.

2.4.3.- Feria IMPRESIONANTE

Feria IMPRESIONANTE es un espacio que reúne editoriales de todo tipo cuyo objetivo principal es dar tribuna a proyectos independientes en los cuales la autogestión es la columna vertebral. Los expositores oscilan entre el arte, el diseño y los diversos medios de impresión. IMPRESIONANTE pone en boga la necesidad de publicar ya que esto supone un medio de expresión.



Fig 71. Feria Impresionante (día 2). Fotografía Caroline Gamonal.



Fig 72. Feria Impresionante (día 2). Fuente: Caroline Gamonal.



Fig 73. Feria Impresionante (día 2), serigrafía. Fuente: Caroline Gamonal.

3.- DESARROLLO PROYECTO

Como fue anteriormente dicho, el desenlace de este proyecto es un Libro Objeto, cuyos ejes principales serán la Artesanía y el Kitsch, estos lineamientos determinarán desde el concepto, hasta los colores, tipografías, etc.

«Cursi» es el título escogido para el libro objeto y para el proyecto en general.

Según la RAE el significado de este término es el siguiente:

1. adj. Dicho de una persona: Que pretende ser elegante y refinada sin conseguirlo.

Es un concepto generalmente asociado al Kitsch, sin embargo, la razón de fondo para seleccionar este nombre es su repetición en los mismos comentarios de artesanos con respecto a su concepción del Kitsch.

3.1.- Concepto



Fig 74. Esquema conceptos. Fuente: Caroline Gamonal.

Tanto la Artesanía como el Kitsch conforman los motivos de este proyecto, es por esto que como concepto, ideológico y visual, se han decidido los siguientes: Hecho a mano y Ornamental, siendo cada expresión un pilar fundamental en la definición de los anteriores (Artesanía y Kitsch). Ambos términos pueden definir perfectamente el resultado final del Libro Objeto. Usados en conjunto conforman la visualidad del proyecto, ornamentos bordados, cosidos, moldeados que influyen en la entrega del contenido y en la multisensorialidad que el proyecto pretende.

3.2.- Materialidad y formato

Serán principalmente cinco los materiales empleados en la elaboración de este Libro: Tela, Papel, Porcelana en frío, hilo y lana, asociados a cinco técnicas usadas para realizar artesanía (Costura, Origami, Modelado, Bordado y Crochet). Estos materiales fueron seleccionados dentro de la gama observada en las distintas ferias urbanas donde se presentan artesanos. Predominaron ante otros debido a que son maleables y adecuados para su utilización en un Libro Objeto (que pretende mantener su forma de libro), junto con su carácter artificial, todos los materiales elegidos provienen de materias sintéticas, comprados en librerías y lugares comunes, no provienen de un lugar definido, ni representan un territorio en especial.

Pasando al formato y recordando que se mencionó que mantendrá la forma de libro (importante de destacar ya que un libro objeto podría tener variadas formas), se definen las siguientes características:

Medidas: 30 cm x 28 cm

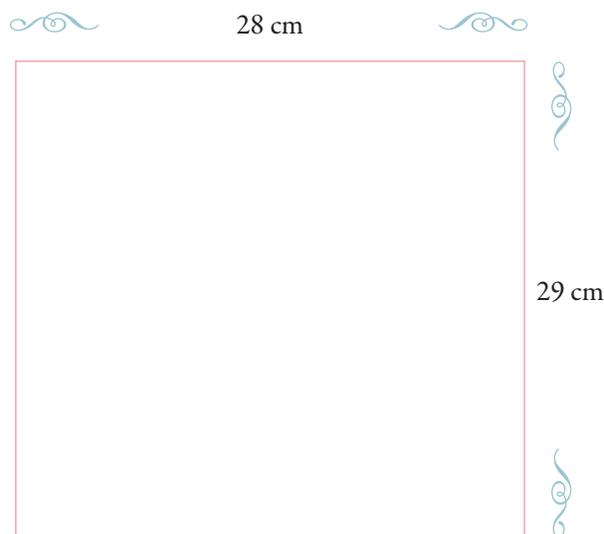


Fig 75. Medidas Libro Objeto. Fuente: Caroline Gamonal.

Será un formato semi cuadrado, más del doble de lo que un libro común abarca, acercándose a lo que las enciclopedias o libros infantiles significan.

3.3.- Encuadernación

La encuadernación será con lomo al aire, para que ésta también sea un ornamento del Libro, se realizará con hilo dorado en encuadernación copta.



Fig 76. Encuadernación copta. Fuente: Archivo personal.

3.4.- Diagramación/Retícula

La retícula toma como base 4 columnas, con 2,5 cm de margen interior para dar espacio a la encuadernación. Los títulos y textos centrados, las cajas tipográficas para textos cortos son de 1 columna centrada, y los textos de mayor extensión se presentan en 2 columnas también ubicadas al centro.

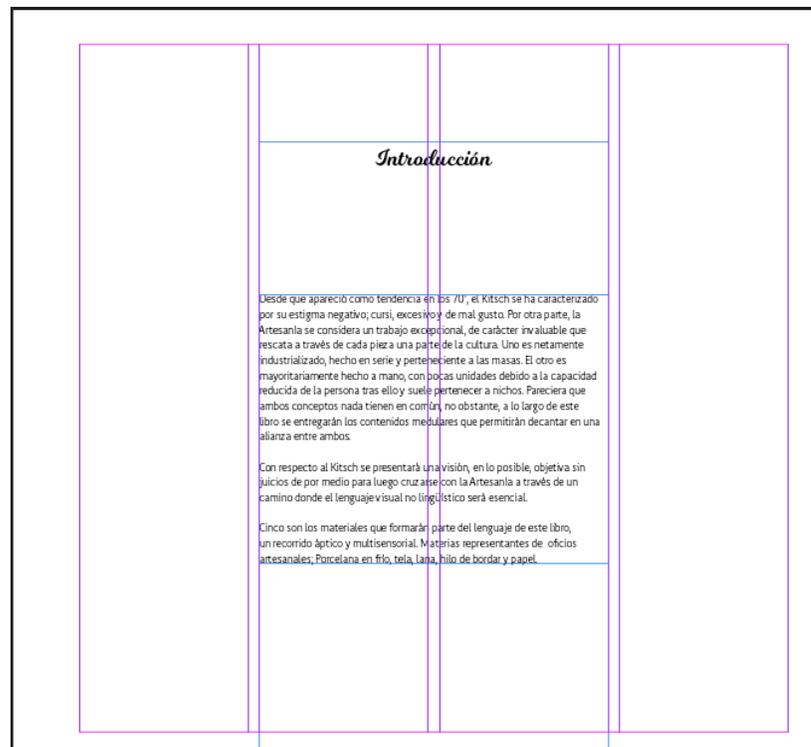


Fig. 77, Retícula 4 columnas, texto a 2 columnas.

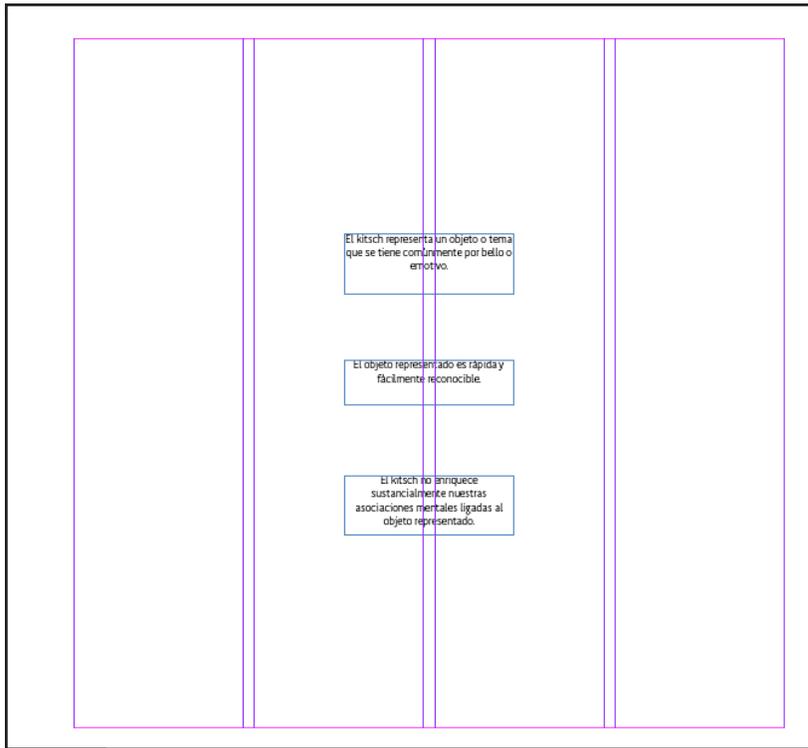


Fig. 78, Retícula 4 columnas, texto a 1 columna, centrada.

3.5.-Tipografía

Primero que todo las tipografías también fueron seleccionadas basadas en los conceptos de Hecho a mano y ornamental.

En los títulos se seleccionó la tipografía Milkshake en 24 puntos; script, simula ligaduras de la escritura manuscrita, con un fuerte peso visual, gruesa y orgánica. Esta elección se basó en las tipografías Kitsch de los años 70, década en la cual este fenómeno tuvo su boom. Además se trabajó manualmente la tipografía, modificando algunas ligaduras para reforzar su carácter manuscrito y extendiendo los caracteres finales para lograr un detalle decorativo que acentúe aún más la estética kitsch.

Milkshake 24 pts.
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 18 pts.



Fig. 79, Tipografía trabajada manualmente



Fig. 80, Tipografía trabajada manualmente vectorizada.

Para los textos se ha utilizado la tipografía Antu extralight en 12 puntos, seleccionada debido a que no posee serif y en su versión más delgada es similar a la escritura imprenta, aquella que comúnmente se usa al escribir a mano y no posee ligaduras. Si bien se realizaron pruebas con la escritura realizada a mano alzada se decidió ocupar tipografía para mantener cierta formalidad y asegurar la buena lectura.

Antu 24 pts.

AaBbCcDdEeFfGgHhIijKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXyYzZz 12 pts.

Intraducción

Desde que apareció como tendencia en los 70', el Kitsch se ha caracterizado por su estigma negativo; cursi, excesivo y de mal gusto. Por otra parte, la Artesanía se considera un trabajo excepcional de carácter invaluable que rescata a través de cada pieza una parte de la cultura. Uno es netamente industrializado, hecho en serie y perteneciente a las masas. El otro es mayoritariamente hecho a mano con pocas unidades debido a la capacidad reducida de la persona tras ello y suele pertenecer a nichos. Pareciera que ambos conceptos nada tienen en común no obstante a lo largo de este libro se entregarán los contenidos medulares que permitirán decantar en una alianza entre ambos.

Con respecto al Kitsch se presentará una visión en lo posible, objetiva, sin juicios de por medio para luego cruzarse con la Artesanía a través de un camino donde el lenguaje visual no lingüístico será esencial.

Cinco son los materiales que formarán parte del lenguaje de este libro, un recorrido óptico y multisensorial. Materias representantes de oficios artesanales; Porcelana en frío, tela, lana, hilo de bordar y papel.

Fig. 81, Tipografía del texto trabajada manualmente.

Otros textos dentro de «Cursi» fueron tomados directamente de la escritura a mano alzada de artesanos, o trabajados a modo de lettering y posteriormente vectorizados como en el caso del título de la portada.

3.6.-Colores

Los paleta de colores se tomó a partir de la observación de diversos objetos kitsch en ferias urbanas y tiendas virtuales. La cual resultó en, debido a la cantidad de colores, un resumen de colores repetidos y sintetizados a su nombre común: rojo, azul, amarillo y verde. Por otra parte, para trabajar esta paleta se bajo la saturación de estos colores y posteriormente se tomaron referentes de ambientes kitsch para, a partir de estos colores, llegar a tonos pasteles.

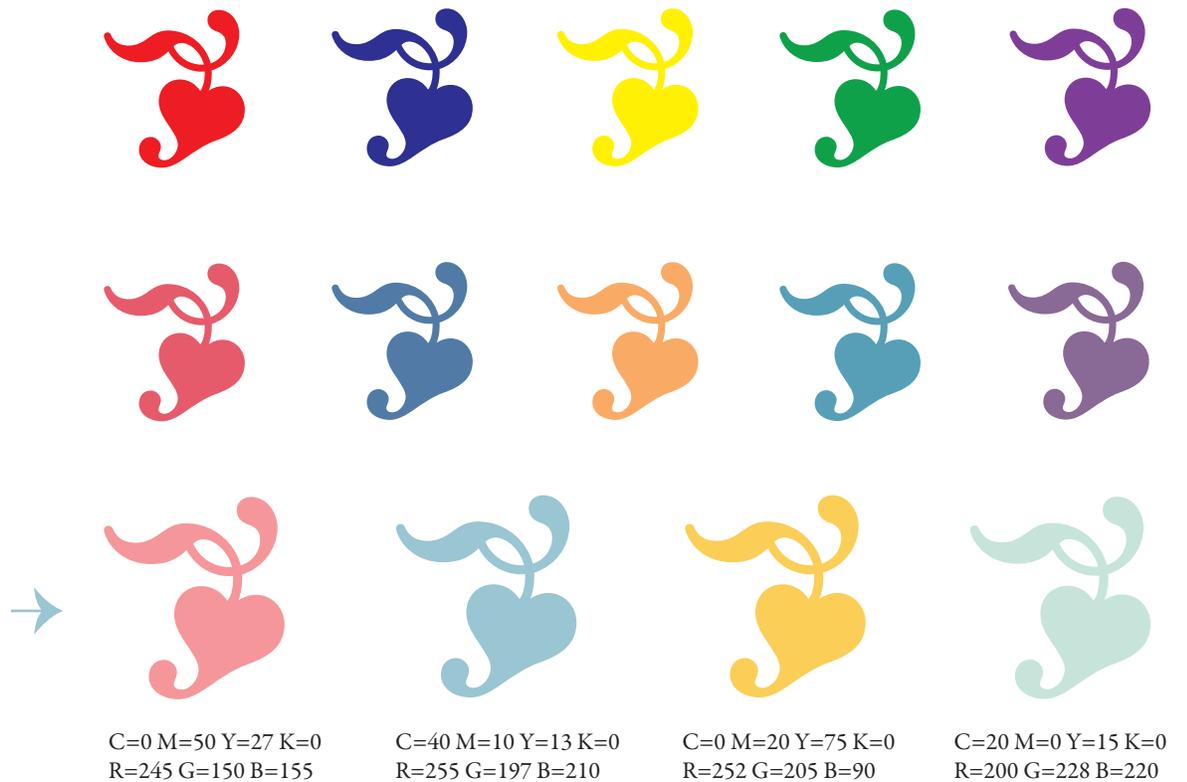




Fig. 82, Referente colores kitsch



Fig. 83, Referente colores kitsch

3.7.- Ilustraciones

Para la producción del Libro Objeto se realizó una serie de ilustraciones basadas en motivos Kitsch, con ellas se hicieron patrones para simular papeles murales. Estas imágenes conforman las separaciones de cada capítulo. Se usó un estilo vectorial, plano y caricaturesco, evocando el estilo de muchas de las piezas de artesanía Kitasch encontradas.



Fig. 84, Separación capítulo. Ilustración patrón rosas. Fuente: Caroline Gamonal



Fig. 85, Separación capítulo. Ilustración patrón flamings. Fuente: Caroline Gamonal



Fig. 86, Separación capítulo. Ilustración patrón piñas. Fuente: Caroline Gamonal

3.8.- Estructura

«Cursi» se divide en cinco capítulos; Introducción, El Objeto Kitsch, Principios del Kitsch, Los Artesanos y La Artesanía Kitsch.

Ya que la Introducción no merece mayor explicación, se expondrá a continuación una reseña de los siguientes cuatro capítulos.

«El Objeto Kitsch» nos presenta los tres pilares que Tomas Kulka propone para definir el kitsch, este es el primer capítulo pedagógico dentro del libro, cuyo fin es instruir preliminarmente al lector con respecto al kitsch.

«Principios del Kitsch» reúne cuatro principios representativos del kitsch propuestos por Abraham Moles. Con un subcapítulo por cada principio (Inadecuación, Mediocridad, Acumulación, Sinestesia), explicados y representados mediante distintos materiales y técnicas que conforman la experiencia háptica de este proyecto.

En el siguiente capítulo «Los Artesanos», se presentarán distintas definiciones de artesanos sobre el kitsch, sin necesidad de que hayan tenido claridad al respecto. Se realizó un trabajo de campo en el cual se les requirió escribir sus respuestas en una hoja, obteniendo así el contenido más íntimo dentro del Libro Objeto, por ende, este contenido se expondrá de igual forma, íntimamente, a través de un «cuaderno de viajero» inserto en «Cursi», dentro del cual se encontrarán postales con las respuestas de cada artesano.

Finalmente en «La Artesanía Kitsch» se mostrará material fotográfico que dará cuenta de los objetos de artesanía kitsch representativos y encontrados en las distintas ferias Urbanas de Santiago. Quince fotografías que marcarán un imaginario y no dejarán de lado la estética Kitsch presente a lo largo de «Cursi».



Fig. 87, Subcapítulo Principio de inadecuación. Fuente: Caroline Gamonal



Fig. 88, Subcapítulo Principio de inadecuación, grulla origami miniaturizada
Fuente: Caroline Gamonal



Fig. 89, Subcapítulo Principio de inadecuación, grulla origami hiperdimensionalizada
Fuente: Caroline Gamonal

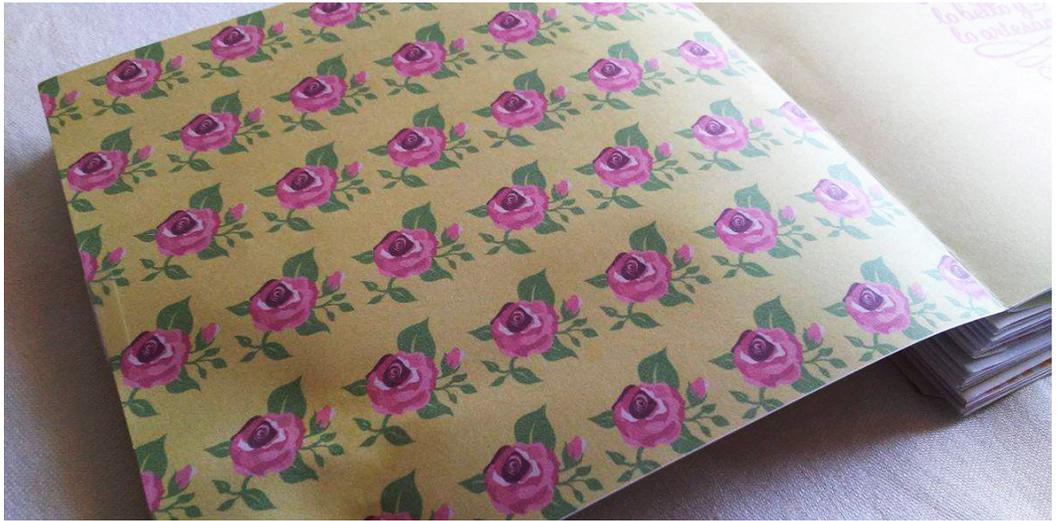


Fig. 90, Ilustración patrón rosas. Fuente: Caroline Gamonal

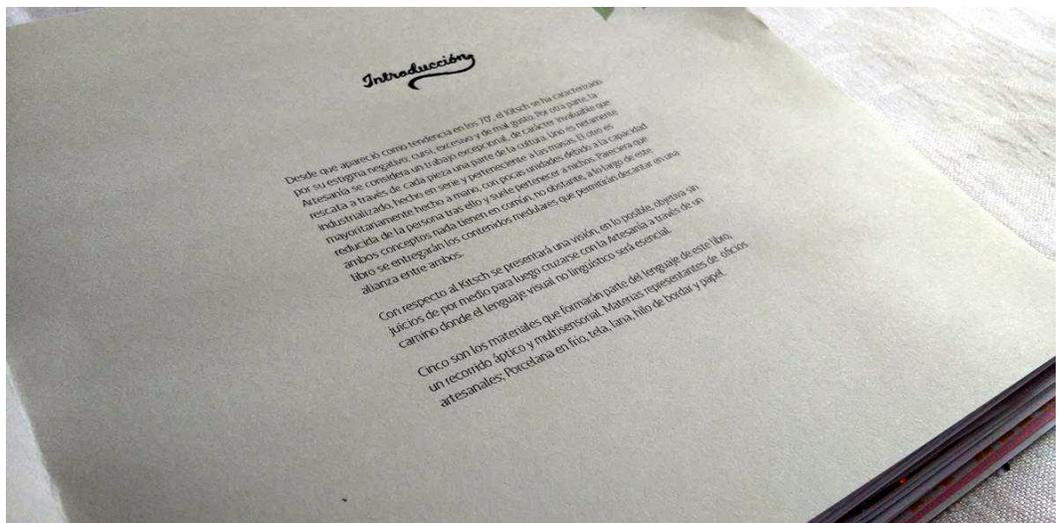


Fig. 91, Introducción. Fuente: Caroline Gamonal



Fig. 92, Capítulo Principios del Kitsch. Fuente: Caroline Gamonal



Fig. 93, Subcapítulo Principio de acumulación, impreso en tela con detalles bordados.
Fuente: Caroline Gamonal



Fig. 94, Subcapítulo Principio de acumulación, impreso en tela con detalles bordados,
acercamiento. Fuente: Caroline Gamonal

4.- CONCLUSIÓN

Primero que todo, mediante esta investigación, se ha logrado establecer un acercamiento libre de juicios con respecto a la Artesanía Kitsch, tomando como principal línea teórica los tres pilares de Tomas Kulka con respecto al Kitsch:

- 1) El kitsch representa un objeto o tema que se tiene comúnmente por bello o emotivo.
- 2) El objeto representado es rápida y fácilmente reconocible.
- 3) El kitsch no enriquece sustancialmente nuestras asociaciones mentales ligadas al objeto representado.

Cuya interpretación no pone en tela de juicio si algo es de buen o mal gusto, más bien, logra cierta objetividad dentro de los parámetros, ya que se apoya en la universalidad de lo bello.

Con esto en cuenta sumado al trabajo de campo que constó de dos partes; una cualitativa en la que se observaron distintas ferias artesanales y urbanas para detectar piezas de artesanía kitsch en ellas, y una cuantitativa, realizando un conteo de tipos de artesanía y cuales de ellas poseían -o no- aspectos kitsch, se cumple así el objetivo principal de investigación que buscaba fundamentar el fenómeno kitsch dentro de las ferias anteriormente mencionadas. Cabe mencionar que los objetivos específicos también resultaron parcialmente resueltos.

Surge así la siguiente definición con respecto al planteamiento de Objeto Artesanal Kitsch:

El objeto artesanal kitsch es aquel que mediante patrones populares concebidos como bellos o emotivos (nostálgicos) buscan ser rentables y consumidos por un público masivo. Su carácter decorativo, independiente de su función, es prioridad y los hace llamativos. El uso de materiales principalmente artificiales los hace objetos inauténticos, no obstante su buena manufactura no está en duda, la suma de estas características hace a estos objetos kitsch. Finalmente, la mano humana y las técnicas principalmente manuales que le dan su carácter artesanal los hacen objetos de artesanía kitsch.

Los patrones establecidos dentro de estos objetos artesanales kitsch fueron los siguientes:

Animales: Este es el recurso más usado por los artesanos para hacer rentable su producto, las mascotas ocupan un espacio especial en las familias y por lo tanto, son motivo recurrente en las distintas ferias santiaguinas.

Personajes populares: Ya sea de películas, libros o series de televisión, los artesanos suelen lucrar con los personajes que se encuentran de moda. También existen aquellos que por una u otra razón son permanentemente solicitados por el público; Los Simpsons, El Principito, Frida Kahlo, entre otros.

Comida/Frutas: Diseños sumamente coloridos que logran cautivar la atención del cliente y que son sumamente vistos en el trabajo de diversos artesanos.

Otros: Muchas de las piezas de artesanía kitsch utilizan como base objetos que comienzan a ser populares y transversales dentro del público, un ejemplo claro de ello es la figura del cactus, usada en llaveros, peluches, telas, etcétera

Llegando al resultado del tercer objetivo específico con respecto a la incidencia del Kitsch en la artesanía, se concluye que, en efecto, existe influencia del Kitsch dentro de estos productos, sin embargo, el artesano/productor no suele darse cuenta de ello. Existe una naturalización del Kitsch, ya sea por desconocimiento o inseguridad, y si bien se ha llegado a este punto, sería necesario realizar una investigación de mayor profundidad con otras herramientas metodológicas para ahondar más al respecto, por el momento concluye aquí.

Lo anterior mencionado abre el tema hacia el miedo o inseguridad que sufren los artesanos con respecto al Kitsch, su concepción altamente peyorativa ha logrado que se le tema al concepto y no se aprecie por sus otras características que nada tienen que ver con lo «feo», sino con lo artificial, llamativo y decorativo. El Kitsch posee un estigma que sería importante ampliar para poder hablar del éste como una cualidad estética y no como un sinónimo de «mal gusto»

Pasando a la segunda parte de esta investigación se concluye, con respecto al concepto de libro objeto, que aún es difícil realizar una definición acabada ya que, como se mencionó, eso sería limitarlo y el Libro Objeto busca todo lo contrario, si bien, es un ámbito nebuloso ha tenido gran incidencia en los sectores artísticos chilenos abriéndose paso desde un público conocedor elitista que puede acceder monetariamente al producto a un público masivo que puede conocerlo a través de ferias, charlas y editores independientes que buscan hacer circular sus trabajos.

En esta instancia de la investigación se recopiló al material posible y se articuló coherentemente para establecer una base con respecto al mundo de los libros de artista y libros objeto con el fin de ayudar a otros (posibles investigadores) con una base preliminar para su búsqueda.

Finalmente, reuniendo estas tres aristas; Kitsch, Artesanía y Libro objeto, se llega a «Cursi», libro multisensorial que busca introducir al lector/manipulador, tanto al mundo de la artesanía kitsch como al mundo de los libros objeto que no sólo se encuentran en el ámbito del pop up o libros para niños, por el contrario, tienen un gran potencial pedagógico para introducir todo tipo de temas a cualquier público. Se suele olvidar que el ser humano no está inserto únicamente en el universo de las palabras (lingüístico), por el contrario, existen múltiples sentidos y la vida es primordialmente sensorial.

5.-BIBLIOGRAFÍA 1a y 2a PARTE

Artículo Digital

- 1) Berríos, A. (2012). Libro-objeto: un desafío de lectura. [online] Leamos Más. Disponible en: <http://www.leamosmas.com/2012/05/21/libro-objeto-desafio-de-lectura/> (Revisado Julio 6 2017).
- 2) Caballero, D., & Tirzo, J. (2013). Conoce qué es un libro-objeto. Revista Mexicana de Comunicación. <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2013/02/27/conoce-que-es-un-libro-objeto/> (Revisado Septiembre, 2017)
- 3) Espinoza, D. (2016). El arte del libro objeto se abre paso en Santiago. La Tercera. <http://www.latercera.com/noticia/arte-del-libro-objeto-se-abre-paso-santiago/> (Revisado Septiembre, 2017)
- 4) López, A. (2017). 10 artistas amantes del mal gusto. [online] Cultura Colectiva. Disponible en: <http://culturacolectiva.com/10-artistas-amantes-del-mal-gusto/> (Revisado Junio 26 2017).
- 5) Pérez, P. (2008). El gusto estético. La educación del (buen) gusto. [online] Valencia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. Disponible en: <http://dspace.unav.es/bitstream/10171/9093/1/Ea.pdf> (Revisado Junio, 26, 2017).
- 6) POLO PUJADAS, M. El libro como obra de arte y como documento especial. Anales de Documentación, 2011, vol. 14, nº 1. Disponible en: <<http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/120151>>.
- 7) Sanchez, M. Otóla, J. (2017). Artesanía urbana | Catálogo Digital de Publicaciones DC. [online] Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5463&id_libro=14 (Revisado julio, 2017).

Blog

- 1) Anton, J. (2004). Visión de un género artístico. [Blog] Libro de artista. Disponible en: <http://librosdeartista-historia.blogspot.cl/> (Revisado Julio 6, 2017).
- 2) R. (2010). El chanco de greda. [online] Renzo-culturachilena. Disponible en: <http://renzo-culturachilena.blogspot.cl/2010/04/el-chanco-de-greda.html> (Revisado Abril 15 2017).

Libros Impresos

- 1) Eco, U. and Pons Irazazábal, M. (2007). *Historia de la fealdad*. Barcelona: Mondadori, pp.394-408.
- 2) Moles, A. and Wahl, E. (n.d.). *Kitsch y objeto*. Estrasburgo: Facultad de Letras y Ciencias humanas, pp.153-184.
- 3) Nardi P. (1966). *La aventura semiológica*. Sansoni, Florencia.

4) Rambla Zaragoza, W. (2008). *Estética y diseño*. Salamanca: Universidad de Salamanca, Pp.411-457.

5) Van Lier, H. (n.d.). *Objeto y estética*. Pp.129-151.

Libros PDF

1) Berger, J. (1972). *Modos de ver*. Inglaterra.

2) Buen Unna, J. (2003). *Manual de diseño editorial* (pp. 21-150). México: Santillana.

3) Cáceres, A. and Reyes, J. (2008). *Historia hecha con las manos. Nosotros los artesanos del Siglo XX*. 1st ed. Santiago.

4) CNCA (2008). *Chile Artesanal. Patrimonio hecha a mano..* 1st ed. Santiago, pp.9-28.

5) Kulka, T. (2011). *El kitsch*. Madrid: Casimiro.

Página web

1) Antón, J. (2014). Posibles clasificaciones del libro de artista. | MAKMA.<https://www.makma.net/libro-de-artista/> (Revisado Agosto, 2017)

2) Artedinamico.com. (2017). El concepto artesanía ,Artículos de diseño gráfico, medellin, colombia. [online] Dsponible en: https://www.artedinamico.com/portal/sitio/articulos_mo_comentarios.php?it=247&categ (Revisado Julio 8, 2017).

3) Imagina Santiago. (n.d.). ARTESANÍAS DE CHILE Y SOUVENIRS. [online] Disponible en: <http://imaginasantiago.com/que-hacer/compras/artesantias-de-chile/> (Revisado Abril 15, 2017).

4) Dle.rae.es. (2017). Cite a Website -Kitsch. [online] Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Mt02rbg> (Revisado Abril 5, 2017).

5) Es.wikipedia.org. (2017). Cassius Marcellus Coolidge. [online] Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Cassius_Marcellus_Coolidge (Revisado Junio 26, 2017).

6) Es.wikipedia.org. (2017). Jeff Koons. [online] Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Jeff_Koons#Celebration (Revisado 26 Junio 26, 2017).

7) Es.wikipedia.org. (2017). Origami. [online] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Origami> (Revisado Junio 26, 2017).

8) Es.wikipedia.org. (2017). Kitsch. [online] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Kitsch> (Revisado Junio 26., 2017).

9) Planetavino.com. (2016). VERITIPICAL; EL MAS KITSCH. [online] Disponible en: <http://www.planetavino.com/nueva/noticias/veritipical-el-mas-kitsch> (Revisado Abril 15, 2017).

10) Tannenbaum, B. (2010). ¿Qué es un libro de artista, o un libro artístico?. Milpedras.com.

<http://www.milpedras.com/es/noticias/53/que-es-un-libro-de-artista-o-un-libro-artistico/>,
(Revisado Septiembre, 2017)

11) Williams, L. (2015). Irma Boom - Iconoclastic Book Designer - Graphic Design Women. [online] Graphic Design Women. Disponible en: <http://www.graphicdesignwomen.com/iconoclastic-book-designer-irma-boom/> (Revisado Julio 6 2017).

12) Wordreference.com. (2017). kitsch. [online] Disponible en: <http://www.wordreference.com/definicion/kitsch> (Revisado Abril 5., 2017).

Videos

1) Federico Klemm - El Banquete Telemático "Cultura Kitsch". (2015). [video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=szu0uN7OKQg> (Revisado junio 5, 2017).

2) Kitsch. (2015). [video] Disponible en: <http://www.chvnoticias.cl/reportaje/kitsch-la-llamativa-tendencia-que-cada-dia-suma-mas-seguidores-en-chile/2015-06-11/230145.html> (Revisado Junio 7, 2017).

