

Taller Abierto

Feria de diseño independiente como escenario de
mediación en la valorización de los oficios

*

Estudiante: Fernanda Letelier Wilson
Profesor guía: Eduardo Castillo Espinoza

Proyecto para optar al título
profesional de Diseñadora Gráfica

octubre 2018

Taller Abierto.

Feria de diseño independiente como escenario de mediación en la valorización de los oficios.

✍

Proyecto para optar al título profesional de Diseñadora Gráfica.

Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad de Chile
Portugal #84, Santiago, Chile.

copia n° /5

Taller Abierto

Feria de diseño independiente como escenario de
mediación en la valorización de los oficios

Proyecto para optar al título profesional de Diseñadora Gráfica
Profesor guía: Eduardo Castillo Espinoza

octubre 2018





Revés de bordado realizado
por Valentina Castillo

*¿Por qué mostrar sólo vasijas y tejidos, nunca un horno o un telar?
¿Por qué no funcionando?, ¿y si documentáramos también
la relación entre las horas de trabajo y el precio?*

Nestor García Canclini,
Las culturas populares en el capitalismo, 1989.

AGRADECIMIENTOS

Creo que el tanto el conocimiento como el crecimiento, deben ser vividos en comunidad, fortaleciendo lazos en términos humanos y disciplinarios derivando en logros personales producto de una red de apoyo colaborativa.

Agradezco a mis compañeras Catalina, Francisca, Bárbara y Juliana, por dedicar su tiempo a escuchar y orientar. A Rita por su incalculable apoyo y conversaciones. A Vicente, Augusto, Daniela, Francisca Osses, Esteban, Joan, Valentina y Camila.

A Paulina Mueña, César Vallejos, Sofía Galasso y Tomás Cumplido; y a todas y todos los creadores que apoyaron y aportaron desde sus conocimientos, experiencias, pruebas y errores en este proyecto.

A mis padres y hermanos por darme el apoyo que se necesita al ser madre.

A mi profesor Eduardo Castillo por su gran capacidad humana, generando un ambiente grato y de confianza.

Y a mi hijo Adolfo por ser el motor.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

Oportunidad de diseño	14
Fundamentación	16
Objetivos	19

PRIMERA PARTE: MARCO TEÓRICO

Mapa conceptual	22
I. El oficio, una reflexión entre la mano y la cabeza	24
II. La invisibilización de lo manual	30
III. Diseño como quehacer	38
IV. Espacios culturales	52
V. Ferias como fenómeno cultural	62
VI. Consumo y participación cultural	76
VII. Sociología del arte	86
Estado del arte	90

SEGUNDA PARTE: CATASTRO Y ANÁLISIS

I. Metodología	96
II. LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	102
II.I. El proceso en el oficio	103
II.II. Actores	142
II.III. Gestión de ferias	149
II.IV. Ferias de diseño	156

TERCERA PARTE: <i>PROYECTO</i>	166
	168
I. Propuesta	170
II. Curatoría	173
III. Usuario	175
IV. Contexto	178
V. Procesos productivos	184
VI. Gestión estratégica	184
VII. Decisiones de diseño	190
VIII. Postulación Fondart	210
CONCLUSIONES	211
BIBLIOGRAFÍA	213



Cirkel Accesorios en la 6ª versión Feria Estampada
Pasarelas Verdes, octubre 2017.
Fotografía personal.

RESUMEN

Taller Abierto es una feria de diseñadores emprendedores, que aborda este fenómeno como un escenario cultural urbano, horizontal y multidisciplinar, que se plantea como una respuesta a la serialización y el consumo de masas, donde los productores/creadores toman protagonismo frente a la comercialización y consumo de sus productos; develando el saber oculto, lo humano, la habilidad, el oficio y el valor simbólico que esconden los productos terminados;. Donde se crea un contexto socio espacial en el cual convergen pluralidades de trayectorias, experiencias, intereses y formaciones, como un reflejo de la escena cultural, social y política de un país.

Palabras claves: feria de diseño, oficios, saber oculto, habilidad, mediación.

OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Taller Abierto nace a raíz de una serie de cuestionamientos y oportunidades que comienzan el año 2012, primeramente al apreciar en la disciplina del Diseño en Chile, las escasas instancias extra académicas en la cual se establecieran discusiones sobre el quehacer del futuro diseñador y su proyección a nivel país, contexto en el cual los escenarios de encuentro existentes eran mínimos y herméticos que no lograban generar una atmósfera de confianza o simetría con los estudiantes. Además, de percibir a nivel escuela FAU la cotidianidad con un sentido escolarizado, es decir, los estudiantes transitaban de su hogar a las clases académicas, sin darse situaciones para compartir y conocer tanto intereses como habilidades de los compañeros.

Fue así, que con un grupo de compañeras decidimos aportar en esta discusión y generar un encuentro de creadores ligados al diseño y la ilustración que mantenía el objetivo de dar espacio de exposición y comercialización a estudiantes de la propia universidad, la cual fue organizada en alianza con la organización de *Feria de Fanzines*, sin embargo, al no completar los cupos se abrió a todo público y se realizó la llamada *Feria de Fauzines*. Posterior a este evento la necesidad de abrir espacios de encuentro siguió latente, y ahora con un grupo mayor de estudiantes organizamos el colectivo y la primera *Feria de Diseño Estampada*, cuya 6° versión fue realizada en octubre del año 2017 en las Pasarelas Verdes —emplazada por primera vez fuera de la FAU—. Feria cuya finalidad convocar en una instancia física a diversos creadores diseñadores a exponer y comercialicen sus proyectos y productos frente a sus pares, creando un panorama cultural, acompañado de charlas, talleres, música en vivo, como además, stands gastronómicos.

De forma paralela, durante el desarrollo del *Taller Amster* de Diseño Gráfico II –impartido por el académico Eduardo Castillo el año 2012–, participé de una multiplicidad de hitos enriquecedores; iniciando con la visita a la imprenta del Archivo Bello de la Universidad de Chile, donde observarnos, manipulamos y experimentamos con tipos móviles, la participación de un workshop de encuadernación japonesa, aprender el sistema de linograbado, desde el uso de la prensa manual, sus soportes y herramientas, finalizando con la posterior participación en FILSA 2012 estampando linografías para ofrecer gratuitamente al público; los cuales fueron momentos imprescindibles para presenciar y comprender el valor que aún se le pueden otorgar a los oficios en el diseño actual.

Al aprender diversos oficios gráficos y habitar en una era tecnológica el cual los subestima, da el pie para desear exponerlos, compartirlos y enseñarlos a terceros, lo que me llevó, posteriormente a participar del Colectivo *Mano Alzada* y *La Técnica*, donde con un grupo de compañeros realizamos talleres de serigrafía fotograbada, diferentes tipos de encuadernación y linografía. Dando cuenta de la gran cantidad de personas de múltiples áreas interesadas en aprenderlos.

Por ende, *Taller Abierto* se establece como la sumatoria de estos episodios personales y trabajos colaborativos que he experimentado, desarrollado y madurado paulatinamente, enmarcándose en un momento en el que se realizan cada vez una mayor cantidad de encuentros relacionados a poner en valor los emprendimientos locales ligados al diseño dentro de la llamada 'vuelta a los oficios', utilizando la experiencia aprendida a partir de la gestión de *Feria Estampada*.

FUNDAMENTACIÓN

¹ Sennett, Richard; *El Artesano*. Barcelona, Editorial Anagrama, 2009, p.46.

² Manos Creadoras [documental]. Dirigido por Fernando Balmaceda. Chile, 1961. Recuperado por solicitud al Archivo Patrimonial de la Universidad de Santiago de Chile.

³ Correa, María Eugenia; *El diseño como práctica autogestionada. Aportes de los diseñadores independientes a la producción cultural*. En: Revista Kairos, Revista de Temas Sociales. Universidad Nacional de San Luis, 2010, p.10.

⁴ López, Fabiola. En: Causa, Augusto y Rita Torres; (*Reconocernos*). Santiago, Encuentro Nacional de Escuelas de Diseño, 2017, p.140-141.

El presente proyecto *Taller Abierto*, se desenvuelve dentro de dos grandes conceptos: oficios y ferias de diseño; como además, los cruces que ocurren entre estos, incluyendo al arte, la artesanía, el diseño y la industria, como señala Richard Sennett: “En términos prácticos, no hay arte sin artesanía, la idea de una pintura no es una pintura”¹ al comprender que la manufactura y el crear desde uno mismo es la unidad básica de producción, ya que “las manos crearon la artesanías y aunque la inteligencia haya inventado maquinas prodigiosas, las manos seguirán siendo la herramienta de quien busca expresarse en sus obras, hoy como en los tiempos remotos.”² Por lo que se posiciona a los oficios como una necesidad simbólica por sobre lo económico.

Sin embargo “en décadas del siglo ~~xx~~ predominaba un modelo económico de producción de tipo fordista, basado en la producción industrial masiva y seriada”³, pero podemos decir que en los últimos años se ha orientado hacia una producción que comenzó a privilegiar aspectos simbólicos anteriormente no percibidos como determinantes de valor, en la llamada vuelta a los oficios, como señala Fabiola López: “se esta construyendo un sector productivo de Diseño y que está despertando nuevos espacios de fabricación, con bajas o altas tecnologías, recolectando quizás técnicas ancestrales o re posicionando algún material”.⁴

Era en la cual se han buscado espacios de mediación y búsqueda de esta forma artesanal de producción, como las ferias de diseño; que nacieron en búsqueda de una mediación entre la cultura y el arte con el público popular, como la Feria de Artes Plásticas de 1960; una manera de acercarse

de manera horizontal en un lugar geográfico y tiempo determinado. Escenario donde confluyen variados oficios, experiencias, trayectorias y saberes, donde prima la audiencia que busca diferenciarse, como también, consumir productos alejados de la cultura de masas con su carácter estándar y homogéneo.

Por ende, es necesario analizar las ferias que actualmente se desarrollan con mayor potencia en Santiago, no sólo como un trámite de compra-venta de objetos, sino como un escenario donde “se representa netamente el despliegue de una nueva generación de jóvenes diseñadores abocados a alimentar el mercado con sus creaciones de diseño donde componen un universo conformado por diseñadores, artistas, escultores, pintores, arquitectos, decoradores, o simplemente sujetos creativos”⁵, un lugar alternativo de práctica cultural. Tal como explica García Canclini, que para estudiar la cultura se deben considerar los pasos del proceso productivo: su producción, circulación y la recepción⁶; lo cual da relevancia al valor simbólico y de uso frente al valor de cambio que tiende a tomar preponderancia.

Es por esto que *Taller Abierto* manifiesta que estas instancias deben ser concebidas y comprendidas como un espacio de expresión cultural donde, además de lo tangible que es un producto a comercializar, es necesario poner en valor el saber oculto, el trabajo manual y la cadena productiva que llevan detrás, develando lo humano del proceso, las destrezas aprendidas en la práctica, el uso y experimentación de materialidades e inclusive los errores y pruebas, siendo instancias volubles pero imprescindibles para comprender el nivel de la disciplina del diseño actual, su proyección y campo dentro de las Industrias Creativas.

⁵ *Ibíd.*

⁶ García Canclini, Néstor; *Las Culturas Populares en el Capitalismo*. México, Nueva Imagen, 1982, p.48.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Poner en valor y develar el saber oculto de los oficios y el diseño a través de la gestión de *Taller Abierto*, feria que se comprende como una instancia de encuentro y mediación.

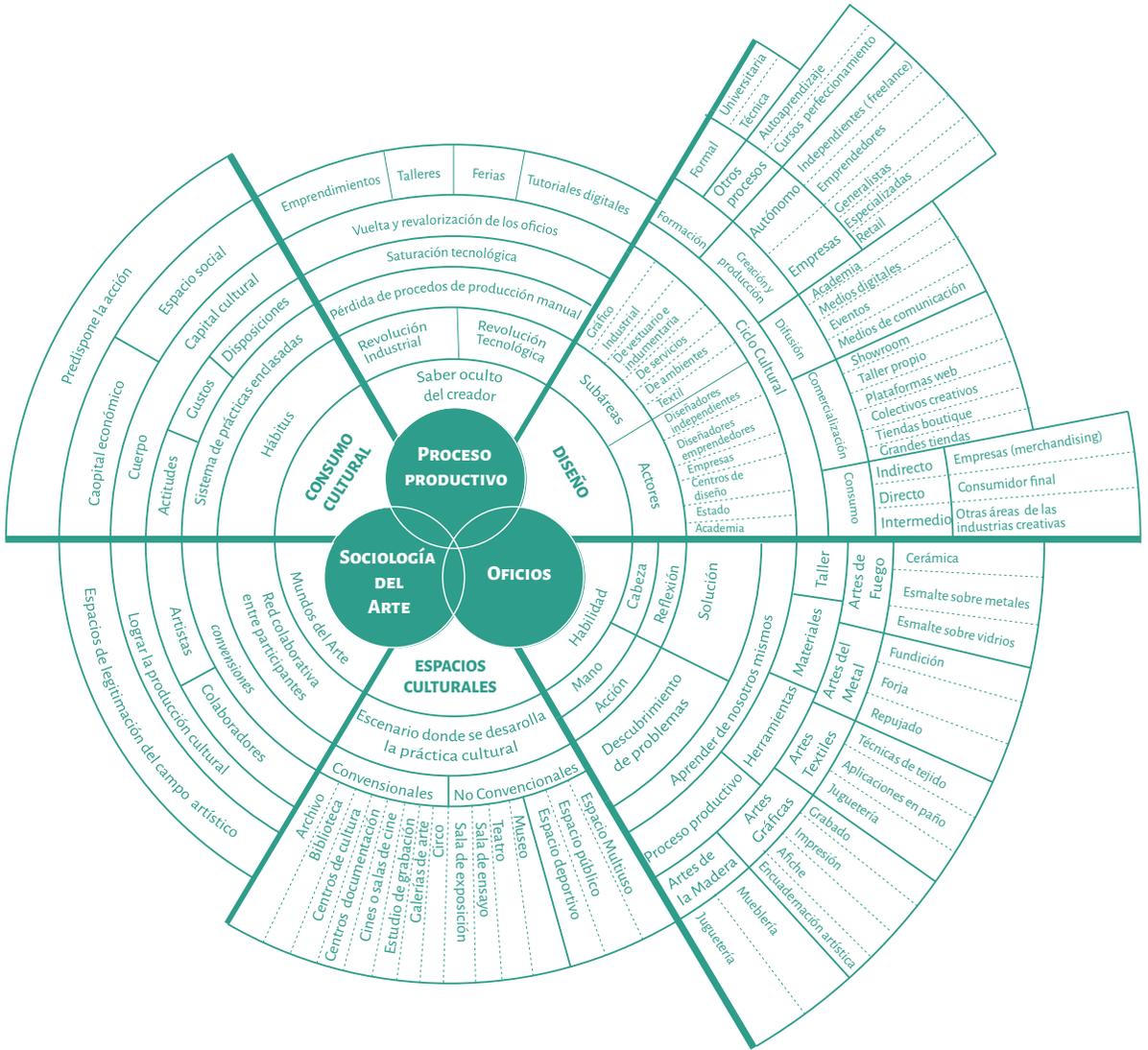
OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- I. Sistematizar la información sobre metodología de trabajo en los oficios ligados a las cinco categorías empleados por la Escuela de Artes Aplicadas: Artes del Fuego, de la Madera, del Metal, Gráficas y Textiles.
- II. Levantar información sobre la gestión de Ferias de Diseño a través de entrevista a expertos.
- III. Proponer un diseño de gestión para postular el anteproyecto a fondos concursables.



PRIMERA SECCIÓN
MARCO TEÓRICO

MAPA CONCEPTUAL





Guiña en la Feria Kontrabando
Fotografía: www.facebook.com/fagrafika

I.

EL OFICIO, UNA REFLEXIÓN ENTRE LA MANO Y CABEZA

I.I. SOLUCIÓN Y DESCUBRIMIENTO DE PROBLEMAS

Fabiola López⁷ en la mesa redonda de Fabricación de ENEDI 2017 explica que “el hombre es hombre desde que empieza a fabricar, probablemente al construir su primer elemento para alimentarse y sobrevivir; ser fabricante es lo que lo destaca de otras especies”,⁸ refiriéndose al *Homo Faber*, siendo este “hombre en cuanto productor” el debate por el que Richard Sennett⁹ comenzó a cuestionar la visión que tenía su gran maestra Hannah Arendt frente a esta evolución humana.

Sennett explica la dualidad de Arendt —que ella presenta en 1938— frente al *Animal Laborans* y *Homo Faber*: el primero lo considera un humano “bestia de carga, un siervo condenado a la rutina”¹⁰ en contraparte al *Homo Faber* que sería “la imagen de hombres y mujeres que hacen toda clase de trabajo, que producen una vida en común”,¹¹ es decir, quien trabaja y quien practica con materiales. Por ende el *Animal Laborans* respondería a un “¿cómo?” y el *Homo Faber* a un “¿por qué?”, quienes cumplen tareas distintas en tiempos y objetivos, ya que uno se cuestiona y plantea problemas al momento de concluir un trabajo y no durante el proceso, por lo que la autora sugiere que las personas no comprenden lo que crean.

A partir de estas comparaciones el sociólogo cuestiona a su maestra el segregarse a los humanos, ya que “a juicio de Arendt, nosotros, los seres humanos, vivimos en dos dimensiones”,¹² por el contrario para Sennett no existe tal separación; explica que la visión de Arendt menosprecia al animal que trabaja, quitándole su capacidad de reflexión al momento de experimentar con materiales, siendo igual de relevantes para el

⁷ Diseñadora de Ambientes y Objetos. Fundadora y directora de *Local*. Coordinadora del espacio D-iF e investigadora de la serie web de documentales *Manufactura*.

⁸ López, Fabiola. En: Causa, Augusto y Rita Torres; op.cit., p.140-141.

⁹ Sociólogo, filósofo y académico estadounidense. Nacido en 1943.

¹⁰ Sennett, Richard; op.cit., p.10.

¹¹ *Ibíd.*, p.11.

¹² *Ibíd.*

desarrollo de la raza humana. Es por esto, que Sennett en su libro sobre cultura material *El Artesano* resignifica el significado del *saber* y el *hacer*, al distanciarnos de que estos están ligados netamente a la artesanía y el lenguaje de las culturas populares, al explicar que:

“Es posible que el término *artesanía* sugiere un modo de vida que languideció con el advenimiento de la sociedad industrial, pero eso es engañoso, *artesanía* designa un impulso humano duradero y básico, el deseo de realizar bien una tarea, sin más. La artesanía abarca una franja mucho más amplia que la correspondiente al trabajo manual especializado”.¹³

Asimismo, designa al creador como un ser colmado de habilidad, que actúa bajo un compromiso y juicio emocional, los cuales pueden ser tanto orfebres, programadores informáticos, médicos, artistas, arquitectos o participantes de una orquesta de música; quienes mantienen el común la idea de manualidad. Comprendida en una práctica que va asociada al vínculo esencial entre la cabeza y la mano, que se entiende como bidireccionalidad de la reflexión —en la mente— y la acción —en el hacer—. A partir de esto establece que “todo buen artesano mantiene un diálogo entre unas prácticas concretas y el pensamiento, este diálogo evoluciona hasta convertirse en hábitos, los que establecen a su vez un ritmo entre la solución y el descubrimiento de problemas”.¹⁴

En el fabricar se distingue una relación directa donde entran las preguntas del *cómo* y *por qué*, ya que el producto final corresponde a un objeto colmado de significados y significantes, cuyas decisiones de diseño y producción tienen justificación, al enfrentarse a las constantes preguntas del artesano, quien lleva realizando este proceso cultural desde larga data, variando en él objetivos, materiales, división del trabajo y procesos productivos.

Por ende, los individuos que ejercitan alguna habilidad determinada y la van pasando por distintos procesos productivos, uso de materialidades y herramientas, van encontrando dificultades que logran solucionar para posteriormente descubrir nuevos problemas; es decir, un ciclo de aprendizaje a partir de la prueba y error en conjunto con la reflexión y el hacer, donde logran descubrir y habitar nuevos caminos antes inexplorados a través de la experimentación que dan un valor espiritual frente a la recompensa de aprender algo de nosotros mismos en ese proceso y generar

¹³ *Ibíd.*, p.12.

¹⁴ *Ibíd.*

crítica personal, como defiende el autor: “por eso la simple imitación no produce una satisfacción perdurable; la habilidad tiene que evolucionar. La lentitud del tiempo artesanal es una fuente de satisfacción”.¹⁵

Del mismo modo, la manufactura en la actualidad se ha visto inundada de temores y amenazas producto del avance industrial y tecnológico, ya que:

“A partir de la Revolución Industrial del siglo XVIII la máquina pareció una amenaza para el trabajo del artista-artesano. Se trataba de una amenaza física: las máquinas industriales nunca se cansaban, hacían el mismo trabajo hora tras hora sin quejarse. La amenaza de la máquina moderna al desarrollo de las habilidades es de otra índole.”¹⁶

Como además, el trabajo artesanal puede verse en riesgo debido al propio creador, ya que “el deseo de hacer bien algo sólo por hacerlo bien puede verse obstaculizado por la presión de la competencia, la frustración o la obsesión.”¹⁷ Frente a esto, el artesano debe comprender que su trabajo es de carácter manual y no industrial, por lo que una de las principales amenazas del creador es su deseo de perfeccionamiento.¹⁸

Al hablar del antiguo temor frente a la llegada de la Revolución Industrial, como un fatídico desenlace de las manualidades y el auge de las máquinas en reemplazo de los oficios, el autor analiza este miedo y lo enfoca a una nueva interrogante y discusión, donde acepta, el uso inminente de la tecnología en pos de la serialización, pero dando énfasis al posible mal uso de esta revolución tecnológica en el quehacer manual, donde prima la rapidez frente a la calidad, la estandarización de productos frente a la individualización de los consumidores, “¿es la máquina un herramienta amiga o un enemigo que sustituye el trabajo de la mano humana?”¹⁹ “No debemos competir con la máquina. Una máquina, como cualquier modelo, debe proponer, no imponer; y la humanidad, por cierto, debe huir de toda imposición de imitar la perfección”.²⁰

Por lo que realiza una crítica al sistema basado en solucionar de la manera más rápida y económica posible los problemas, y no seguir aportando nuevos conocimientos a través del aprendizaje dejando de lado lo gratificante y simbólico que esconden los procesos de creación, llevando a la mesa de la sociedad productos realizados sin habilidad, sin esfuerzo, sin reflexiones, es decir, la deshumanización del trabajo.

¹⁵ *Ibíd.*, p.191.

¹⁶ *Ibíd.*, p.30.

¹⁷ *Ibíd.*, p.12.

¹⁸ *Ibíd.*, p.13.

¹⁹ *Ibíd.*, p.57.

²⁰ *Ibíd.*, p.72.

Ante esto, se debe crear alianza frente al uso tecnológico e industrial, apropiarlo como una herramienta y no renegar de ella, ya que “la fusión entre lo artesanal, digital e industrial es nuestra realidad”.²¹ Un creador-artesano mantiene su ímpetu por la habilidad, a pesar de las adversidades industriales, por la recompensa de su propia ética y autoestima.

Sin embargo, las artesanías y el desarrollo de productos creados de manera manual y a baja escala fueron consecuencia de una necesidad a nivel comunitaria y local de subsistencia, donde la ubicación geográfica de cada localidad abastecía una materia prima específica que fue aprehendida, modificada y trabajada para dar creación de productos domésticos como también ornamentales. Objetos en los cuales prevalecía su valor de uso y eran comercializados o intercambiados entre familias de la misma localidad. Esto antes de la aparición del capitalismo o de su interés por las artesanías, consumiéndolas como *sourvenirs* por su valor estético y compradas por un valor de cambio.²²

A partir de ahí que el concepto de *artesanal* o *hecho a mano* es relacionado a la artesanía tradicional o a una respuesta de necesidad económica y laboral, debido a que el mercado liberal ofrece de manera económica y a gran escala múltiples productos basados en la cultura de masas para gran parte del mundo, por lo ya no resulta necesario fabricar manualmente. Todas las necesidades estéticas y funcionales están a la mano en el *retail*, ya no existe la necesidad de crear o personalizar, ya que “este proceso estandariza el gusto y reemplaza la alfarería o la ropa de cada comunidad por bienes industriales idénticos”.²³

I.III. ESPACIO DE TRABAJO

En cuanto al espacio de creación y producción del creador, Sennett señala que el taller del artesano nace en la época de la Edad Media, espacio alojado dentro del hogar de este y su familia “donde dormían, comían y criaban a sus hijos”,²⁴ por ende, consistía al lugar donde la vida y el trabajo se entremezclaban. En aquellas épocas, predominaba el trato autoritario entre maestro y aprendiz, y se posicionaba al manejo y cualidad de la habilidad como fuente de legitimidad, donde en algunos casos primaba el temor, respeto y sumisión desde los nuevos aprendices, posicionando al maestro como imagen de autoridad, ya que “la adquisición de estas habilidades requería las instrucciones personales y prácticas de su maestro”.²⁵

²¹ López, Fabiola. En: Causa, Augusto y Rita Torres; op.cit., p.124.

²² García Canclini, Néstor; op. cit, 1982, p.48.

²³ *Ibíd.*, p.95.

²⁴ Sennett, Richard; op. cit., p.39.

²⁵ *Ibíd.*, p.42.

Sin embargo, llegando al Renacimiento la autonomía comienza a tomar fuerza, entendida “como impulso que nos impele desde dentro a trabajar de una manera expresiva, por nosotros mismos”,²⁶ donde se distingue la figura del artista renacentista frente al artesano en que el primero crea para sí mismo, no para la comunidad como acostumbra el trabajo artesanal. Frente a esto, se podría dejar de asumir al taller como un espacio de trabajo comunitario y ligarlo al proceso individual y emotivo frente a una habilidad; sin embargo, el autor recalca su idea de considerar a este como un espacio social, ya que:

“Los talleres hoy como ayer, han sido y son un factor de cohesión social mediante rituales de trabajo, sea el de compartir una taza de té, sea el del desfile de la ciudad; mediante la tutoría, sea la formal paternidad del medievo, sea el asesoramiento informal en el lugar de trabajo; o mediante el hecho de compartir cara a cara la información”.²⁷

²⁶ *Ibíd.*, p.47.

²⁷ *Ibíd.*, p.52.



Feria Kontrabando
Liceo de Aplicación, 27 de mayo 2018
Fotografía: www.facebook.com/fagrafika

II.

LA INVISIBILIZACIÓN DE LO MANUAL

II.I. LA REVOLUCIÓN DE LAS MÁQUINAS.

La Revolución Industrial (1780-1840) y el capitalismo ocasionaron un giro completo en cuanto a la economía y su productividad, iniciando un modelo basado en la producción industrial mediante el uso de máquinas y tecnologías, el cual quebrantó por completo los ámbitos humanos, desde lo social y económico, hasta lo cultural y artístico. Creando un sistema de producción en cadena. Producto de esto, se desarrollaron manifiestos de múltiples críticos al argumentar desde distintas perspectivas el cómo se vería afectada a larga data la vida humana producto de esta pérdida de lo manual y la propagación del capitalismo a nivel mundial.

Uno de ellos fue Walter Benjamin²⁸, quien explica en *La obra de arte en la era de la reproductibilidad técnica* (1936) que el arte siempre ha estado vulnerable a su reproducción en manera de imitación en cuanto ejercicio de práctica artística o negocio—como el uso del grabado en madera que reprodujo al dibujo, la imprenta a la escritura, luego en la Edad Media el grabado en cobre, el aguafuerte, la litografía, la fotografía y el cine—²⁹, fueron procesos ligados a las consecuencias de la industrialización, explicando que “incluso en la reproducción mejor acabada falta algo: el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia irreplicable en el lugar en que se encuentra”.³⁰

Benjamin declara que al reproducir técnicamente una obra de manera idéntica en altas escalas de producción se perdería su *aura* y su autenticidad, consistiendo en copias vacías sin indicios simbólicos del original, sin representar los sentimientos del creador, desvalorizando completa-

²⁸ Filósofo, crítico literario, traductor, locutor de radio y ensayista alemán. Su pensamiento se asocia con la Escuela de Frankfurt (1892–1940).

²⁹ Benjamin, Walter; *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*. México, Itaca, 2003, p.39.

³⁰ *Ibíd.*, p.42.

mente la obra, al no dejar vestigios referentes a su materialidad, técnica manual y trabajo humano.

Por ende, el fin de la unicidad llevaría a la extinción del momento creativo y la ritualidad que conlleva el proceso de creación, llevando a cabo un producto masivo. Como lo que ocurre al comparar el teatro y el cine, donde en el primero se vive la espontaneidad de la actuación en un momento específico; por el contrario, al momento de enfrentarse a un producto cinematográfico que es grabado en trazos sin cohesión, se actúa frente a una cámara, la filmación es corregida en múltiples oportunidades, como también repetida y copiada, siendo una obra completamente falta de aura. Del mismo modo, el valor de la obra dependería de su capacidad reproductiva, es decir, mientras más se puede copiar—y así llegar a múltiples sectores— mayor sería su éxito.³¹

Pese a esto, la pérdida del aura y la multiplicidad de las obras acabaría con el fetichismo que la caracterizaba al subsistir como un producto original y auténtico, como además, de élite y arte burgués; siendo la reproductibilidad una herramienta que irrumpe en esta tradición y acerca el arte al público: una posibilidad emancipadora del arte, por lo que “hay en Benjamin una nostalgia por lo que se destruye y a la vez un optimismo por lo que las posibilidades de la reproducción técnica trae”.³²

Una década después sale a la luz lo postulado por Theodor Adorno y Max Horkheimer³³, quienes en *La dialéctica de la Ilustración* (1947), dialogan sobre una temática que hasta el día de hoy es profundamente analizada y cuestionada, y que derivó a lo que hoy llamamos *Industrias Creativas*.

³¹ *Ibíd.*, p.70.

³² Szpilbarg, Daniela y Ezequiel Saferstein; *De la industria cultural a las industrias creativas: Un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos*. Estud. filos. práct. hist. ideas, vol.16, n.2, 2014, p.102.

En este documento, analizan negativamente la serialización, al notar cómo la producción artesanal comienza a ser reemplazada por formas de producción industriales que estarían arribando en el campo de *lo cultural*, es decir, iniciándose la mercantilización e industrialización de la cultura; dando cuenta que la cultura y la economía—a partir del auge de las tecnologías—ya no volverían a ser consideradas de manera separada, sino que por el contrario, serían concebidas en conjunto, manifestándose la Industria Cultural de una civilización técnica.

³³ Teóricos críticos alemanes de inspiración marxista, miembros de la Escuela de Frankfurt.

Atiende específicamente al área del cine y la radio, que anteriormente podrían haber sido considerados como artes, ya no lo serían mas, debido a su reproductibilidad y difusión estandarizada, consideradas como un

negocio corrupto entre directores capitalistas, revelando el nuevo enfoque económico de estos y su escaso carácter social.

La industria actúa como filtro del mundo, creándose un monopolio a nivel global de cultura, enfocado a satisfacer necesidades imaginarias de la masa sobre el individuo con bienes estándares³⁴ lo que genera una cultura de masas, donde los productos y servicios son realizados de manera idéntica, sólo dejando pequeñas variaciones en su técnicas de reproducción, son iguales entre sí, estandarizados a base de producción serializada que homogenizan los gustos de la población.

Estas grandes producciones culturales estándar y clichés, eliminan al sujeto, ya que lo atienden como mero receptor —ante la televisión o publicidad—, es decir, una audiencia que ya no tiene elección frente a lo que desea ver, vestir, leer, escuchar, a pesar que estos tienen la convicción que poseen la libertad de elegir, “así el individuo se convierte en un eterno consumidor que debe conformarse con lo que se le ofrece”,³⁵ sin percibir que todo está predeterminado según los niveles de público, por ende, “para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción”.³⁶

Los autores utilizan de ejemplo a la industria cinematográfica, indicando que inconscientemente en las películas “se puede saber en seguida como terminará, quien será recompensado, castigado u olvidado”,³⁷ es decir, no deja espacio para la fantasía de los espectadores al estandarizar la oferta de productos culturales, “la atrofia de la imaginación y la espontaneidad del actual consumidor cultural no necesita ser reducida a mecanismos psicológicos”³⁸ y agregan que estos productos culturales, no son convertidos en mercancías al momento del intercambio o comercialización, sino que son creados como tales.

De ahí, que se comprende la variedad de corrientes socio-políticas y económicas que debatían frente al advenimiento de las máquinas, como se destaca el movimiento artístico *Arts & Crafts* —Artes y oficios— cuya figura principal fue William Morris,³⁹ quien “propone volver y restaurar los oficios tradicionales, es decir, producir objetos de diseño, objetos decorativos de forma manual para acercar los oficios a la producción industrializada”.⁴⁰

El movimiento de Morris abarcaba una clara reacción en contra el trabajo mecanizado con el fin de recuperar el mundo artesanal del siglo XIX con una negativa frente a la división del trabajo, ya que con este “se puede

³⁴ Adorno, Theodor y Max Horkheimer; *La industria cultural. La ilustración como engaño de masas*. En: *Dialéctica de la ilustración*. Madrid, Trotta, 2009, p.166.

³⁵ Szpilbarg, Daniela y Safertein, Ezequiel; op.cit., p.104.

³⁶ *Ibíd.*, p.170.

³⁷ *Ibíd.*

³⁸ *Ibíd.*, p.171.

³⁹ Arquitecto, diseñador y maestro textil, traductor, poeta, novelista y activista socialista británico. (1834-1896).

⁴⁰ Álvarez, Pedro. En: *Historia del Diseño Gráfico en Chile - Capítulo 2* [documental].

⁴¹ Morris, William; *Escritos sobre arte, diseño y política*. Sevilla, Doble J, 2015, p.94.

condenar a un hombre a que pase toda su vida haciendo una parte insignificante de un artículo insignificante en el mercado.”⁴¹

II.II. VUELTA A LOS OFICIOS COMO NECESIDAD SIMBÓLICA.

Como explica Oscar Ríos “las grandes épocas tienen sus puntos de preocupación, por ejemplo, el hombre se va a preocupar cuando industrializa todo y pierde de vista lo que es la manualidad,”⁴² quien concluye en la considerable pérdida de lo manual frente a la vida contemporánea excesivamente rápida. Ya que, a partir del amplio progreso industrial y la apertura de las barreras económicas con el libre mercado, se ha logrado satisfacer las necesidades materiales de la sociedad a un bajo costo, donde se comercializa a nivel industrial grandes cantidades de productos que llegan a barrios comerciales y al *retail* a nivel global.

Productos más económicos en comparación a los realizados de manera uno a uno, debido a la creación y adaptación de nuevas materias primas, que pueden llegar a tener menor calidad –vida útil reducida– como por ejemplo; la cuerina que ha reemplazado al cuero, la lana natural por sintética, la cerámica por plástico, entre otras; extinguiendo los anteriores modos de producción y consumo en la cotidianidad. Sin embargo, es necesario acotar que estos productos al tener un menor costo son asequibles para una mayor cantidad de población.

Entonces nos preguntamos ¿por qué alguien preferiría tejer su propia bufanda y no comprarla en alguna tienda de retail o en los barrios comerciales de Santiago donde los productos son más económicos traídos desde China?. Se podría responder, ya que pese a esto, la homogeneización y estandarización de gustos, además de la facilidad y rapidez en satisfacer necesidades con mínimo esfuerzo ha generado una saturación en la población, observando que en la actualidad se consume de manera prefabricada, sin generar mayores reflexiones ni trabajo, viviendo de manera rápida sin dejar tiempos para el ocio o al desarrollo de destrezas personales; ya no es necesario crear ni modificar porque el mercado ha irrumpido en torno al sujeto y sus necesidades, diseñando productos para ser utilizados fácilmente.

Esta saciedad de tecnología, industria y servicios ha despertando en ciertos grupos humanos a nivel global, la necesidad de volver a crear, de conceptualizar, diseñar, experimentar con materiales y desarrollar según el propio criterio, necesidades y gustos; la riqueza de poseer objetos únicos,

⁴² Ríos, Oscar. En: *Historia del Diseño Gráfico en Chile - Capítulo 2* [documental].

de diferenciarse del resto, sentir satisfacción al producir con las propias manos, como el interés por conocer las materialidades, los procesos y la técnicas que concluyen en un producto determinado, dejando entrever una necesidad simbólica que no cumple la industria, como explica el actual Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio en la Política de Fomento al Diseño: “la exploración de los usos y manejos de la materia sin intermediación de la alta tecnología es hoy una tendencia a nivel mundial, lo que ha significado la creciente valoración de la artesanía y la atención sobre oficios tradicionales”.⁴³

Por esto se ha hablado de una vuelta a los oficios, al referirnos a ello como la habilidad de crear productos a partir de nuestras manos; la práctica de oficios que en algunos casos se creían extintos o que mantienen artesanos en localidades o barrios específicos del país, realizados bajo la lógica de necesidad simbólica, está retomada por individuos o comunidades urbanas, quienes las aprenden por elección como un retorno a las materias primas; práctica que posee un objetivo de satisfacción personal como comercial. Ha vuelto la necesidad de fabricar a baja o mediana escala, aprovechar las herramientas y procesos que la tecnología ha desarrollado, pero donde prima el trabajo manual y simbólico, como explica Rodrigo Dueñas:⁴⁴

“Es destacable que ahora viene la vuelta a los oficios. Volvemos a interesarnos y nuevamente aparece el *letterpress*, el *handcraft* y los talleres de producción textil. Nos engolosinamos en un momento con la tecnología y, sin embargo, ahora volvemos a los oficios”.⁴⁵

Para algunos, se habla de una vía de escape a la monotonía cotidiana y mecánica que viven gran cantidad de trabajadores, ya que la jornada laboral en Chile es la quinta más extensas entre los países de la OCDE,⁴⁶ sin dejar el tiempo libre suficiente para desarrollar otras habilidades, por lo que personas han tomado la decisión de aprender y practicar algún oficio en el cual no deban concurrir a otro lugar y puedan realizarlo en su propio hogar, incluso aprendiendo a través de tutoriales de plataformas web como por ejemplo Youtube.

Otros mantienen una ideología contra el consumo de masas, la estandarización de formas de vidas como también al capitalismo, por ende toman la lógica del “Hazlo tu mismo” – *Do it yourself*– como una resistencia a este sistema, siendo una vía de protesta al incorporar la autogestión a múltiples ámbitos de la vida: la creación y modificación de las prendas de

⁴³ CNCA; *Política de Fomento al Diseño (2017-2022)*. Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, p.40.

⁴⁴ Diseñador UTEM, académico de la Universidad de Chile, director de la Feria de Arte Impreso *Impresionante*.

⁴⁵ Dueñas, Rodrigo. En: *Causa*, Augusto y Rita Torres; op.cit., p.140.

⁴⁶ “Chile es uno de los países con las jornadas laborales más extensas”, en: <http://capitalhumano.emol.com/2194/chile-jornada-laboral-extensa> [fecha consulta: 06-09-18]

vestir, producto de higiene, auto cultivo en la alimentación, entre otras áreas de la cotidianeidad.

Así vemos como las personas comenzaron a practicar el bordado para decorar prendas de vestir, realizar encuadernación para crear cuadernos o libretas a partir de hojas sueltas, como explica Valeria Montt al referirse a sus talleres:⁴⁷

“El enfoque gira entorno al tema del Hazlo tu Mismo, como una manera de enfrentarse a la forma de producción moderna. Se trata de tener otra relación con las cosas, con los materiales y con la creación. No es lo mismo abrigarte con un gorro tejido por tus manos que con uno comprado en alguna multitienda.”⁴⁸

Además, se encuentran motivaciones en temáticas ecológicas y sostenibles, personas conscientes del daño de los procesos productivos de los productos y deciden auto sustentar sus necesidad, consumir en menor cantidad o optar por productos que ocasionen menor daño al medio ambiente. Por ejemplo, sujetos que están en conocimiento frente a lo provocado por la industria textil: la contaminación ambiental producida al teñir telas y lavarlas en los ríos, como también la explotación laboral –incluso en menores de edad–.⁴⁹ Frente a esto, practican oficios con un fin ecológico, reutilizando y re-confeccionando productos.

Como señala María Eugenia Correa, respecto al auge del diseño independiente en Argentina producto de la crisis económica del años 2001:

⁴⁷ Autodidacta chilena que realiza múltiples talleres bajo la marca de Valeria Montt.

⁴⁸ “Valeria Montt”. En: <http://valeriaontt.com/about> [fecha consulta 20-03-2018]

⁴⁹ Moya, Carola. En: *1° ciclo de charlas del Encuentro Diseño+Oficios*. [08-09-2017]

⁵⁰ Correa, María Eugenia; *op.cit.*, p.6.

Los mismos serían realizados, en algunos casos, en función de un proyecto económico, con un fin comercial, en otros como búsqueda de un nuevo emprendimiento productivo laboral, con énfasis en lo creativo, y en otros, más bien como producto de una actividad placentera, complementaria, que acompañaría a alguna ocupación principal, generando una nueva fuente de ingresos.”⁵⁰

I.III. COMPARTIR EL CONOCIMIENTO

Es evidente, al navegar por la web o en redes sociales –Facebook e Instagram– toparse con una amplia cantidad de ofertas de talleres personalizados o colectivos teórico-prácticos de oficios ligados al área textil, gráficas, reutilización de materiales, culinarios, entre otros; organizados por artistas, diseñadores o autodidactas que practican algún oficio;

quienes ofrecen enseñar una técnica repasando su historia y teoría, uso de materiales, implementos y procesos.

Durante la jornada se comparten datos de proveedores locales y experiencias personales para terminar el taller con un producto cerrado. Existen clases pagadas—precio que oscila entre \$2.000 a \$50.000—, financiadas por aportes voluntarios, trueques o gratuitos, con una duración desde un par de horas hasta varias jornadas en diferentes días, siendo una instancia de encuentro y aprendizaje.

Es el caso de los talleres que imparte Valeria Montt ligados al textil: crochet, amigurumi, bordados y encuadernación aplicando diversas técnicas. Sostiene como objetivo “explorar dentro de nosotros y encontrar aquellas habilidades que creíamos que no existían. Darnos cuenta que somos que capaces. Re-descubrirnos.”⁵¹ Realiza constantemente talleres, por ejemplo, el “workshop de bordado: puntadas básicas” bajo el marco de la feria de diseño *30 kilates*.⁵²

Asimismo, existen espacios adecuados para generar estos encuentros de democratización de los oficios como *Casa de Oficios*⁵³ bajo el lema: “En los oficios habitan la cultura viva, el patrimonio inmaterial, la sabiduría de las manos y el saber”.⁵⁴ Lugar que imparte talleres de oficios tradicionales, textil, impresión y estampado, ilustración y caligrafía, huertos y cocina, entre otros.

A raíz de estas prácticas y cuestionamientos ligados a mantener y poner en valor múltiples oficios es posible entrever la existencia de una latente preocupación por dignificar y poner en valor prácticas manuales, como además el interés de crear con nuestras manos, conocer el proceso productivo y volver al origen de los productos. Por ende, es necesario reconocer y observar la cadena de valor de los objetos comercializados, como señala García Canclini—respecto a las artesanías—: “Necesitamos, por tanto, estudiar las artesanías como proceso y no como resultado, como productos en los que resuenan relaciones sociales y no como objetos ensimismados”.⁵⁵ De esta forma se es consciente de lo que se consume, se hace frente a la contaminación ambiental, a la explotación laboral, a la industrialización desenfrenada y se vuelve al ser creativo que ha sido silenciado.

⁵¹ “Talleres”. En: <http://www.valeriamontt.com/talleres> [fecha consulta 20-03-2018]

⁵² “Workshop bordado”. En: <http://valeriamontt.com/workshop-de-bordado-puntadas-basicas> [fecha consulta 20-03-2018]

⁵³ Espacio dedicado a la cultura de los oficios, creado por Teresa Díaz, Diseñadora el 2012.

⁵⁴ “Casa de Oficios”. En: <http://casadeoficios.cl> [fecha consulta 17-05-2018]

⁵⁵ García Canclini, Néstor; op.cit., p.77.



Aros de Mestiza Joyería Contemporánea
Fotografía: www.instagram.com/mestizajoyeria

III.

DISEÑO COMO QUEHACER

El diseño como disciplina ha recorrido un arduo camino hasta llegar a ser lo que hoy concebimos como tal, habiendo pasado por cambios socio políticos en cuanto a la enseñanza, por lo que se debe comprender desde una perspectiva global y todo lo que implica el uso de este concepto y los múltiples factores que lo condicionan y circundan.

III.I DE ARTE PURISTA A DISEÑO.

A comienzos del siglo ~~XX~~ se comenzó a vislumbrar en el país “imágenes en serie, y letreros de grandes dimensiones iniciaron su despegue en los centros comerciales de las ciudades más industrializadas”⁵⁶ con claras influencias europeas. Hecho que abrió el debate sobre la funcionalidad y el sentido utilitario del arte ofrecido por la enseñanza artística representada, en este entonces, por la Academia de Bellas Artes, que estuvo ligada principalmente a las clases acomodadas –y alta cultura– del país, donde destacó la escultura, pintura y dibujo; no obstante, era inminente el avance de lo técnico-industrial que venía a desestabilizar el territorio ocupado por lo estético y decorativo.

Por ende, la Academia fue dividida en las áreas de Arte Puro y Arte Decorativa. El objetivo de la segunda era “formar operarios decoradores, dándoles una enseñanza artística de aplicación práctica adecuada a las necesidades de todas las industrias e carácter plástico y decorativo”.⁵⁷ Lugar donde se realizaron cursos de escultura ornamental, decorativa y aplicada; dibujo ornamental y pintura decorativa, cursos de tallado ornamental en madera, fundición de bronce, modelado y tallado en piedra y mármol.⁵⁸ Separación que abrió el debate en cuanto pensamientos y

⁵⁶ Álvarez, Pedro; *Historia del Diseño Gráfico en Chile*. Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, 2004, p.100.

⁵⁷ Muñoz, Sierpe Agustín. En: Castillo, Eduardo (Ed.); *op.cit.*, p.45.

⁵⁸ *Ibíd.*



—
Fotogramas del documental
Manos Creadoras de
Fernando Balmaceda.

proyecciones ligadas a la enseñanza y su rol en el desarrollo del país. Sin embargo, hasta 1927 esta sección fue catalogada como el “sótano” de la Academia, debido al precario reconocimiento e importancia que se le otorgaba.

La Academia de Bellas Artes fue cerrada en 1928, por lo que se tomó la medida de enviar a treinta artistas a perfeccionarse a Europa en distintas áreas de las artes, aprendiendo nuevas técnicas y formas de aplicar conocimientos artísticos de acuerdo a lo aprendido y observado en el continente, para que a su regreso se integraran a la docencia en la Escuela de Artes Aplicadas.

Durante la Reforma de Enseñanza Artística de 1928, que involucraba la reestructuración de la Academia, el entonces director de esta, Carlos Isamitt abre la Escuela de Artes Aplicadas—dependiendo de la Academia de Bellas Artes pero de una manera autónoma—siendo la visión estética-funcional su gran diferencia y posterior disputa respecto al desarrollo del *arte puro* y el *arte útil-aplicado*. Por ende, los académicos y estudiantes de esta escuela lidiaron con los artistas puristas “que no podían concebir la aplicación del arte a los elementos de la vida práctica y cotidiana”.⁵⁹ Sin embargo, paralelamente aquel debate estaba latente en Europa a raíz del movimiento *Arts & Crafts*.

⁵⁹ Godoy, Alejandro; *La Historia del Afiche Chileno*. Santiago, Universidad Arcis, 1992, p.27.

⁶⁰ Álvarez, Pedro; op.cit., p.101.

⁶¹ Pintor, escultor y ceramista (1898-1966)

Esta Escuela funcionó por cuatro décadas como un espacio en el cual se buscó “satisfacer los requerimientos de la producción objetual, la edición artística y la publicidad comercial”.⁶⁰ En los años treinta, a partir de la dirección de José Perotti⁶¹ se centra en la aplicación e industrialización



de la plástica; con un enfoque en la relación entre el arte, la artesanía y la industria, en torno a lo cual:

“(…)Se decidió a crear en el país una nueva conciencia estética proyectada no sólo a la pura especulación artística sino también al utensilio, al mueble, al objeto de uso doméstico, tuvo que vencer los prejuicios arraigados de quienes pensaban y piensan que el Arte debe mantenerse alejado de la vida”.⁶²

Por lo cual se desempeñó como “un espacio que permitiese legitimar un sistema de enseñanza basado en la creación y producción de objetos en serie y artículos de artesanía”,⁶³ como además se convirtió como un medio de validación para jóvenes—quizás sin enseñanza básica, como obreros y artesano— que lograron obtener certificación como grado universitario de Profesor Técnico en Artes Aplicadas, grado medio de Artífice y grado especial de Artesano.⁶⁴

En cuanto al plan de estudios, consistía en tres categorías: cultura general artística general, ramos técnicos y talleres de especialización e industrialización. Los talleres que comprendía era: “cerámica, vitrales, tejidos, encajes y bordados, juguetería, mueblería, escultura ornamental, fundición a la cera, fierro forjado, encuadernación, artes gráficas, escenografía, orfebrería, papel y género pintado.”⁶⁵

Los talleres de especialización se dividían en: Artes de fuego, Artes de la madera, Artes textiles, Artes gráficas, Artes de los metales.⁶⁶ Además de poseer ramos generales cuyo objetivo eran “despertar y encauzar las

⁶² Universidad de Chile, *Escuela de Artes Plásticas, Sección de Artes Aplicadas*. Santiago, Editorial Nascimento, 1934, p.5.

⁶³ Castillo, Eduardo (Ed.); *op.cit.*, p.102

⁶⁴ *Ibíd.*, p.151.

⁶⁵ *Ibíd.*, p.148

⁶⁶ *Ibíd.*, p.150

facultades creadoras del alumno y proporcionarle el dominio completo del dibujo, color, modelado, es decir, todos los medios de expresión artística”.⁶⁷

Sin embargo, a partir de los años se realizaron una serie de reglamentos añadiendo y modificando cursos y talleres, por ejemplo para el tercer reglamento de 1947 en los talleres para las Artes Gráficas se educaba en torno a:

“Tipografía, Affiche, Grabado, Impresión, Encuadernación, Dorado.-Dibujo y composición tipográfica. Conceptos de affiche e ilustración. Estudio de la impresión corriente y talla dulce. Grabado en sus diferentes técnicas: punta seca, agua fuerte, barniz húmedo, madera, linoleum. Conocimiento de los diferentes géneros de encuadernación: bibliotecas. Preparación y costuras de libros, del cuero, de lomos, de cortes y de capiteles en técnicas simples. Decoración exterior del libro; decoración de cortes, etc. Dorado sobre cuero, tela, etc. Bruñido y barnices.”⁶⁸

En la década de 1960 ocurre el movimiento de la Reforma Universitaria en la Escuela de Artes Aplicadas, donde los estudiantes se cuestionaron la legitimidad que tenía el diseño en cuanto a un desarrollo y manejo de habilidad de un quehacer determinado.⁶⁹ Por consiguiente, a raíz de esta reforma, se reconocerá al Diseño como una especialización profesional de nivel universitario. Por lo cual, la Escuela de Artes Aplicadas pasa a ser la sede principal del Departamento de Artesanía de la Universidad de Chile. ⁷⁰ En definitiva, es la última etapa de un quehacer que pasó de una práctica netamente artística hacia un modelo disciplinar proyectual.⁷¹

⁶⁷ *Ibíd.*, p.155

⁶⁸ Universidad de Chile; *op.cit.*, p.51.

⁶⁹ Castillo, Eduardo. En: *Causa*, Augusto y Rita Torres; p.213.

⁷⁰ Castillo, Eduardo (Ed.); *op.cit.*, p.229.

⁷¹ *Ibíd.*

III.II DISEÑO EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS.

Como se describió anteriormente, luego de 30 años de crítica y discusiones sobre el vínculo entre economía y la cultura se comienza a apaciguar la disputa legislando sobre esta. Los gobiernos demostraron interés sobre la Industria Cultural y se comienza a acuñar el nuevo térmi-

⁷² Castillo, Eduardo. En: *La Historia del Diseño Gráfico en Chile - Capítulo 2* [documental].

no: Industrias Creativas, a partir de los años 90. Esta transición se traduce prácticamente en la dualidad economía-cultura, siendo esta considerada como una necesidad para el surgimiento y valorización de la cultura en términos de crecimiento y aporte en los países.

Primeramente, se entiende que los postulados de Benjamin, Adorno y Horkheimer fueron gestados en un contexto socio político donde la comunicación se mantenía a nivel local, sin embargo, con el avance de las tecnologías y la globalización fue necesario analizar la cultura en su producción, distribución y consumo, es decir “la institucionalización del concepto tiene que ver entonces con la expansión de la comunicación y toma de conciencia por parte de los estados en vehicular a la cultura como medio de desarrollo”.⁷³

Como plantean los críticos, la preocupación estaba básicamente en el cuidado que se debía mantener respecto a la cultura al momento de verse expuesta y estandarizada, por ende, entran en juego los organismos estatales como agentes de mediación para así “proteger a la cultura de la lógica mercantil y promover prácticas sociales en consonancia con una democratización cultural”.⁷⁴ Es por esto, que el rol de las políticas culturales pasa a ser fundamental para el desarrollo de las Industrias Creativas en cada país; concepto que posee una amplia variedad de definiciones, sin embargo, la Comisión Europea las define como:

“Aquellas que utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas se incluyen la arquitectura y el diseño, que integran elementos creativos en procesos más amplios, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad.”⁷⁵

Por consiguiente, se entiende que este nuevo concepto incorpora sectores que no se caracterizan “necesariamente por su producción serializada, nivel de sofisticación de sus procesos o los montos involucrados en el proceso de comercialización, sino más bien resalta su esencia cultural y creativa,⁷⁶ donde el aspecto creativo toma énfasis y posee una valorización nunca antes tomada en cuenta en lo económico; incluyendo los productos a baja escala quienes “comprenden productos tangibles y servicios intelectuales o artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado se encuentra en el cruce entre el sector artesanal,

⁷³ Szpilbarg, Daniela y Ezequiel Saferstein; op.cit., p.99-112.

⁷⁴ *Ibíd.*

⁷⁵ Comisión Europea; *Libro Verde: Liberando todo el potencial de las industrias creativas y culturales europeas*. Bruselas, Comisión Europea, 2010, p.7.

⁷⁶ CNCA; *Mapeo de Industrias Creativas en Chile*. Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014, p.21.

el de servicios y el industrial y constituyen un nuevo sector dinámico en el comercio mundial.”⁷⁷

Las múltiples aristas de la disciplinas que comprenden las Industrias Creativas se encuentran en el mapeo de Industrias Creativas realizado por el CNCA; documento que pone en valor y describe su dimensión económica, ciclo cultural, sus posibilidades de financiamiento, entre otros tópicos de análisis y desglosa las Industrias Creativas en doce áreas artísticas: Artesanía, Artes visuales, Fotografía, Teatro, Danza, Artes circenses, Editorial, Música, Audiovisual, Arquitectura, Diseño y Medios informáticos⁷⁸. Áreas que son analizadas desde el enfoque cualitativo y cuantitativo, y como se explicó anteriormente, las políticas públicas en este ámbito van en salvaguarda de la cultura y relevar su valor simbólico, pero simultáneamente su aporte al crecimiento del Producto Interior Bruto, a la creación de empleos, la calidad de vida y los índices de bienestar de los ciudadanos.

El mapeo da la premisa de que actualmente, la economía va incrementando al áreas de los servicios, donde la creación, producción y comercialización ya no solo van enfocados a la cultura tradicional, sino que a nuevas disciplinas con gran potencial artístico, capital y cultural como: el cine, la televisión, la publicidad, el mundo digital o los medios de comunicación, dando paso a un proceso de transformación desde una economía industrial hacia una global del conocimiento, transición que espera generar un real consenso entre el valor de estas actividades simbólico-creativas y un valor económico cuantificable, situando a la disciplina del diseño con un fin económico, además de “fomentar la creación de empleos y ganancias de exportación y, a la vez, promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano”.⁷⁹

⁷⁷ UNCTAD; *Creative economy report 2008*. Ginebra, 2008, p.37.

⁷⁸ CNCA; *Mapeo de Industrias Creativas en Chile*; op.cit., p.26.

⁷⁹ CNCA; *Política de Fomento al Diseño (2017-2022)*. Op.cit., p.11.

⁸⁰ CNCA; *Mapeo de Industrias Creativas en Chile*. Op.cit., p.225.

En cuanto al diseño, el ex-CNCA lo describe como: “una actividad creativa cuyo propósito es establecer las cualidades de objetos, procesos, servicios y sistemas. Además de otorgar valor dentro de los modelos productivos y de negocios de empresas y organizaciones; como, ser una herramienta para la detección de identidad y de productos culturales.”⁸⁰

Frente a esto, es innegable el trabajo realizado en políticas culturales desde el gobierno chileno en cuanto a potenciar esta industria a nivel local, como lo expresa el hecho de la creación del nuevo Ministerio de las Artes, las Culturas y el Patrimonio con el Área de Diseño creada el año 2011 a fin de fomentar la profesionalización, internacionalización

y difusión del trabajo de los diseñadores nacionales⁸¹ además de las constantes renovaciones en temas de fondos concursables, programas de difusión y resguardo, la creación de premios con el fin de reconocer el diseño— como el Premio Amster-Coré—⁸² lo que demuestra la importancia de esta actividad en el campo cultural.

Respecto a los subsectores del diseño se propone el Diseño gráfico, industrial, de vestuario e indumentaria, textil, de ambientes y de servicios.⁸³ Como se refiere el International Council of Design—respecto al diseño gráfico— como “la producción de un artefacto a diseñar o como un proceso estratégico que permite la comunicación en un formato visual”.⁸⁴ En cuanto al diseño industrial, se define como “un proceso estratégico destinado a resolver problemas, aplicable a productos, sistemas, servicios y experiencias, cuyos resultados redundan en la innovación, éxito de negocios y en una mejor calidad de vida”.⁸⁵

III.III. CICLO CULTURAL DEL DISEÑO

Cada disciplina de las Industrias Creativas es analizada bajo el ciclo cultural, el cual es un medio de subordinación a la cadena de valor que comprende desde el productor, el producto/servicio hasta su consumo, describiendo cada “etapa y/o procesos que implican las diversas actividades y prácticas culturales. (...) Los ciclos son adaptables, recursivos y capaces de ser monitoreados”.⁸⁶ De manera extensa se reconocen:

No obstante, se considerarán como primordiales las etapas de formación, creación y producción, difusión, comercialización y consumo; para comprender de esta manera el proceso de los productos y servicios de diseño, como lo señala el gráfico.

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| · Investigación | · Puesta en uso |
| · Formación | · Comercialización |
| · Creación | · Exhibición |
| · Producción | · Conservación y Restauración, |
| · Interpretación | · Apropiación |
| · Difusión y Distribución | · Consumo. |
| · Puesta en valor | |

⁸¹ CNCA; *Política de Fomento al Diseño (2017-2022)*. Op.cit., p.21.

⁸² *Ibíd.*, p.37.

⁸³ *Ibíd.*, p.21.

⁸⁴ *Ibíd.*

⁸⁵ *Ibíd.*, p.11.

Respecto a la etapa de formación, se cuantifican casas de estudios que imparten carreras ligadas al diseño y en distintas especializaciones, coexistiendo 32 universidades, 12 IP y 9 CFT que imparten carreras de diseño gráfico, industrial, comunicación visual, crossmedia, vestuario

⁸⁶ CNCA; *Cultura y tiempo libre*. Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014, p.12.

y arquitectura de interiores en la mayoría de las regiones con centros privados y públicos, considerando a la academia como un medio de educación formal.

Por contraparte, se valida un proceso alternativo de formación: el autoaprendizaje, que posee un carácter complementario a la academia o independiente; práctica común en los diferentes dominios de las industrias creativas, como se explica: “los profesionales del sector tienden a considerar formaciones complementarias y relacionadas con la disciplina”,⁸⁷ por lo que resulta trascendental la validación del Estado en cuanto a este proceso formativo, dando énfasis del devenir de lo independiente y producido a baja escala sin la necesidad de compromiso con la academia.

⁸⁷ CNCA; *Mapeo de Industrias Creativas en Chile*, op.cit., p.228.

En la segunda etapa como una manera de sistematizar los productos de diversas índoles, se clasifican en: productos tradicionales, abarcando

GRÁFICO N°1

CICLO CULTURAL DEL DISEÑO



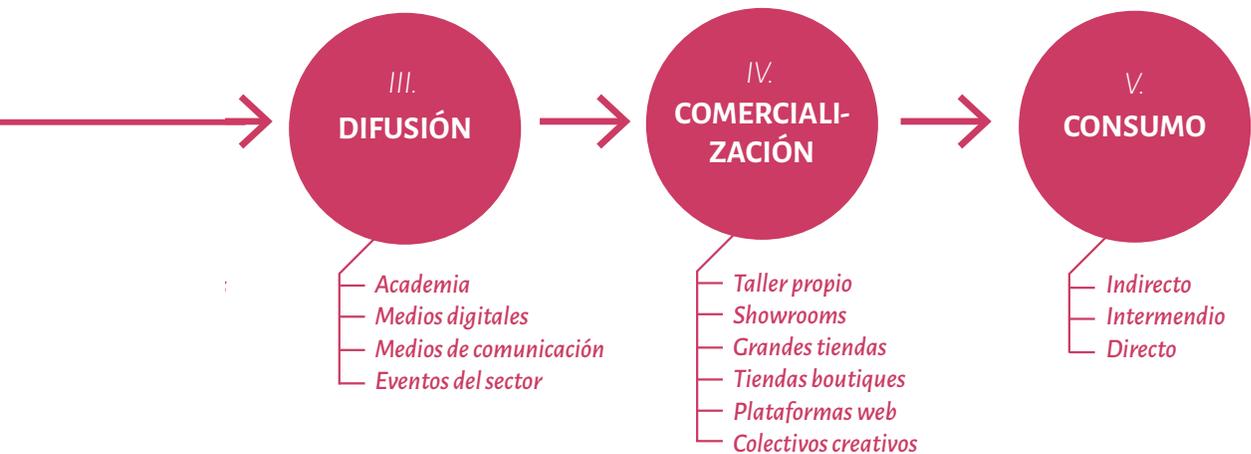
el diseño proyectual –desarrollo de productos, desarrollo de marcas, comunicación y marketing, diseño para retail– y los productos emergentes, asociados al *Design Thinking* –consultoría estratégica, diseño de servicios, entre otros–.⁸⁸

Lo mismo dentro de la etapa de creación y producción, donde se clasifica según tipo de obras, comprendiendo: gráficas, textiles, editoriales, multimedia, tradicionales o emergentes, estándar o de autor, con una multiplicidad de técnicas, materialidades y dominios de oficios. Donde el 30% de los soportes son de ámbito digital y un 23% impreso, notando la alta incidencia de las tecnologías digitales.⁸⁹

En cuanto a los agentes creadores se describen: las empresas –de diseño, especializadas y el retail–, la academia y los agentes autónomos: trabajadores independientes y emprendedores. Dentro de los autónomos, los independientes son quienes trabajan por encargo de proyectos, es

⁸⁸ CNCA; *Mapeo de Industrias Creativas en Chile, op.cit.*, p.229.

⁸⁹ *Ibíd.*, p.230.



decir, respondiendo a una demanda o encargo determinado, conocido como modo *freelance*, quienes buscan nichos de mercado de manera autónoma. Esta manera laboral ha ido en ascenso en los últimos años, la cual posee pros y contras; como la inserción en nuevos mercados como el internacional, sin embargo, las condiciones laborales son variables e inestables dependiendo de la demanda.⁹⁰

Los emprendedores son quienes desarrollan proyectos con fines comerciales—emprendimientos—de manera personal, sin la necesidad de una demanda, creando sus propios productos o servicios a partir de intereses y habilidades en un oficio específico; “se vinculan con la producción de autor y producción artesanal de alta calidad para la venta directa al público o para grandes tiendas de retail”,⁹¹ por lo que se postula que la comercialización directa predomina para este tipo de agente. El lugar de trabajo para ambos sectores puede corresponder a un espacio determinado dentro de la residencia particular del diseñador o un taller, ya sea individual o colectivo.

Con el dominio que se posee en la administración de redes sociales y plataformas digitales, resultan ventajosas al momento de lograr la difusión en diseño. La existencia de medios digitales gratuitos logran democratizar la información de manera rápida y eficaz, como los blogs y sitios especializados; se reconocen eventos del sector, como bienales, ferias, foros, congresos y la promoción en los *showrooms*; las publicaciones digitales e impresas y la propia academia, llamados “aglutinadores del sector (...) que contribuyen a la generación de redes productivas o de encuentros entre creadores, por ejemplo, Salón de Diseño Joven, Bienal de Diseño, Semana Chile Diseño o Sudala”.⁹² Todo esto manifiesta el aporte en cuanto a difusión y expansión de las redes de contacto que deben formarse entre los creadores dentro de estos escenarios como las ferias, sin embargo, para algunos, estos siguen siendo espacios restringidos simbólicamente.

Respecto a la comercialización existe preocupación en el medio por los escasos escenarios que existen, principalmente para los proyectos independientes, como señala el mapeo: “los emprendimientos (diseño de autor) encuentran serios problemas para la comercialización de su producción, dada su falta de competencias específicas para ello(...)”.⁹³ No obstante, se reconocen espacios como plataformas web, *showrooms*, boutiques, talleres propios, colectivos creativos o por contacto directo con las grandes empresas. Lo que abre el debate respecto a la responsabilidad del Estado de gestionar espacios culturales que logren un mayor

⁹⁰ *Ibíd.*, p.231.

⁹¹ *Ibíd.*

⁹² *Ibíd.*, p.233.

⁹³ *Ibíd.*



desarrollo de la disciplina; como lo que ocurre con el espacio de Diseño E.N.D. ubicado en el GAM el cual “destaca por tener la primera galería de diseño del país, una tienda dedicada 100% al diseño nacional en sus distintas especialidades y un espacio multipropósito para las industrias creativas de Chile”.⁹⁴

Como último tramo del ciclo se encuentra el consumo, en el cual se declaran tres categorías: consumo intermedio, indirecto y directo. El primero se refiere a los demás dominios culturales que requieren de diseño, por ejemplo la industria editorial, la arquitectura; el consumo indirecto son principalmente empresas que compran los productos para entregarlos a otro como los compradores de *merchandising*. Y finalmente el consumo directo comprende la situación en la cual el producto terminado es adquirido por un consumidor específico. Se entiende como una dinámica distinta a las anteriores al generarse una relación directa y personal entre productor y consumidor y “se observa como un tipo de consumo emergente, que va en aumento, y que tiene potencialidades para un desarrollo futuro”.⁹⁵ Consumo que es visible en las ferias de diseño, lo que es prueba fehaciente sobre lo imprescindible de poner al tanto a los consumidores sobre la cadena de valor del objeto de diseño, entendiéndolo como el resultado de un proceso tangible e intangible.

III.IV. EL DEVENIR DE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE

El emprendimiento es factor primordial dentro de las Industrias Creativas, correspondiendo a individuos o colectividades que trabajan a baja escala y de manera artesanal en conjunto con las herramientas otorgadas por la industria y la tecnología, por ende se trata de un concepto que es “responsable de promover el desarrollo y producir innovaciones”⁹⁶ que tiene como función:

—

Serigrafía Instantánea en Feria Estampada. FAU, diciembre 2015. Fotografía personal.

⁹⁴ “E.N.D.”. En: <http://www.gam.cl/tiendas/end-espacio-nacional-de-diseño/> [fecha consulta 05-07-18]

⁹⁵ CNCA; *Política de Fomento al Diseño (2017-2022)*. Op.cit., p.50.

⁹⁶ Figueroa, Loreto; *Emergencia de la Industria Creativa en barrio de Santiago: Una mirada a los Barrios Bellas Artes e Italia a través del Diseño*. Tesis (Magíster en Gestión Cultural). Santiago, Universidad de Chile, 2011, p.46.



—
Barrio Lastarria, diciembre 2017.
Fotografía personal

“(…)Reformar o revolucionar el sistema de producción, explotando una posibilidad técnica no experimentada para producir por medio de un método nuevo, y de esta manera abrir una nueva fuente de provisión de materias primas o una nueva salida para los productos, para reorganizar una industria, etc.”⁹⁷

Por ende, los agentes creativos que desarrollan proyectos independientes están expuestos a mayores riesgos, teniendo que manejar temáticas de gestión, marketing e innovación para lograr encontrar un segmento en el mercado y audiencias, además de probar múltiples modos de producción, difusión y comercialización. Como explica María Eugenia Correa, múltiples profesionales, por necesidad laboral, tuvieron que comenzar a trabajar de manera independiente, por lo que la crisis:

Dio lugar a la configuración de nuevos actores en el espacio público. Si bien el 2001 marcó un período de movilizaciones en torno a lo político, podemos decir que actuó como disparador de múltiples instancias productivas, muchas de ellas organizadas desde la autogestión.”⁹⁸

Lo que ha dado cabida a una camada de profesionales que “veían en este momento la oportunidad de un cambio en sus vidas, y ese cambio vendría de la mano de la habilidad, de lo innato, de las propias virtudes.”⁹⁹

⁹⁷ *Ibíd.*

⁹⁸ Correa, María Eugenia; *El diseño como nueva cultura identitaria*. En: *Jornadas de Cuerpo y Cultura de la UNLP*. Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2008, p.2.

⁹⁹ Correa, María Eugenia; *op.cit.*, p.9.

¹⁰⁰ *Ibíd.*, p.10.

En cuanto a los medios de difusión de los emprendedores es predominante uso de redes sociales como Facebook e Instagram las cuales se mantienen actualizadas diariamente visualizando las líneas de productos, valores, promociones, como también el uso de sitios web, ya que los emprendedores “encuentran gran dificultad a la hora de difundir y comercializar sus productos, especialmente encuentran muy difícil la posibilidad de conseguir un comercio propio, debido a los costos de mantenimiento que éste implica.”¹⁰⁰

Al momento de comercializar se distinguen varias aristas, por ejemplo, la pluralidad de tiendas de diseño en barrios de Santiago dedicados a la venta y exposición de productos de diseño en sus múltiples expresiones, como

el Barrio Italia, Lastarria y Bellas Artes, ubicados en comunas céntricas que “cuentan con proyectos ligados a su rescate, la incursión de fomento a la creatividad, asociatividad entre la comunidad (locatarios y vecinos) y la experimentación del Diseño en zonas históricas”;¹⁰¹ escenarios donde se crea una atmósfera cultural acompañada de gastronomía, música y actos artísticos.

Por el contrario, quienes no poseen un local físico para la venta, además se Internet, se encuentran instancias pasajeras, como las ferias de diseño, que son ideales para lograr una venta directa.

¹⁰¹ *Ibíd.*, p.69.



6° Feria Estampida
Pasarelas Verdes, 2017
Fotografía: Diego Salinas

IV.

ESPACIOS CULTURALES

Para visibilizar la relación entre creador, producto y audiencia es necesario describir el contexto territorial, cultural y simbólico en el cual se basan y se desarrollan las dinámicas sociales, por ende es imprescindible abarcar los espacios que comienzan a ser habitados, pensados y cargados de significados entendiendo que “las prácticas culturales tienen lugar en un espacio y tiempo concreto. Espacios que a su vez actúan como caja de resonancia para tales prácticas y que poseen dinámicas propias que emergen desde la cotidianeidad”.¹⁰²

IV.I ESPACIO SOCIAL

Henri Lefebvre¹⁰³ a mediados de los años 70 estudió la sociedad contemporánea a través del espacio urbano y lo postula como un proceso social. Plantea el estudio del espacio que no tendría como objeto de estudio al espacio en sí mismo, poniendo en duda su existencia como objeto, sino que al proceso productivo mediante el cual el espacio alcanza una existencia simultánea en distintos niveles.

Al espacio habitado por la práctica social, Lefebvre lo denomina espacio social “ocupado por los fenómenos sensibles, sin excluir lo imaginario, los proyectos y proyecciones, los símbolos, las utopías”¹⁰⁴ valorando la importancia de este, en el análisis crítico de las relaciones entre espacio y sociedad, denominando además a la ciudad como escenario donde prima la cotidianeidad, la miseria y su potencia creativa. Por consiguiente, se interpreta el concepto de espacio, como un todo simbólico compuesto por una territorialidad, temporalidad y actores colaboradores que logran generar el proceso productivo y lugar donde ocurre el intercambio de

¹⁰² CNCA; *Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile: etnografía de análisis de casos*. Santiago, Sección Observatorio Cultural, 2015, p.192.

¹⁰³ Filósofo y sociólogo francés, de orientación marxista.

¹⁰⁴ Lefebvre, Henry; *La producción del espacio*. Madrid, Capitán Swing, 2013, p.72.

conocimientos intangibles y tangibles, siendo un escenario idóneo para la interacción social; para así dejar de considerarlo como vacío, pasivo o carente de otro sentido, ya que “debemos concluir que este espacio implica, contiene y disimula las relaciones sociales, a pesar de que, como hemos dicho, este espacio no es una cosa, sino un conjunto de relaciones entre las cosas (objetos y productos)”.¹⁰⁵

El sociólogo basa su propuesta explicando que el espacio es un producto social, que cada sociedad crea el propio dependiendo de las variadas relaciones de producción que se dan en cada escenario, explicándolo a través de la *trialéctica del espacio* donde compara los términos: representaciones del espacio (espacio concebido), el espacio de representación (espacio vivido) y las prácticas espaciales (espacio percibido). Explica que el primer término es el representado a nivel de mapas, planos técnicos, entre otros—espacio geográfico como tal—. El segundo es el vivido a través de un uso simbólico, la sociedad lo apropia y modifica constantemente y por último, el espacio percibido en donde se establecen las relaciones sociales, por ejemplo, los lugares de encuentro.¹⁰⁶

IV.II. INFRAESTRUCTURA CULTURAL

El Ministerio de las Culturas ha desarrollado múltiples estudios referentes al análisis del cómo y dónde se llevan a cabo las prácticas sociales, por lo que describe a los *espacios culturales* como los escenarios físicos en donde se llevan a cabo actividades culturales, los cuales se establecen como lugares de carácter comunitario, encuentro de expresiones y ejercicio ciudadano, como además son “lugares de intercambio de historias, de memoria y vida colectiva, en donde, además de disfrutar de las artes y de las manifestaciones culturales, pensamos y construimos colectivamente una mejor comunidad”.¹⁰⁷

Sin embargo, la implementación y uso de estos espacios no ha estado exenta de disputas, como explica Modesto Gayo¹⁰⁸ cuando se refiere al reconocimiento de derechos culturales a partir de los años 50, cuya finalidad fue facilitar el acceso a la cultura al abarcar múltiples grupos sociales—en ese entonces de bases clasistas— como además generar espacios para los productores “de forma complementaria a lo que afectaba al ‘ciudadano-consumidor-observador’”¹⁰⁹ con el fin de democratizar la cultura. Estos fueron las primeras controversias gubernamentales que implican lo cultural, por lo tanto:

¹⁰⁵ Lefebvre, Henry; op.cit., p.72.

¹⁰⁶ *Ibíd.*, p.97-98.

¹⁰⁷ CNCA; *Catastro de la Infraestructura Cultural*. Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, p.6.

¹⁰⁸ Académico Escuela de Sociología Universidad Diego Portales.

¹⁰⁹ Gayo, Modesto. En: *Encuesta Nacional de Participación Cultural*. Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2017, p.11.

“(…)las instituciones educativas y culturales tuvieron que generar conciencia de su rol como reproductores de las desigualdades sociales y esto les exigió diseñar estrategias, algunas más efectivas que otras, para facilitar los procesos formativos en el aula, así como también para mejorar los niveles de acceso y comprensión del arte en los museos, espacios culturales y salas de teatro, entre otros lugares”.¹¹⁰

Debates que permanecen en la actualidad donde aún se discuten limitantes en el acceso a la cultura –sociales, educativas– su centralización y su cuestionable elitización. De ahí, que diversas áreas ligadas a las Industrias Creativas, como por ejemplo el Ministerio de las Culturas y la Dirección de Bibliotecas, Archivos Museos (DIBAM) han ejecutado medidas puestas en marcha de manera paulatina cuyo fin ha sido minimizar estas brechas de acercamiento; como fue el hito del año 2015, en el cual 26 dependencias pertenecientes a la DIBAM comenzaron a tener acceso gratuito para el público.¹¹¹

Asimismo, es visible la preocupación que se han implantado desde los agentes culturales para lograr democratizar y acercar estos espacios a la sociedad. Por ejemplo, la creación de centros culturales con mejoras en infraestructura y programa, donde disponen y entregan a la audiencia múltiples instancias de participación, como lo generado por el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM) que:

“Posibilita prácticas culturales de casi todos los dominios culturales (cuenta con una biblioteca, red *WIFI* y computadores, sala de exposición de artes visuales, salas de artes escénicas, una sala del Museo de Arte Popular Americano, entre otros equipamientos). Además, tiene una posición territorial de fácil acceso en el centro de la capital, constituyéndose tanto como un espacio para la asistencia del público que va particularmente a una actividad cultural, como en un lugar de paso o funcional”.¹¹²

De tal manera, el concepto de centro cultural invita a la sociedad a introducirse y permanecer por un mayor lapso de tiempo en él, los cuales comportan como un panorama cultural, familiar y educativo.

En relación a esto, el Ministerio de las Culturas propone diversas tipologías de categorización respecto a las infraestructuras culturales; como la referida según la actividad que se realiza en ellas, abarcando a los

¹¹⁰ *Ibíd.*, p.40.

¹¹¹ “Desde el 3 de marzo disfrute gratis de nuestros museos en todo Chile”, en: http://dibam.cl/614/w3-article-49041.html?_no-redirect=1 [fecha consulta 08-12-2017]

¹¹² CNCA; *Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile*, op.cit., p.24.

archivos, bibliotecas, centros culturales y/o casas de cultura, centros de documentación, circo o carpa de circo, estudio de grabación, galería de arte, museo, sala de exposición, sala de cine, sala de ensayo y teatro o salas de teatro.¹¹³

Los anteriores se consideran como espacios convencionales, ya que son sitios físicos construidos o acondicionados especialmente para el desarrollo de actividades artísticas y culturales. Sin embargo, es visible la mutación que ha implicado el concepto *cultura* y *arte* a nivel social, entendiendo que ya no sólo lo que se expone y alberga dentro de museos y los demás espacios convencionales cumplen el rol de mediadores culturales.

Se ha cuestionado y comprendido que lo cultural debe concebirse de una manera que logre apreciarse asequible y horizontal desde las audiencias, por lo que actualmente se puede participar de actividades artísticas y culturales en lugares anteriormente impensados, como ejemplo: funciones de teatro en la avenida principal de Santiago, recitales al aire libre, ferias de emprendedores en la arteria peatonal del Paseo Bulnes en el Barrio Cívico, intervenciones de *mapping* sobre el Palacio La Moneda, entre otras, abriendo la ciudad a la cultura, descontextualizando y resignificando estos espacios públicos.

Estos ejemplos, son indicadores de las medidas tomadas a nivel estatal para promover, acercar y garantizar el acceso igualitario de manera tangible y sustancial, por lo que resulta primordial legitimar sobre estos nuevos espacios, reconocerlos como escenarios y potenciarlos, ya que, pueden ser abordados como espacios percibidos, según la perspectiva de Lefebvre, al ser escenarios donde se realizan prácticas sociales. Así lo manifiesta Constanza Symmes Coll:¹¹⁴

“El fundamento de estas transformaciones dice relación –junto con esta reactualización técnica– con una necesidad de ir más allá de los dominios disciplinarios clásicos y de la perspectiva de consumo cultural con la que hasta ahora ha sido medida la cultura. Este propósito se sustenta en la convicción de que los bordes de lo que constituye la “cultura” exceden —y con creces— el terreno de las prácticas culturales que Pierre Bourdieu (2002) definiera como ‘legítimas’.”¹¹⁵

¹¹³ CNCA; *Catastro de la Infraestructura Cultural*, op.cit., p.21.

¹¹⁴ Jefa del Departamento de Estudios del ex-CNCA .

¹¹⁵ CNCA; *Encuesta Nacional de Participación Cultural*, op.cit., p.20.

Por lo tanto, fue necesario re categorizar los espacios culturales, como lo explica en el Catastro de Infraestructura Cultural, donde al contabilizar más de 677 de estos se clasificaron en: espacios públicos, deportivos y

multiusos. Correspondiendo, el primero, a espacios públicos urbanos como anfiteatros abiertos, costaneras, plazas, parques, explanadas, entre otros. El segundo son espacios creados para realizar actividades deportivas para la comunidad como canchas de fútbol, complejos deportivos, estadios y finalmente, en el espacio multiuso se distinguen los recintos cerrados, con fines comunitarios, que permite la realización de múltiples actividades: salas, salones, auditorios, centros comunitarios, rucas y sedes sociales.¹¹⁶

Por lo cual, clasifican como espacios no convencionales ya que no han sido construidos para el ejercicio de actividades artísticas y culturales, sin embargo, pueden ser acondicionados para estos.

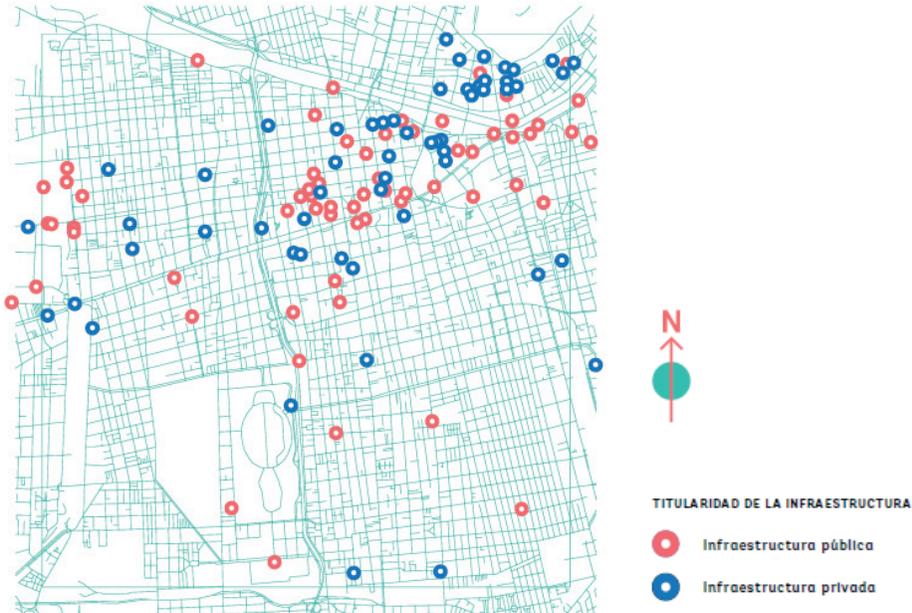
En cuanto a la distribución geográfica de los espacios culturales de la Región Metropolitana existen 433 inmuebles reconocidos como Infraestructura Cultural, donde el 24,1% se encuentra en la comuna de Santiago y 15% en Providencia concentrando los mayores porcentajes siendo mayoritariamente de aspecto público. A contraparte de las comunas periféricas—principalmente de carácter rural—que poseen la menor can-

¹¹⁶ CNCA; *Catastro de la Infraestructura Cultural*, op.cit., p.22.

¹¹⁷ *Ibíd.*, p.269.

GRÁFICO N° 2

LOCALIZACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS CULTURALES CATASTRADAS DE TITULARIDAD PÚBLICA Y PRIVADA EN LA COMUNA DE SANTIAGO.¹¹⁷



tividad de estos, teniendo un carácter de infraestructura cultural un 93% a diferencia del 6,9% correspondientes a otros tipos de infraestructuras que cumplen funciones de carácter cultural.¹¹⁸

De esta forma, como lo explica el siguiente gráfico, son múltiples las tipologías de infraestructura que ofrece la Región Metropolitana, donde prima la cantidad de bibliotecas (109) y los centros culturales, en oposición a los espacios públicos que cubren el 0,2%.

La participación de las audiencias y “la creación de un sentido de pertenencia en los espacios culturales resultan fundamentales para su funcionamiento y sostenibilidad. Sin las personas, estos proyectos son estructuras vacías de sentido, especialmente en el caso de la infraestructura cultural estatal, que entiende la cultura como herramienta para el desarrollo social y económico.”¹¹⁹

De ahí, que en estos espacios es donde se concibe una constante disputa de poder respecto al campo artístico que explica Bourdieu, donde prima el orgullo, renombre y lucha de egos. Como explica Tomás Peters:¹²⁰

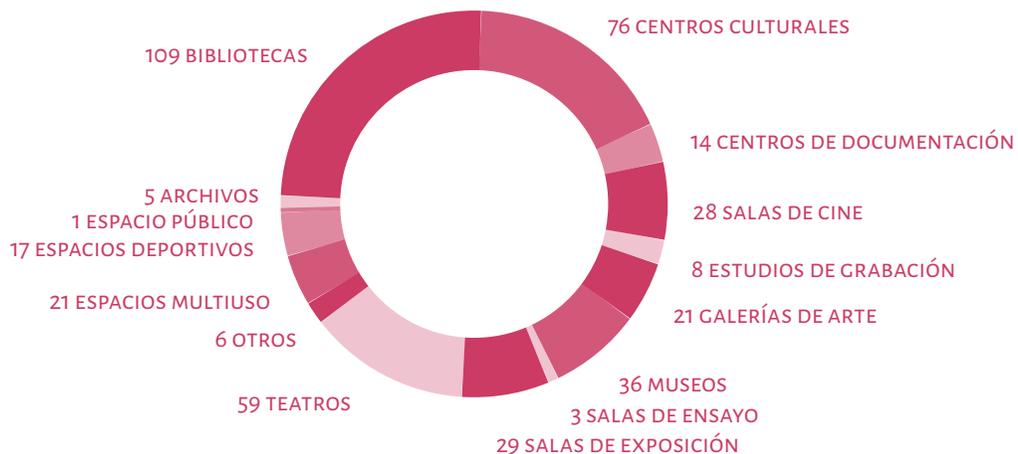
¹¹⁸ *Ibíd.*, p.269.

¹¹⁹ *Ibíd.*, p.6

¹²⁰ Doctor en Estudios Culturales. Académico del Magíster en Gestión Cultural de la UCH e investigador.

GRÁFICO N°3

INFRAESTRUCTURAS CULTURALES CATASTRADAS SEGÚN TIPOLOGÍA, REGIÓN METROPOLITANA DE SANTIAGO ¹²¹



“Los espacios de mediación cultural (museos, teatros, salas de concierto, bibliotecas, etc.) se han comprendido por su estrecha vinculación con el campo de poder, es decir, por contribuir a la reproducción social como administradores de códigos excluyentes y generadores de lógicas de distinción”.¹²¹

Si analizamos los espacios en los cuales se desenvuelven las prácticas, estos están dispuestos bajo reglas de poder, al ser a simple vista lugares que no buscan una mediación entre la triada organización-obra-público, por ende, crean en los jóvenes la búsqueda de nuevos canales de difusión y creación, donde puedan mantenerse alejados de las disputas de poder que establece Bourdieu y protegerse bajo el alero del término: independiente. En la búsqueda de espacios que den la posibilidad de configurar no sólo nuevas subjetividades sino nuevas formas de vida que habitan y producen el espacio, que tienden a la autogestión y emprendimiento.

Como el diseño independiente que “ha generado en este sentido espacios de producción, circulación y consumos; ha configurado espacios de socialización y participación cultural, enmarcado en la producción cultural que el mismo recrea.”¹²²

IV.III MEDIACIÓN CULTURAL

La mediación cultural es una metodología creada en Francia en la década del 60, la cual se define como una estrategia de democratización comunicativa con el objetivo de fomentar y simplificar el acceso a las artes y la cultura tanto a nivel físico, cognitivo como también simbólico en la relación que conjuga creadores y audiencias, entre arte y ciudadanía, como lo define el Ministerio de las Culturas:

“Es una instancia comunicativa entre dos partes, que permite realizar un intercambio vinculante e interactivo, como un flujo o canal de información. Esta acción implica una intencionalidad de una de las partes, la que realza, explota y da vida a una serie de conocimientos en torno al objetivo que se intenta mediar”.¹²³

Esta mediación está desarrollada para contribuir al conocimiento de algún objeto o instancia común, integrando acciones que logren percibirlo con mayor inclusividad para las audiencias, aumentando la participación de la población; la que se puede llevar a cabo en exposiciones de artesanía,

¹²¹ CNCA; *Encuesta Nacional de Participación Cultural*, op.cit., p.38.

¹²² Correa, María Eugenia, 2010; op.cit, p.13.

¹²³ CNCA; *Herramientas para la gestión cultural local. Mediación artística*. Valparaíso, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2014, p.6.

exhibiciones de pintura, fotografía, escultura o artesanía, presentaciones de teatro, danza o música de grupos de la comunidad, entre otros.¹²⁴

Por ejemplo, dentro de los formatos que permiten establecer mediación con la audiencia se encuentran: la elaboración de folletos con contenidos y actividades a realizar a partir de la obra artística específica, sistemas de montajes que favorecen la interacción y participación, implementación de visitas guiadas; conferencias, conversaciones y encuentros con los artistas, talleres de formación en base a técnicas y contenidos de las obras.¹²⁵

Para visualizar el formato se dispone de un esquema que representa la comunicación de la triada artista-obra, el público y la organización o institución cultural; donde el primero es el creador y la obra en sí misma, luego la audiencia que presencia la obra, la recibe, comprende y aprecia; y por último, el espacio, proyecto o agrupación de personas que desean poner en valor o presentar una obra artística.

Por lo tanto, la importancia de la mediación en la comprensión de una obra, es imprescindible, al conectar los espacios culturales y otorgarles un significado simbólico como soportes de una expresión oficio.

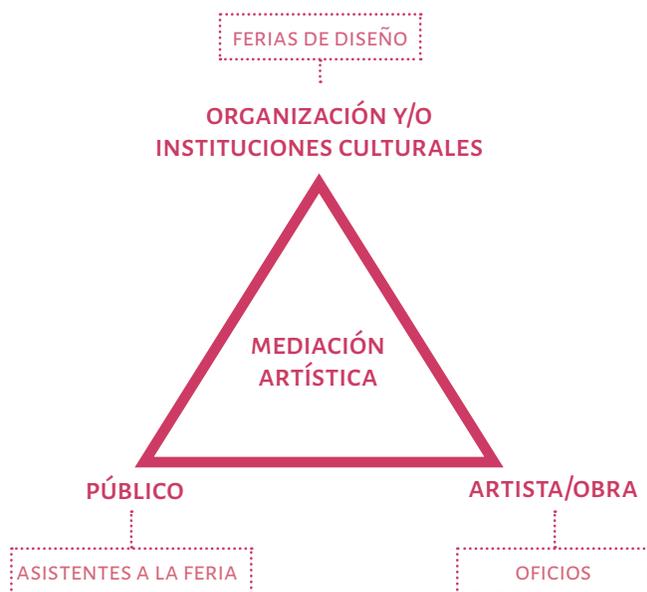
Llevándolo al caso de estudio, las ferias de diseño son comprendidas como una instancia tangible emplazada en un espacio cultural que actúan como mediadoras entre los oficios y la audiencia. Como lo representa el siguiente gráfico, donde se extrapola la discusión, al posicionar a los oficios y todo lo que conlleva como la obra, por sobre el producto terminado o el diseño de autor. Además de figurar como organización a las ferias. En resumen, se reinterpretó el esquema otorgado por el Ministerio de las Culturas.

¹²⁴ *Ibíd.*

¹²⁵ *Ibíd.*, p.13.

GRÁFICO N°4

ESQUEMA MEDIACIÓN ARTÍSTICA¹²⁶



¹²⁶ *Ibid.*, p.8.



Violeta Parra en la Feria Artes Plásticas Parque Forestal
Fotografía: Mario Guillard
Colección: Archivo Fotográfico, Archivo

V.

LAS FERIAS COMO FENÓMENO CULTURAL

V.I. UN ESCENARIO DE COMERCIALIZACIÓN

Se atribuye el término feria al fenómeno originalmente económico surgido durante la baja Edad Media, período comprendido entre los siglos XI al XV en Europa Occidental, producto de la expansión de las ciudades durante el feudalismo que consistían básicamente en la organización de vendedores que se agrupaban en un lugar estratégico con el fin de comercializar de manera eficaz y directa sus productos a los compradores.

En Chile, durante el gobierno de Vicuña Mackenna se intentaron variadas estrategias para desplebeyizar la capital las cuales fracasaron, cuyo propósito era controlar la forma de abasto de la capital, ya que principalmente el comercio estaba en manos de establecimientos como el Mercado Central, la Vega Central y el Matadero Municipal, por ende, se debía descentralizar el comercio creando nuevos mercados, por lo que ocurrió la inédita autorización de crear las ferias libres para así poseer más lugares de comercio como también regular los precios.¹²⁷

Hacia 1915, la Municipalidad de Santiago cedió un terreno ubicado “en la ribera norte del Río Mapocho, entre la Avenida Independencia y el puente de los Tranvías”¹²⁸ siendo esta la primera feria autorizada por el organismo estatal; sin embargo, se le criticó el hecho emplazarse entre dos grandes mercados, por lo que se sugirió acomodar estas nuevas ferias libre en barrios periféricos donde se encontraba gran parte de los consumidores; de esta forma, se comenzó a gestar esta instancia de comercialización tanto en las urbes como en las zonas rurales las cuales se convirtieron paulatinamente en “un espacio histórico de intercambios,

¹²⁷ Salazar, Gabriel; *Ferias Libres, Espacio residual de soberanía ciudadana*. Santiago, Ediciones Sur, 2003, p.10.

¹²⁸ *Ibíd.*, p.75.

pero no solo de mercancías, sino también de historias, de vivencias, de códigos, de costumbres, de informaciones”.¹²⁹

Con el paso del tiempo el formato original de las ferias se ha mantenido, llegando a múltiples áreas, variando en objetivos y audiencias, la que se considera como un evento cultural, económico y social realizadas en un lugar determinando con una duración específica, que se basa en poseer un carácter de venta directa al consumidor manteniendo la lógica de estimulación económica y herramienta de marketing con finalidad lucrativa, es decir, no siempre se produce un intercambio monetario, sino que funcionan, además, como escenarios para generar posibles negocios y redes de contacto, presentándose frente a la audiencia para luego comunicarse de manera personal a través de plataformas digitales, en algunos casos.

Actualmente se cuenta con una pluralidad de ferias ligadas a la industria textil, automotriz, de la salud, mineras, gastronómicas, laborales, de editoriales, de artesanía, ambientales, entre otras, demostrando lo adaptable del soporte. ya que “en la última década, las exposiciones tuvieron que adecuar su conformación, producto de los cambios vertiginosos en el mercado; de generales pasaron a ser sectoriales; o sea con el carácter de ferias temáticas.”¹³⁰

¹²⁹ Busso, Mariana; *Ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización*. Argentina, Scientific Electronic Library Online, 2001, p. 105.

¹³⁰ Universidad de Palermo; *Estudiar, Crear y Trabajar en Diseño y Comunicación*, Argentina, Facultad Diseño y Comunicación, 2002, p.9.

¹³¹ Abogado, director del Museo de Arte Moderno.

¹³² CNCA; *Norberto Oropesa, Maestro alfarero*. Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2012, p.22.

V.II. LA FERIA DE ARTES PLÁSTICAS DEL PARQUE FORESTAL.

Producto del aumento de la población durante la década de 1950 y la escasez de trabajo se vislumbró en la artesanía una posibilidad de generación de empleos por parte del Estado y el desarrollo de la pequeña industria, pese a esto, desde la Universidad de Chile no fueron bien recibidas estas políticas, ya que se consideraba el trabajo artesanal y de oficios desde un enfoque cultural y simbólico tomando como medio al Museo de Arte Popular Americano que pretendía conservarla y difundirla.

Sin embargo, el desarrollo de las culturas populares en Chile ha devenido en momentos de contracción y distensión, donde han estado presente ciertos actores que han luchado por dar espacio y mediar entre el público y los artistas, lo privado frente a lo estatal, como el trasfondo que surgió a partir del desarrollo de la Feria de Artes Plásticas realizada en la década de 1960 en el Parque Forestal de Santiago.

Germán Gasman¹³¹ tras su paso por París contempló cómo se montaban ferias de arte al borde del río Sena¹³² e interesado por la cultura

popular de Chile trajo consigo este fenómeno, y tras un dar aviso en el diario *El Mercurio*, logró convocar y reunir a distintos artesanos de múltiples regiones de Chile entre el 5 y el 13 diciembre de 1959 para realizar la 1ª Feria de Artes Plásticas en “la ribera sur del Río Mapocho (...) entre los puentes Purísima y Loreto, un espacio sombreado por grandes plátanos orientales y piso de tierra”.¹³³



Evento en el cual se vivió el real espíritu colaborativo de una feria, suceso cultural inédito, lugar donde los creadores realizaron *in situ* sus tallados y gredas; momento en que “salen los artistas a la calle para abrir el camino del arte a todos aquellos que quieran entrar o participar.”¹³⁴

La primera feria contó con la participación de grandes referentes culturales como Nemesio Antúnez, Sergio Castillo, Margot Loyola y Violeta Parra quien “trabaja la greda, realiza ante el público maravillosos retablos (...) la gente se agrupa en torno a ella. Curiosa, admirativa.”¹³⁵ Además de múltiples pintores, ceramistas, escultores y orfebres.

El recibimiento de la población que por ahí transitaba o quienes asistieron específicamente a la Feria fue de gran magnitud, abarcando un público perteneciente a todas las clases sociales, que acudió por mera coincidencia o como un panorama programado.

“Se distribuyeron improvisados paneles armados con fierros ranurados a ambos lados, unos apoyados en el mismo muro de contención del río y otros hacia la calle que recorre el Parque, dejando entre ambos el espacio para circular el cual, una vez inaugurada la Feria, se hizo inevitablemente estrecho, dado el verdadero gentío que se hizo presente día a día”.¹³⁶

Fue un encuentro donde los artistas y artesanos expusieron sus obras frente al ojo crítico de sus pares y la audiencia, “transformándose en un espacio de concurrencia masiva en el que confluyeron artistas,

—
Violeta Parra en Feria de Artes Plásticas. Fotografía: Diario La Nación, 1959.

¹³³ Cáceres, Alicia y Juan Reyes; *Nosotros los Artesanos*. Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2008, p. 12.

¹³⁴ *Los Artistas Plásticos de Chile* [documental]. Dirigido por Jorge di Lauro. Chile, 1960. Recuperado en <http://www.ccplm.cl/sitio/los-artistas-plasticos-de-chile> [Consultado agosto 2017]

¹³⁵ Parra, Ángel; *Violeta se fue a los cielos*. Santiago, Catalonia, 2006, p.158.

¹³⁶ *Ibíd.*, p. 12.



Fotogramas del documental *Artistas Plásticos de Chile*,
rescatado de www.ccplm.cl/sitio/los-artistas-plasticos-de-chile

artesanos tradicionales, artesanos urbanos y donde el alumnado de la Escuela de Artes Aplicadas tuvo una significativa participación”.¹³⁷

Además de la venta de productos terminados, causó alto impacto y satisfacción en los consumidores la iniciativa casi innata de múltiples artistas que demostraron el proceso productivo de sus productos en el lugar, ya que varios expositores asistieron con sus materiales, implementos y todo lo necesario para crear y producir frente la mirada de la audiencia, demostrando la logística aplicada por los creadores quienes:

“Por su parte, supieron lucirse en los suyos, trabajando con gran naturalidad en sus gredas y tallados, tal como si estuviesen en su casa, «para no aburrirse sin hacer nada» como decían ellos, algo muy innovador y que le dio un gran atractivo a la Feria.”¹³⁸

Para Gasman el proyecto fue de alta complejidad, tuvo que buscar entre amigos y artistas colaboración, quienes no confiaban el proyecto, además de atraer a artesanos y artistas de todas las regiones del país, acudiendo personalmente a sus localidades para convencerlos de participar y explicarles la posibilidad de exhibición y reconocimiento que estos tendrían; ya que se trataba principalmente de personas de origen rural con poca motivación en dirigirse a la temida capital para aventurarse en este proyecto. Como lo relata Norberto Oropesa¹³⁹:

“Por primera vez ofrecía su trabajo mediante la venta directa, sin intermediarios, pero lo más importante —de acuerdo a su testimonio— es que paralelamente a la rápida salida de las piezas y la retribución económica, estaba el contacto con el público y la retribución moral, un reconocimiento que largamente habían esperado muchos de los numerosos artesanos que compartieron experiencias y estrecharon vínculos en la feria, el que finalmente llegó gracias al evento.”¹⁴⁰

Al finalizar esta primera feria, con cuecas y cantos por parte de Violeta Parra y Margot Loyola, el sentimiento fue positivo y esperanzador, como explica el ganador del Premio de Grabado Matías Vial, quien comenta al diario *Las Últimas Noticias*:

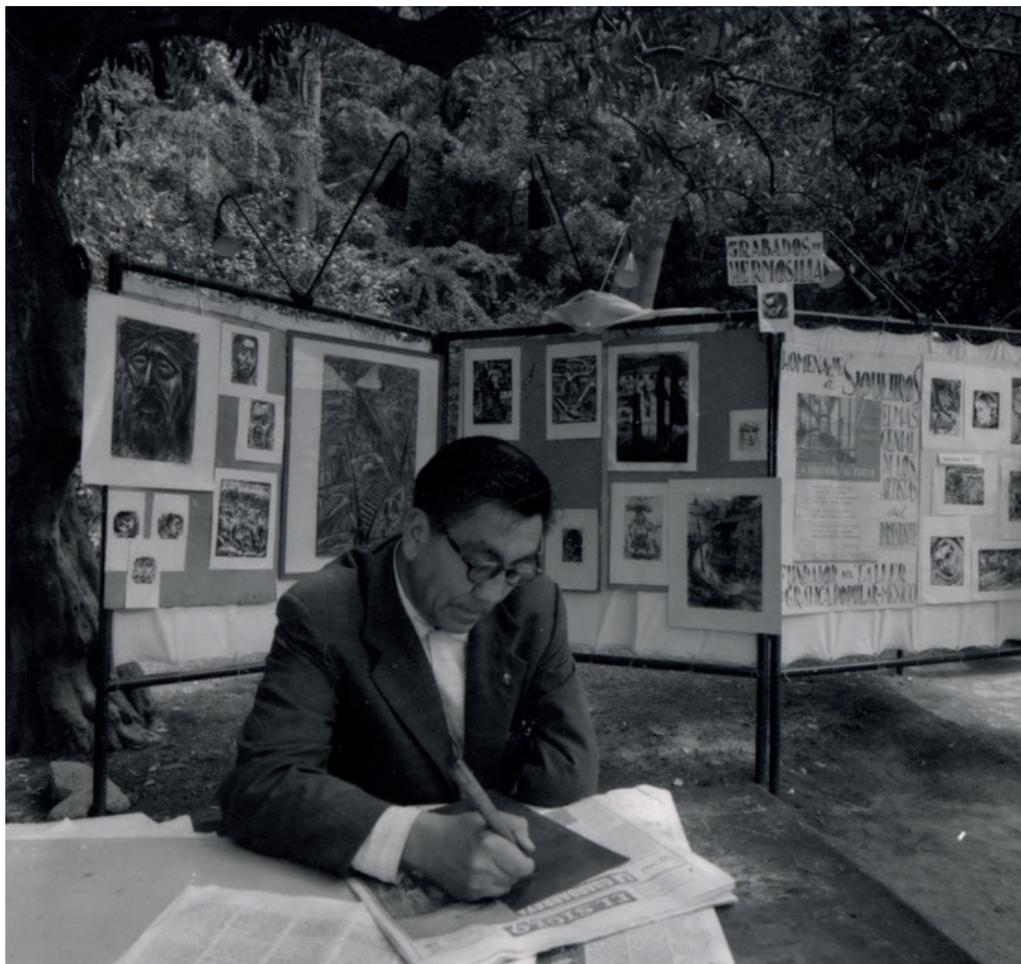
“La Feria ha sido más efectiva que los salones y los museos. Es una labor viva que se comunica directamente con el pueblo, no esperábamos tanta afluencia de público. Creo que estas ferias

¹³⁷ Vico, Mauricio. En: Castillo, Eduardo (Ed.); op.cit., p.334.

¹³⁸ Cáceres, Alicia y Juan Reyes; op. cit., . 12.

¹³⁹ Ceramista y alfarero de la Región de Valparaíso, fue galardonado con el Premio Maestro Artesano 2012.

¹⁴⁰ CNCA; Norberto Oropesa, *Maestro alfarero*, op.cit., p.19.



—
**Carlos Hermosilla grabando
en la feria, 1970.**
Archivo Fotográfico y
Digital. Fondo Quintana, Bi-
blioteca Nacional de Chile.
www.memoriachilena.cl

¹⁴¹ Cáceres, Alicia y Juan
Reyes; op. cit., p. 13.

¹⁴² Escultor, quién posterior
a la muerte de Gasman sería
la figura principal de la feria.
(1924-1984)

deberían repetirse constantemente sin objeciones estéticas y con la máxima amplitud, tal como la presente”.¹⁴¹

A raíz de esta evaluación positiva, Gasman y sus colaboradores sintieron la necesidad de continuar con este proyecto en pleno centro de la capital y organizar nuevas fechas para realizar más versiones, como también dar paso a la creación del Museo de Arte Popular Americano, ubicado en el cerro Santa Lucía—el cual tuvo como director a Tomás Lago—cuyo propósito era abrir nuevas posibilidades al artista y artesano para encontrarse con el público.

El espíritu de estos feriantes creció cada vez más, por lo que se desarrolló la 2° feria de Artes Plásticas—entre el 3 y 11 de diciembre de 1960—, que se emplazó entre Pío Nono y Loreto; momento en el cual se incluye a Lorenzo Berg¹⁴² como parte del equipo organizador.

En este encuentro el *Taller 99* “se presentó en la feria con todos sus implementos: una gran prensa litográfica, las grandes piedras donde se dibujaban directamente los grabados, tintas, rodillos, espátulas, papeles especiales, todo al aire,”¹⁴³ sumándose, además, el ceramista Luis Guzmán quien modeló cerámica e impartió clases a niños de manera gratuita, por lo que se vivió un ambiente grato de democratización para así “criticar, reírse, admirar, opinar si le placía, como nunca había podido hacerlo en un museo o Sala de Exposiciones”.¹⁴⁴ Instancia que otorgó a las artesanías un escenario de exposición de sus productos que no tenían –en ese entonces– con el público en general, sino que solía ser consumidos principalmente por la élite con un fin coleccionable, silenciando su capacidad funcional y simbólica.

Como también, se realizaron actividades como talleres de encuadernación, telar, esmalte sobre metales y tallado en madera por parte de estudiantes de la Escuela de Artes Aplicadas; para luego al año siguiente añadir los espectáculos de ballet, el coro de la Universidad de Chile y orquestas, además del 1° concurso de pintura para niños de 12 años.

Con el renombre y repercusión cultural que tuvo este fenómeno, se necesitaba de mayor espacio y recursos, por lo que se gestionó una alianza con la Municipalidad de Santiago, lo que dio paso a una nueva versión el año 1963, con más de 800 expositores y artesanos provenientes desde ruralidades como Rari, Panimávida, Pomaire, Quinchamalí. Sin embargo, debido al gran crecimiento los problemas no cesaron, la cantidad de interesados en participar fue mayor a lo presupuestado; en consecuencia, se tomó la decisión de realizar un proceso de selección entre los interesados, lo que ocasionó momentos de tensión entre quienes no fueron seleccionados, sin embargo, igualmente se les otorgó un espacio de exposición al margen de la feria original.¹⁴⁵

A raíz de esto la feria original de Parque Forestal de 1965 tuvo una mejor organización y posterior evaluación, contando con la participación del curso de Decoración de Interiores de la Escuela de Artes Aplicadas quienes la diseñaron, quienes incluyeron en su planificación la creación de pequeñas plazas para el público.

Sin embargo, el Parque Forestal comenzó una remodelación por lo que hubo que buscar nuevos espacios llegando a la Terraza Caupolicán del Cerro Santa Lucía, donde se realizó una nueva versión. Estuvieron presentes artesanos anteriormente participantes y el recién creado CEMA, mujeres

¹⁴³ *Ibíd.*, p.16.

¹⁴⁴ *Ibíd.*, p.17.

¹⁴⁵ *Ibíd.*, p. 20.



—
Niño pintando en el parque Forestal, 1971. Archivo Fotográfico y Digital. Fondo Quintana, Biblioteca Nacional de Chile. www.memoriachilena.cl

que tomaron protagonismo en el área gastronómica, manualidades y modelado. Otro espacio gestionado por Lorenzo Berg fue el Parque Balmaceda —actual Parque de la Aviación— emplazando la feria bajo una carpa de circo pero abierta a su entorno:

“Lo atractivo de esta Feria fue el gran partido que se le sacó al pequeño espejo de agua, que lucía especialmente interesante con unas espectaculares esculturas emergentes en los más diversos

materiales de José Soto, Sergio Castillo y Teresa Vicuña. Otro sector de esta feria estaba constituido bajo paneles de tubos y lona roja lo que daba un aspecto alegre y colorido”¹⁴⁶

Este escenario cultural tuvo gran repercusión en las organizaciones nacionales, como la gestión en conjunto con la Municipalidad de Viña del Mar que montó la 1° feria de Viña del Mar en 1961, con una muestra de doscientos artesanos que ocasionó un gran impacto en la comunidad tomando protagonismo, nuevamente, el *Taller 99*, quienes imprimieron sus grabados en vivo donde además la Escuela de Bellas Artes de Viña realizó clases de esmalte sobre metales instalándose con un horno eléctrico y otros implementos.¹⁴⁷

El año 1964 fue significativo para los artesanos rurales y urbanos, ya que fueron invitados a participar por primera vez de la Feria Internacional de Santiago FIMA, situados al aire libre. Dentro de lo más memorable que recuerdan Cáceres y Reyes fue a Yolanda Bravo —chamantera de Doñihue— quien trabajó en un tejido de telar vertical, ya que “impresiona mirarla trabajar, los fuertes golpes con que se aprieta el tejido, hasta hacerlo duro”,¹⁴⁸ como también los espueleros de Chillán quienes viajaron con sus implementos para dar a conocer su trabajo “para así permitir al público apreciar el hermoso trabajo de damasquinado heredado de España”.¹⁴⁹

¹⁴⁶ *Ibíd.*, p. 22.

¹⁴⁷ *Ibíd.*, p. 27.

¹⁴⁹ *Ibíd.*, p. 28.

¹⁴⁹ *Ibíd.*

Eran estos, algunos de los tantos artesanos quienes creían que no bastaba con vender y mostrar su producto terminado, sino que se dieron el esfuerzo de transportar sus instrumentos de trabajo y producir en el

momento, ya que “observar este oficio permitió a los asistentes apreciar distintas fases del trabajo necesario para transformar un tosco trozo de fierro, en una bella y tintineante espuela”.¹⁵⁰

Berg reflexionó sobre la itinerancia de las ferias y las comenzó a organizar a nivel regional realizando otras versiones en Concepción –1965– y en Chiloé –1967–. Asimismo, en la capital a partir de 1966 y en conjunto con la Municipalidad de Santiago se gestaron las *Jornadas Culturales*, proyecto que fue iniciado bajo la tutela de Gasman, cuyo fin era realizar ferias en distintos barrios de la ciudad para acercar el arte popular al público en general; llevadas a cabo en la Plaza Yungay, en la Escuela de Artes y Oficios –actual Universidad de Santiago– y en el Barrio Huemul. Se enfocaban en la difusión y comercialización, sin embargo, surgieron nuevas amistades entre los propios creadores provenientes de distintas zonas del país.

De manera paralela, dentro de la academia creció el interés por estas instancias, así la Universidad Católica convocó al experimentado Lorenzo Berg a trabajar en conjunto para desarrollar la 1° Feria de Artesanía Tradicional en el Parque Bustamante el año 1974, dando vida a un nuevo proyecto que perduraría hasta la actualidad. Este, al ubicarse en un lugar céntrico y concurrido de Santiago, tuvo gran cantidad de asistentes y “el interés del público fue impresionante, puesto que irrumpió mirando, interesado por todo, ávido de recuperar aquellas primeras ferias, de contemplar aquellas manos mágicas trenzando, tallando, puliendo, tejiendo con la rapidez y el oficio de siempre”.¹⁵¹

Ya que la finalidad de estas ferias fue promover, difundir, conservar la cultura y poner en valor el trabajo artesanal, Berg decidió crear y distribuir gratuitamente –desde 1975 en las ferias organizadas por la Universidad Católica– folletos para los asistentes “cada vez mas completos e informativos (...) con el tiempo, fueron adquiriendo mayor colorido y enfatizando no solo ciertas técnicas o estilos, sino que también individualizando artesanos que se iban incorporando a la Feria”,¹⁵² por lo cual, este material gráfico fue un soporte para la difusión de la cultura popular.

El desarrollo de esta larga travesía que realizaron tanto Gasman como Berg, los artesanos y los artistas en el acontecer de estas ferias, resulta primordial para comprender el fenómeno cultural que concierne a las ferias de Diseño actuales. Las ferias desarrolladas entre los años 1959 y 1974 se abordan como un antecedente cultural primordial para el presente proyecto, en cuanto al uso de estos escenarios en la valorización

¹⁵⁰ *Ibíd.*

¹⁵¹ *Ibíd.*, p. 45.

¹⁵² *Ibíd.*, p. 49.

y puesta en valor de los oficios, dando énfasis en la puesta en escena de los artesanos, donde destaca la manera natural e intuitiva con la que realizaban sus productos en el lugar, ya que se aprovechaban las horas de exposición como momentos de trabajo igualmente, lo que demuestra a la audiencia el carácter creativo de los expositores. Ferias donde de manera multidisciplinar se logró devolver el conocimiento a la comunidad de manera abierta y lúdica.

V.III. FERIAS DE DISEÑO

Las temáticas culturales han variando sus enfoques y objetivos, las múltiples políticas públicas dedicadas a encontrar soluciones frente a la democratización de la cultura, el reconocer espacios culturales no convencionales, como también validar el autoaprendizaje como proceso formativo dentro de diseño, da a entrever la facultad y libertad de los sujetos creativos y de la población de integrarse y ser agente activo de la cultura quienes crean y gestionan nuevas expresiones e instancias, como además modifican y se apropian de las ya establecidas, en alguno casos alejándose de los museos o espacios ligados a la alta cultura. Es por esto, que podemos encontrar escenarios de participación y desarrollo cultural de carácter informal, las cuales no han sido reconocidas por el Ministerio de las Artes, como son las ferias de diseño.

Son principalmente un evento cuyo fin es generar la promoción, difusión y comercialización de objetos de diseño, las que corresponden a una de las ocasiones utilizadas por creadores, diseñadores y emprendedores, que suelen utilizarse para “hacer circular estos productos (...) que han nacido en los últimos años, destinadas a comercializar productos de diseño cuyos diseñadores son seleccionados según el rubro, el tipo de producto y la presencia del diseño en esta producción”¹⁵³. Eventos que cuentan con múltiples actividades, como stands de venta de expositores, talleres, conversatorios, bandas en vivo, gastronomía, entre otros.

¹⁵³ Correa, María Eugenia; 2007, op.cit., p.4.

¹⁵⁴ Iniciativa que busca poner en valor los oficios, la manufactura y el diseño local, conectando creativos, diseñadores o marcas locales con artesanos y productores.

Los productores, en algunos casos, no cuentan con un lugar físico propio para la exponer sus proyectos, por lo que optan en acudir a estas para abrirse a la comunidad con el objetivo central de comercializar de manera directa sus productos, los que han debido desarrollar una logística para vender dependiendo del usuario y contexto en el que se lleva a cabo cada feria. Son estos lugares donde el productor despliega su manejo logístico a través del retorno rápido del consumo directo; siendo un proceso más táctico que estratégico; como se explica en el proyecto *SaberHacer*.¹⁵⁴



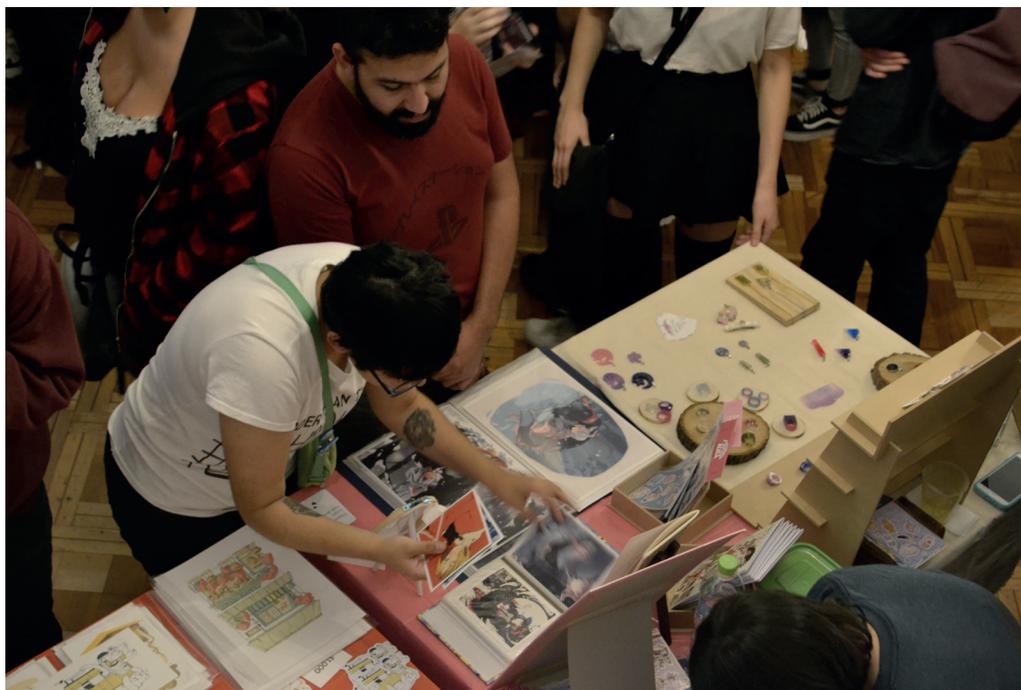
“ Los espacios de comercialización del tipo ferias se ha masificado e instalado en buena parte de las comunas y territorios, generar cambios de contexto, utilizando estos formatos permitiendo entrenar a una productora local en el desarrollo y coordinación de producción y venta (...) De esta forma, aspectos tales como, necesidades, hábitos, costumbres, preferencias y gustos de diferentes perfiles de usuarios, se transforman en el tema central a la hora de configurar una oferta de productos”.¹⁵⁵

—
**Feria de Artes gráficas
Kontrabando, Liceo de
Aplicación, mayo 2018,
Santiago. www.facebook.com/fagrafika**

Así mismo, la dinámica de las ferias la transforma en un panorama cultural, por su carácter masivo estableciéndose redes de contacto, nuevas amistades, intercambio de ideas e intereses como también pueden nacer nuevos proyectos además de música y comida, aportando y enriqueciendo, ya que dan la posibilidad de montar obra sin mayores soportes.

Es aquí donde las industrias creativas están presentes, con el fin de generar empleo haciéndose cargo de estas pequeñas agrupaciones ligadas al creatividad, que de alguna manera intenta auspiciar, como la creación de festivales, subsidios a editoriales y sellos discográficos, otorgando patrocinio y puesta en valor; dando espacio además a la cadena de valor que corresponde en cada caso, develando lo oculto de estos saberes.

¹⁵⁵ SaberHacer. *Diseño+o-ficios*. Gobierno Regional Metropolitano de Santiago, Santiago, 2018, p.172.



- **Feria Cohete Lunar en Casona Y. Abril, 2018. Fotografía personal.** A partir de un recorrido por las redes sociales, es evidente el auge que poseen estas instancias desde el año 2011 aproximadamente, donde ya no sólo se sitúan en fechas comerciales –como navidad–; sino que son realizadas cada fin de semana, organizadas por distinta organizaciones, colectivos, cada una con distintas maneras de ver este escenario, siendo eventos que logran:

“Una red social-cultural potente. Estos colectivos se movilizan con la libertad utilizando una estrategia comunicacional para atraer público a sus eventos: convocan a través de las redes sociales y páginas webs de vitrina como *Flickr*, *Facebook*, *Twitter*, a creadores y visitantes para conocer las nuevas tendencias de Diseño y de esa manera proporciona un acercamiento a públicos diversos de manera más rápida.”¹⁵⁶

Por lo tanto, “las exhibiciones de Diseño son una demanda sociocultural que irrumpe en una sociedad chilena conectada y dispuesta a compartir un espacio social después de haber sido cautivado por la difusión virtual.”¹⁵⁷ Las cuales se realizan tanto en lugares públicas como privados, al aire libre o en infraestructuras.

¹⁵⁶ Vico, Mauricio; en: Figueroa, Loreto; op.cit., p.50.

¹⁵⁷ *Ibíd.* Ferias que se comportan como una experiencia enriquecedora, siendo a grandes rasgos un escenario que actúa como observatorio de las industrias creativas y de prácticas culturales, políticas y sociales de un

país importancia a esta exposición cultural que plantea Mauricio Vico “toda exhibición es el culmine de un proceso ya que significa colocar al objeto a la mirada crítica y a la vez a la disposición del público, que otorga la experiencia necesaria para valorar la objeto”.¹⁵⁸

Al tomar la comparación que realiza García Canclini, al oponer los supermercados con el mercado popular; señala que los primeros son “lujosos galpones anónimos donde la abstracción mercantil llega su máxima ostentación: en el ocultamiento del dueño (...) en la organización aséptica del espacio, iluminado artificialmente de noche y de día”¹⁵⁹; en comparación con el mercado popular, el cual “funciona en espacios abiertos y ruidosos, a menudo en plazas, favorece las relaciones interpersonales cambiantes, suele interrumpir el tránsito o mezclarse con él.”¹⁶⁰ Respecto a esta diferenciación se la utiliza como analogía en cuanto la experiencia de asistir a una feria versus el hecho de comprarla en una tienda física, ya que se instala como una instancia con un plazo determinado pero resulta enriquecedora como experiencia para sus actores claves.

¹⁵⁸ *Ibíd.*, p.49.

¹⁵⁹ García Canclini, Néstor; *op. cit.*, 1982, p.141.

¹⁶⁰ *Ibíd.*



Feria de Artes Gráficas Kontrabando
Barrio Concha y Toro, 2017.
Fotografía: www.facebook.com/fagrafika

VI.

CONSUMO Y PARTICIPACIÓN CULTURAL

Respecto al concepto *cultura* Néstor García Canclini¹⁶¹ lo define como:

“(...)La producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir, todas la prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido.”¹⁶²

Así, establece que esta es un proceso social de producción, y se opone a las definiciones que la establecen como acto espiritual o como manifestación ajena. A partir de este entramado social, el autor sostiene que “el análisis de una cultura no puede centrarse en los objetos o bienes culturales; debe ocuparse del proceso de producción y circulación social de los objetos y de los significados que diferentes receptores les atribuyen”.¹⁶³

Por lo tanto, resalta la importancia de comprender el consumo cultural, el cual es definido como “el proceso en que un agente, individual o colectivo, se interesa por determinada práctica o bien cultural, lo realiza, y luego apropia una experiencia a partir de esto,”¹⁶⁴ como ejemplifica García Canclini –respecto a los objetos artesanales–: “estas piezas difieren en el proceso de trabajo, los canales de circulación y la valorización en el mercado, los consumidores, los usos y la significación que les atribuyen diversos receptores”.¹⁶⁵ El cual corresponde a un tema de relevancia para los Estados al analizar las preferencias artísticas, estilos de vida y uso del tiempo libre de la población.

¹⁶¹ Escritor, profesor, antropólogo y crítico cultural argentino. Nacido en 1939.

¹⁶² García Canclini, Néstor; op.cit., p.41.

¹⁶³ *Ibíd.*, p.48.

¹⁶⁴ CNCA; *Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile*, op.cit., p.178.

¹⁶⁵ García Canclini, Néstor; op.cit., p.78.

VI.I. CONSUMIDOR ESTRATIFICADO U OMNÍVORO

Para comprender el modo de consumir y participar en cultura nos basamos en la tesis de homología de Pierre Bourdieu,¹⁶⁶ quien establece el concepto de *habitus* (1968) en el cual expone que las prácticas culturales y su consumo están ligadas bajo la premisa de la estratificación social: “las clases altas consumen alta cultura (ópera, por ejemplo), mientras que las clases populares están restringidas al consumo de cultura popular”,-¹⁶⁷mezclando conceptos sociológicos, económicos y psicológicos. El autor describe este concepto como un:

¹⁶⁶ Sociólogo francés, dedicado a la sociología de la cultura, de la educación y de los estilos de vida (1930-2002).

¹⁶⁷ CNCA; *Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. Santiago, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2012, p.18.

¹⁶⁸ Bourdieu, Pierre; *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 1998, p.54.

¹⁶⁹ *Ibíd.*, p.75.

¹⁷⁰ Bourdieu, Pierre; *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la Cultura*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2010, p.12.

¹⁷¹ García Canclini, Néstor; *Cultura y sociedad: una introducción*. Dirección General de Educación Indígena de la SEP México, 1984, p.9.

¹⁷² García Canclini, Néstor; *op.cit.*, 1989, p.5.

“Sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin (...)”.¹⁶⁸

Es decir, el *hábitus* es un sistema condicionado que se exterioriza en preferencias y actitudes actuando como prácticas enclasadadas a “los gustos y a los disgustos, a las simpatías y a las aversiones, a los fantasmas y a las fobias, que, más que las opiniones declaradas, constituyen el fundamento inconsciente de la unidad de una clase”.¹⁶⁹ Está determinado por el capital cultural, estrato social objetivo, económico, trayectorias escolares, entre otros factores, de cada uno, ya que “actúa según el contexto de cada individuo, instaurándose como una segunda naturaleza social”.¹⁷⁰

Se posiciona como el elemento que predispone a los sujetos a la acción y logra alinear los procesos de interiorización de la cultura y de reproducción de las prácticas que lo sustentan, sin embargo, “objeta Bourdieu, los bienes culturales acumulados en la historia de cada sociedad no pertenecen realmente a todos (aunque formalmente sean ofrecidos a todos), sino a aquellos que cuentan con los medios para apropiárselos.”¹⁷¹ Por lo cual, es el capital cultural quien da las herramientas para descifrar las prácticas: para comprender un texto científico o un obra musical, como ejemplo, se requiere poseer de ciertos códigos.¹⁷²

Bourdieu realiza un exhaustivo análisis de prácticas y sujetos generando un siguiente esquema que representa su teoría. Representando diversas prácticas que estarían determinadas según un alto o bajo capital cultural y capital económico concluyendo en el nivel de capital global. Como se representa en el siguiente esquema, como por ejemplo se destaca la

práctica de pesca y golf, avistando una gran brecha, donde se posiciona a la primera como una actividad de alto capital global a diferencia de la segunda, como además los artistas, que poseen un alto capital cultural pero bajo económicamente, lo cual expresa la distinción que explica el autor.

Frente a esta postura, se han desarrollado estudios sobre el consumo en forma de crítica a la sociología cultural bourdiana, como lo ideado por “Peterson y Simkus (1992) quienes plantearon durante los años 90 la existencia de un ‘consumidor cultural omnívoro’”,¹⁷³ quien corresponde a un nuevo consumidor que participarían en múltiples prácticas culturales sin distinción entre las culturas altas o populares, subculturas o contraculturas, “es decir, el consumidor omnívoro va al cine y a la ópera, escucha música clásica, folclórica y romántica.”¹⁷⁴ Este nuevo consumo nace a raíz de lo post industrial, la globalización y el mayor acceso a la cultura y las artes, debido a la gran oferta que existe frente al consumo, ya que: “Se ha instaurado un marco casi simétrico: mercados segmentados, (...) oferta diferenciada y estratificada (hasta la personalización) de bienes y servicios, adaptación y permanente renovación de nichos”,¹⁷⁵ por ende, la mayor cantidad de ofertas de consumo cultural contemporáneo ha generado en la población una mayor capacidad y posibilidad en cuanto elección.

Pese a esto, las investigaciones sociológicas continúan en base a lo propuesto por Bourdieu y manifiestan que el omnivorismo “no implica una teoría en sí, sino más bien una constatación de un proceso en curso”.¹⁷⁶ La distinción se expresa de una manera diferente en la era actual, donde el nivel de capital cultural se ha vuelto maleable en cuanto a temas culturales, ha pasado a ser una herramienta para cada sujeto que le permite comprender, cuestionar y estar consciente de cómo consume o aprecia cada práctica cultural, por ejemplo “un sujeto contemporáneo ‘culturalmente privilegiado’ mantiene su condición de clase aun cuando asista a un concierto de Tommy Rey o de Chico Trujillo”.¹⁷⁷ Ante esto, el omnivorismo da fe del avance gradual que se va sosteniendo respecto a la distinción y prestigio que desencadenan las distintas prácticas con respeto a los agentes culturales que la habitan.

VI.II. PRÁCTICAS Y PARTICIPACIÓN CULTURAL

Las prácticas culturales en las que se desenvuelven las Industrias Creativas son analizadas a través del impacto que produce en sus audiencias; se necesita comprender si poseen un alcance significativo, describir

¹⁷³ CNCA; *Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*, op.cit., p.18.

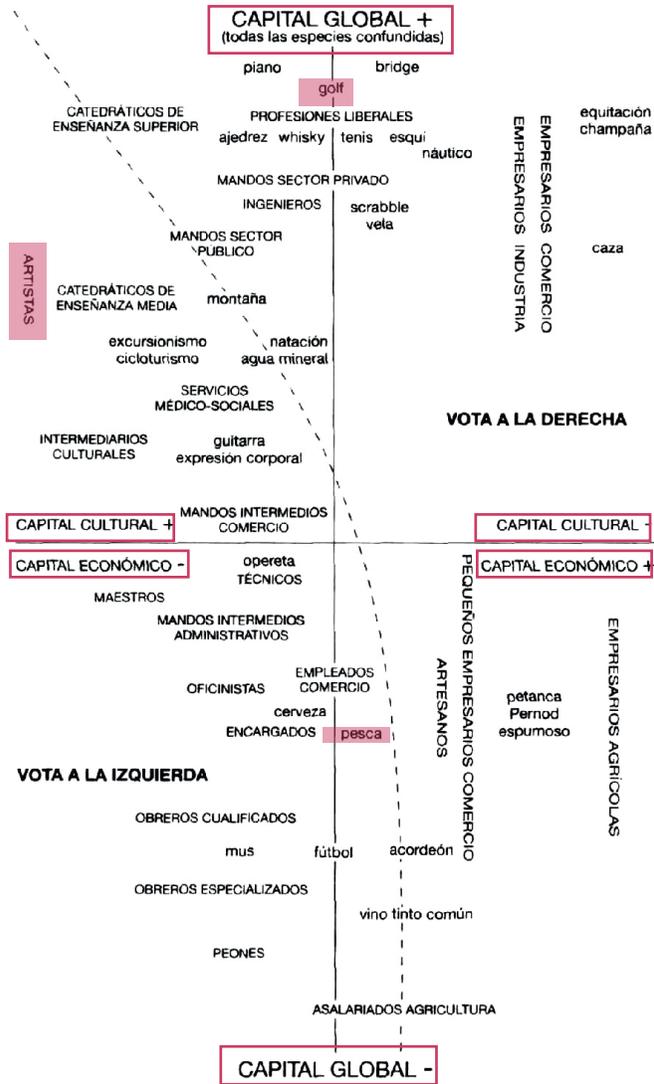
¹⁷⁴ *Ibíd.*

¹⁷⁵ Alonso, Luis; *Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada*. En: *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*. Madrid, Universidad Complutense, Vol. 1, No. 2, 2007, p.25.

¹⁷⁶ CNCA; *Encuesta Nacional de Participación Cultural*, op.cit., p.48.

¹⁷⁷ *Ibíd.*

GRÁFICO N°5
Espacio de las posiciones sociales y espacio de los estilos de vida.



Esquema de La Distinción, simplificado a pocos indicadores significativos referidos a deportes, instrumentos de música o juegos de sociedad. Ver: Bourdieu, Pierre; Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Barcelona, Anagrama, 1997, p.13

cómo la sociedad llega a ellas y de qué manera las consume, entender “cómo participamos y en qué actividades participamos en cultura”¹⁷⁸ para la planificación y desarrollo de políticas culturales.

Corresponden a temáticas complejas y dinámicas sujetas factores externos que la alteran, como las nuevas tecnologías para su producción y difusión y plataformas creativas, que entregan un conocimiento sobre el acceso, frecuencia en relación al consumo e intensidad, entendiendo su índole simbólica y significativa –multidimensional– y conocer en qué actividades se participa y cómo lo llevan a cabo, a partir de ingresos, edad, clase social o grupo socioeconómico, el estatus y el tiempo.

Ante ello, el Ministerio de las Culturas cuenta desde el año 2004 con la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC), instrumento que ha posibilitado la observación de la realidad del país y de las regiones mediante un cuestionario, la cual es una poderosa herramienta para comprender los pormenores del consumo en materias culturales. Se distinguen intereses y preferencias de las audiencias, dando a relucir la repetición de patrones entre los múltiples estilos de vida, para su posterior uso en categorización y toma de decisiones, como se explica en la encuesta:

“Las prácticas culturales (lectura, asistencia a conciertos, teatro, museos, etc.), tenencia de objetos culturales (pinturas, discos, libros, etc.) y las inclinaciones de la población (por ciertos géneros musicales o literarios, por ejemplo), han sido el foco de la mayoría de los estudios desarrollados a nivel mundial, desde las investigaciones fundacionales de Bourdieu (1979), hasta estudios recientes como los de Chan (2010).”¹⁷⁹

Como se demuestra en el siguiente gráfico, al relacionar la participación en espectáculos de teatro, danza, conciertos, artesanía y artes visuales las estadísticas arrojan que la participación a exposiciones es positiva por un cuarto los encuestados. En la cual las muestras/exposiciones de artesanía y las visitas al cine son quienes poseen los mayores porcentajes sobrepasando el 40% de asistencia de los encuestados, seguidos por los conciertos al aire libre y las exposiciones de artes visuales, finalizando con asistencias al espectáculos de danza y de teatro.

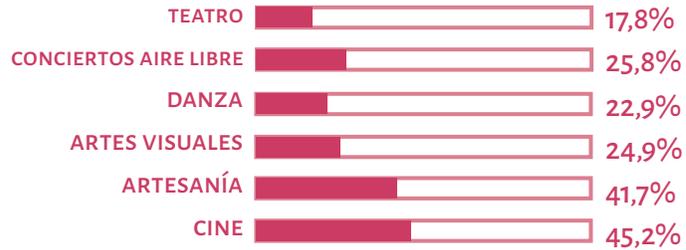
Respecto al dominio de las artes visuales, frente a la pregunta ¿ha asistido a exposiciones de artes visuales? (Pintura, fotografía, escultura, grabado,

¹⁷⁸ CNCA; *Catastro de Infraestructura Cultural*, op.cit., p.9.

¹⁷⁹ *Ibíd.*, p.17.

instalaciones, performance y video, etc.)¹⁸⁰ el 24,9% de los encuestados había asistido a una, donde el 50,4% corresponde a estudiantes y el 50% al grupo socioeconómico GSE ABC1 al contrario del GSE E que participó en un 8,8%, lo cual demuestra que cerca de la mitad que los estudiantes poseen un capital cultural alto, sin embargo, aún el capital económico crea grandes brechas culturales.¹⁸¹

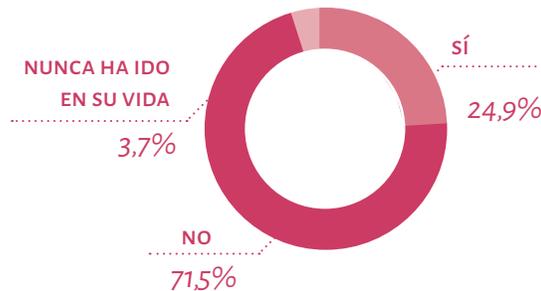
GRÁFICO N°6

ASISTENCIA A EXPOSICIONES

Esquema elaboración propia.

Respecto al consumo tangible y objetivos culturales, se analiza según el lugar donde se obtiene un producto y quién es el vendedor, sacando a relucir el ejercicio del comercio indirecto a través de intermediarios. En el caso de la artesanía, el 45,9% de los encuestados compró un objeto artesanal dentro de los 12 meses antes de la encuesta, y los productos más comprados fueron los objetos de cerámica—barro, greda, arcilla—con un 30,5% reiterando el carácter rudimentario y simbólico que conlleva consumir un producto manual.¹⁸²

GRÁFICO N°7

ASISTENCIA A EXPOSICIONES DE ARTES VISUALES

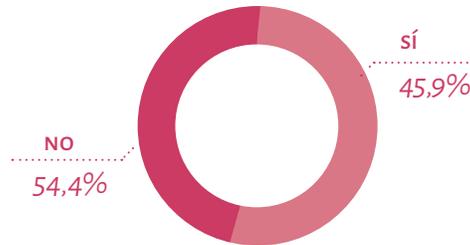
¹⁸⁰ CNCA; Encuesta nacional de participación y consumo cultural, op.cit., p.56

¹⁸¹ Ibíd., p.57

¹⁸² Ibíd., p.102.

Respecto al lugar de la compra, el 71,4% fueron adquiridos en una feria artesanal¹⁸³, siendo un alto porcentaje lo que evidenciaría que los chilenos acostumbramos a asistir a estas por el valor simbólico que evoca y formar parte de un escenario familiar.

GRÁFICO N°8

COMPRA DE ALCÚN OBJETO DE ARTESANÍA

La comercialización indirecta es un dato relevante al hablar de consumo, debido al uso de intermediarios, como se ve reflejado en el siguiente gráfico donde el 56,2% de los productos artesanales son comprados directamente al artesano en contraparte, un 37,9% a un vendedor.¹⁸⁴

GRÁFICO N°9

COMPRA DE ARTESANÍA

Respecto a la visión que tienen los consumidores frente al costo de los productos, el 53,7% la población encuestada cree que es un valor “adecuado”, frente al 28,9% que la considera “caro”.¹⁸⁵ Esta cifra refleja la percepción y que tiene la audiencia frente a las prácticas artesanales, representa que a nivel social se valora el carácter manual, el proceso creativo y productivo, las horas de producción y la habilidad practicada del oficio.

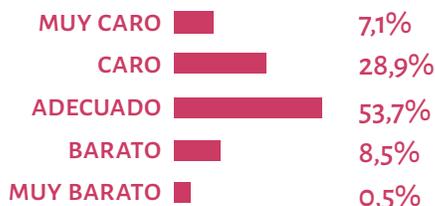
Al especificar sobre los rangos etarios y *habitus* de los principales consumidores de cultura, se destaca que:

“La mitad de los chilenos y chilenas residentes urbanos de 15 años y más (50,1%) se ubica en el rango más alto del índice de compra de

¹⁸³ *Ibíd.*¹⁸⁴ *Ibíd.*, 103.¹⁸⁵ *Ibíd.*, p.104.

GRÁFICO N°10

PERCEPCIÓN SOBRE EL COBRO POR ARTESANÍA EN CHILE



productos culturales, mientras que un 30,3% registra una compra media; un 17,4%, en tanto, se ubica en el rango de compra baja y uno cada 50 chilenos (2,1%) no compra en absoluto”.¹⁸⁶

En cuanto a los niveles socioeconómicos presentes, se expresa en la Encuesta que es imperante el consumo por parte de audiencias poseedoras de mayor capital económico y capital cultural; ya que son quienes participan de manera más activa y frecuente: “quienes más frecuentan exposiciones de artes visuales son aquellos que poseen mayor nivel educativo (una de cada cinco de las personas con educación universitaria asistió más de 2 veces al año)”.¹⁸⁷

Con respecto al consumo sigue la misma lógica, como se ejemplifica en que un 6,5% de los encuestados declaró poseer un grabado en su hogar, concentrándose de preferencia en grupos con altos niveles tanto educativos, como socioeconómicos.¹⁸⁸

¹⁸⁶ *Ibíd.*, p.150.

¹⁸⁷ *Ibíd.*, p.59.

¹⁸⁸ *Ibíd.*, p.63.

¹⁸⁹ CNCA; *Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile*, op.cit., p.165.

¹⁹⁰ Peters, Tomás en: CNCA; *Encuesta nacional de participación cultural*, op.cit., p.37.

Frente a esto, y respecto a los estudios desarrollados por el Departamento de Estudios del CNCA, se establece que “ciertamente se muestran segmentaciones según capital cultural y económico, así como según edad y ciudad de residencia”,¹⁸⁹ además del nivel educacional que se disponga, lo que tiende a una desigualdad cultural dependiente de la clase social de los individuos. Como lo explica Tomás Peters:

“(…)Demostrado una de las mayores constantes en el campo de la investigación cultural: la aguda desigualdad que caracteriza el acceso a las manifestaciones artísticas y la fuerte concentración de ellos en segmentos específicos de la sociedad. Y en todas ellas el capital cultural aparece como un factor explicativo del fenómeno”.¹⁹⁰

Como se representa en el siguiente cuadro en el cual se despliegan las características del grupo de encuestados que poseen una participación cultural alta, siendo principalmente del grupo de estudiantes universitarios entre 15 a 29 años, solteros y habitantes de la zona centro del país, además poseedores de un capital económico alto.¹⁹¹

Lo que demuestra que aún se mantienen grandes brechas en cuanto al consumo y la participación que dependen del capital cultural y económico de las audiencias; quizás el acceso gratuito a exposiciones es una medida de democratización de los espacios, sin embargo, la legitimación de los campos es percibido por la población que lo induce a tomar decisiones de alejamiento o acercamiento, como señala Gayo “que las prácticas culturales diferencian e igualan, distancian y aproximan, crean identidad e individualidad y contribuyen a formar grupos y a cohesionar colectividades.”¹⁹² Lo que es un desafío mayor en cuanto políticas públicas, con el fin de derribar la barrera restrictiva que aún permanece respecto al acceso a la cultura: los costos para adquirir un libro, asistir a un concierto y al teatro, siguen siendo obstáculos para una amplia cantidad de grupos.

GRÁFICO N°11

PARTICIPACIÓN ALTA

GRUPO ETÁREO	15 A 29 AÑOS
OCUPACIÓN	ESTUDIANTES
NIVEL EDUCACIONAL	UNIVERSITARIOS
ESTADO CIVIL	SOLTEROS
RESIDENCIA	VIVEN EL ZONA CENTRO DE CHILE
GRUPO SOCIOECONÓMICO	ALTO

¹⁹¹ CNCA; *Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*, op.cit., p.155.

¹⁹² Gayo, Modesto, en: CNCA; *Encuesta nacional de participación cultural*, op.cit., p.44.

VII.

SOCIOLÓGÍA DEL ARTE

Al comprender las ferias de Diseño como una práctica cultural, se entiende que para llegar a desarrollarse debe existir una articulación de múltiples factores y actores quienes la llevan a cabo en conjunto. Escenario creativo que necesita de diversos cuestionamientos y perspectivas, es decir, como buena práctica cultural, no posee un carácter unidireccional ni individual, sino que mancomunadamente.

Es por esto, que se analiza desde el enfoque que manifiesta la sociología del arte, disciplina de las ciencias sociales que estudia el arte como un producto de la sociedad, que analiza y otorga relevancia a los diversos componentes que manifiestan y modifican la obra artística y su exposición frente a la audiencia, lo que descifra el comportamiento de los objetos, actores y su comunicación entre sí. Método que estaría acorde con la postura del campo artístico de Bourdieu, donde manifiesta que “no sirve de nada tomar un autor y una obra aislada. Lo que importa (...) es analizar el conjunto de agentes que tienen que ver con el arte, que tienen interés en él, que viven de él y que creen en él.”¹⁹³

¹⁹² Peters, Tomás. *Cartografía de una puesta en escena. De la enunciación de un concepto a su inscripción en los relatos*. Tesis magíster en Artes, mención Teoría e Historia del Arte. Universidad de Chile, 2011, p.27.

¹⁹³ Sociólogo estadounidense y pianista profesional de jazz. Pertenece a la Escuela de Chicago. Nacido en 1928.

VII.I. LOS MUNDOS DEL ARTE

Howard Becker¹⁹⁴ plantea que la participación de los actores del campo artístico cumplen un rol colaborativo e igualmente necesarios para el desarrollo de las artes y sus espacios de exposición, propone el arte como un trabajo más visualizándolo como un fenómeno social para el análisis de obras, prácticas y mercados artísticos, donde la colaboración es la generadora de la producción artística. Obra que se considera como tal no por alguna característica específica, sino por las actividades

colectivas que se desenvuelven en la operancia de una producción artística, ya que “al igual que toda actividad humana, todo trabajo artístico comprende la actividad conjunta de una serie—con frecuencia numerosa—de personas, quienes por medio de su cooperación, la obra de arte que finalmente vemos o escuchamos cobra existencia y perdura”,¹⁹⁴ como explica el ejemplo del autor:

“Para que una orquesta sinfónica interprete un concierto, por ejemplo, tuvieron que inventarse, fabricarse y cuidarse los instrumentos, debió crearse una notación y componerse música usando esa notación; hubo personas que tuvieron que aprender a tocar en los instrumentos, las notas escritas; hicieron falta horarios y lugares de ensayo; hubo que distribuir anuncios del concierto, acordar publicidad y vender entradas, y también fue necesario reunir un público capaz de escuchar y, en cierto sentido, de entender y responder a esa interpretación.”¹⁹⁵

Frente a este trabajo en conjunto, se van creando patrones de repetición, labores o tareas inconscientes en la actividad colectiva desde su producción hasta su consumo a lo que el autor designa como *mundos del arte*, que consisten en:

“(…)Todas las personas cuya actividad es necesaria para la producción de los trabajos característicos que ese mundo, y tal vez también otros, definen como arte. Los miembros de los mundo del arte coordinan las actividades por las cuales se produce el trabajo haciendo referencia a un cuerpo de convenciones que se concretan en una práctica común y objetos de uso frecuente.”¹⁹⁶

El autor, define las *convenciones*, que consisten en relaciones inconscientemente acordadas entre el artista y la audiencia, que:

“Sugieren las dimensiones de un trabajo, la duración adecuada de una interpretación, las dimensiones y las formas indicadas de una pintura o una escultura, (...) regulan las relaciones entre los artistas y el público, especificando los derechos y obligaciones de ambos.”¹⁹⁷

Convenciones que abarcan una cantidad específica de personas y quehaceres que cohabitan, a diferencia de la propuesta que considera al artista como el único participante con la capacidad de producir obra,

¹⁹⁴ Becker, Howard; *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, 2008, p.17.

¹⁹⁵ *Ibíd.*, p.18.

¹⁹⁶ *Ibíd.*, p.54.

¹⁹⁷ *Ibíd.*, p.48.

donde entraría en discusión la legitimidad y lucha de los campos de Bourdieu.

VII.II. ESPACIOS DE LEGITIMACIÓN

Asimismo, los mundos del arte se ven enarcados dentro de la teoría de los campos propuesta por Bourdieu, ligados a la lucha por el capital simbólico, entendiéndola como:

“la única acumulación legítima, tanto para el autor como para el crítico (...) que consiste en hacerse un nombre, conocido y reconocido, capital de consagración que implica un poder de consagrar objetos (es el efecto de marca o de firma) o personas (mediante la publicación, la exposición, etc.)”¹⁹⁸

Como se explicó anteriormente, tanto los espacios, la participación como el acceso cultural han sido atravesados por múltiples episodios históricos; la legitimación artística y el campo artístico “no se formó exclusivamente por las grandes obras ni por la emergencia del artista bohemio, sino que por la apertura a las colecciones pictóricas y tesoros reales antes exclusivos para la iglesia o las castas reales.”¹⁹⁹ Bajo esta lógica, Peters se pregunta por la facultad de “los museos, centros de enseñanza, críticos, curadores, artistas y galerías de arte, entre otros, cumplen un papel fundamental: en su conjunto, reparten legitimidad artística o, como lo dirá Bourdieu, capital simbólico”,²⁰⁰ ya que son espacios constituidos y apropiados por estas autoridades culturales.

Ante esto, las ferias de diseño independientes –instancias donde se producen procesos sociales– con sus propias redes, formas de valorización, producción, distribución y recepción, requieren de un grupo humano, capaz de desenvolver de mejor manera esta práctica, donde se deja ver a los artistas o expositores que comercializan sus productos, los organizadores y gestores del espacio y logística, dándole cabida y protagonismo a los usuarios y público flotante, quienes se programan de manera individual o colectiva para acudir a este espacio y ser parte de este mundo del arte para integrar esta cadena colaborativa como audiencia.

¹⁹⁸ Peters, Tomás; *op. cit.*, p.26.

¹⁹⁹ CNCA; *Encuesta nacional de participación cultural*, *op.cit.*, p.32.

²⁰⁰ Peters, Tomás; *op. cit.*, p.26.

Esta audiencia, posee una naturaleza ingenua, siendo algunos ya introducidos en este mundo del arte, mientras otros, novatos. Por

lo mismo, la tendencia de los mundos del arte a modificarse y dejar incorporar a nuevos agentes, es primordial para mantener este mundo con vida. Sin embargo, estos nuevos agentes, ya poseen una premisa y logran entender y aceptar las reglas de este juego a través del medio cultural por el que se ven rodeados de inmediato y lógicamente, como postula Bourdieu, gracias al *habitus* que mantienen ellos como individuos y su grupo humano cercano.

ESTADO DEL ARTE

REFERENTES

MUSEO TALLER

Es un taller ubicado en Santiago Centro, el cual rescata el oficio de carpintero mediante una sala de exposiciones con más de 700 herramientas organizadas según el proceso productivo. Además de poseer una sala que recrea un antiguo taller, con sus herramientas y maquinarias.

Se realizan talleres que entrelazan la madera con la tecnología –electrónica, la mecánica y la programación– de carpintería, lugar dedicado para niños y adultos.



Considerándose como un espacio físico que mezcla la observación con la acción, comprender al artesano carpintero como también ser protagonista y crear, considerándose como “un espacio para el aprendizaje, el juego y la memoria”.

II. CASA DE OFICIOS

Es “un espacio de cultura integral que nace en 2012 buscando reunir en un mismo espacio todos los oficios manuales, para rescatarlos,

preservarlos y enseñarlos”. Ubicada en la comuna de Providencia, donde se genera un espacio de aprendizaje mediante un plan de trabajo educativo en torno a los oficios, entregando las herramientas para que cada participante desarrollen según sus intereses. Invitando a distintos artistas o creadores a impartir estos talleres.

Talleres que abarcan índoles gastronómicas –panadería, quesos artesanales, fiambres–, ligadas a las artes gráficas –ilustración, caligrafía, estampado, serigrafía, encuadernación–, además de cestería, calzado, papel marmolado, bordado, crochet, entre otros.



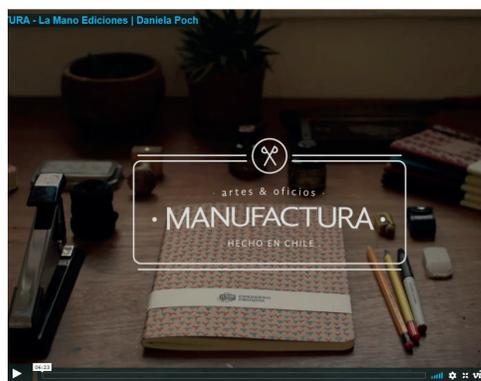
www.casadeoficios.cl

III. SERIE AUDIOVISUAL MANUFACTURA

Es una serie web de documentales que tiene por objetivo evidenciar el trabajo creativo y productivo de marcas de diseño de autor.

La metodología consiste en grabar en cada capítulo a un creador en particular, poniendo énfasis en las materialidades, herramientas, maquinarias y en el proceso de producción, además de las reflexiones personales en cuanto el producto y el oficio, rescatando lo manual y lo autoral.

Cuenta con 25 capítulos, entre los que se encuentran los emprendimientos de Básico, Coyote, La Mano Ediciones y Alberto Vitelio, entre otros.



TALLERES VALERIA MONTT

Cindy Montt es una diseñadora autodidacta dedicada a realizar talleres presenciales en su taller ubicado en Santiago, ligados a oficios textiles como crochet, el bordado, amigurumi; como también de artes gráficas incluyendo encuadernación y serigrafía.



Realiza talleres de corta duración como también algunos que se extienden en varias jornadas, generando un espacio de aprendizaje, de confianza y acogedor entre mujeres—principalmente— donde se crea un grupo de trabajo. Cindy explica: “El enfoque de los talleres gira entorno al tema del Hazlo tu Mismo(DIY), como una manera de enfrentarse a la forma de producción moderna”.

www.valeriamontt.com



PROYECTO COLABORATIVO DISEÑO+OFICIOS

“Fomentamos el valor de los oficios, el diseño y la manufactura”.

El programa Diseño+Oficios es una línea de trabajo de SaberHacer que tiene por objetivo crear un sistema de innovación y emprendimiento basado en transformar la manufactura textil de Peñalolén en una industria creativa. Esto a través del trabajo con un grupo de 60 productoras textiles de Peñalolén que han pasado por programas de perfeccionamiento en oficio, producto y networking.

Como también consolidar el programa generando instancias de comercialización en ferias de diseño.

<http://www.saberhacer.cl/>

ANTECEDENTES

Existe una pluralidad de ferias a nivel nacional como internacional, pero de acuerdo a la conceptualización de este proyecto, además de mi experiencia y la escuela en la cual he adquirido mis conocimientos como gestora, se adoptan dos antecedentes directos: La Feria de Artes Plástica (anteriormente analizada) y la Feria de artes gráficas Kontrabando.

FERIA KONTRABANDO

Kontrabando es una feria de Artes gráficas de carácter socio político que cuenta con ocho versiones en Santiago. Su objetivo es el rescate de múltiples oficios gráficos, contando con creadores que exponen y comercializan sus productos como grabados en madera y linóleo, serigrafías, *letterpress*, ilustración, encuadernación, entre otros. Además de stands culinarios, música en vivo, talleres y charlas.

“Tiene un carácter itinerante, con el propósito de trasladar el arte a espacios privados o públicos, abriéndolos a la comunidad” Llevándose a cabo en las calles del Barrio Concha y Toro, el Liceo Valentín Letelier, La Casa Central de la Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, Liceo de Aplicación, entre otros.

Además que cada feria se conceptualiza en torno a una temática relacionada al área gráfica y a la contingencia social. Como ha sido “Poder Infantil”, “Gráfica Migrante”, “gráfica y espacios públicos” formando un espacio abierto a la comunidad.

www.facebook.com/fagrafika





SEGUNDA SECCIÓN

CATASTRO Y ANÁLISIS

I. METODOLOGÍA

Al partir del catastro de las fuentes disponibles, se concluye que existe información primordial para el cumplimiento de los objetivos que necesita ser investigada de manera personal-presencial. Por ende, se realizarán estrategias de carácter cualitativo y cuantitativo para obtener desde fuentes primarias esta información en profundidad.

FASE CUALITATIVA

1. Desarrollo de conversaciones guiadas con agentes expertos:
 - 1.1. Organizadores de ferias de diseño, con el objetivo de obtener información sobre el diseño de gestión que realizan—con distintos enfoques y públicos—para la producción de sus respectivos eventos.
 - 1.2. Participantes de espacios de enseñanza de múltiples oficios.
2. Desarrollo de un esquema basado en el creado por Bourdieu respecto al *habitus*.
3. Realizar un catastro visual en múltiples ferias de diseño de Santiago con el fin de comprender sus dinámicas sociales, contexto espacial y puesta en escena.

FASE CUANTITATIVA

1. Mapeo de ferias de diseño independiente.
2. Sondeo a expositores que participaron en la Feria Estampida 2017.
3. Sondeo a asistentes de la Feria Estampida 2017.
4. Cuestionario a diferentes creadores locales respecto al proceso productivo de sus oficios.

PLAN DE ACCIÓN Y CARTA GANTT

Los siguientes esquemas, corresponden a la planificación mensual en la cual se desarrollará el proyecto, los que comienzan en el semestre 2017 y finaliza en septiembre de 2018.

PLAN DE ACCIÓN DEL PROYECTO

ETAPA	ACTIVIDAD	TAREAS
DIAGNÓSTICO	Elección tema a investigar	
	Estado del arte del tema a investigar	Búsqueda bibliográfica Recopilación material gráfico, fotográfico y audiovisual Búsqueda de actores y temáticas involucrados en la problemática.
	Desarrollo de mapa conceptual	Organizar temáticas
	Formulación básica de proyecto	Preguntas de investigación
	Marco teórico	Recopilación fuentes disponibles
CATASTRO	Levantamiento de información	Entrevistas a actores claves Encuesta a asistentes feria Estampida (octubre 2017) Encuesta a expositores feria Estampida (octubre 2017) Fotografiar el contexto en ferias de diseño. Cuestionario a creadores locales
ANÁLISIS	I. Oficios y proceso productivo	Fichas de oficios
	II. Actores	Mapa de actores claves
	III. Ferias	Mapeo de ferias de diseño y mapa de <i>hábitus</i>
	IV. Gestión	Plan de acción
DESARROLLO	Postulación Fondart	Completar perfil de cultura Conformar equipo de trabajo Confirmar lugar de exposición y autorización Redactar formulación principal del proyecto Definir actividad en establecimiento escolar Desarrollo plan de actividades Desarrollo plan de difusión de actividad Realizar presupuesto
	Anteproyecto	Diseño línea gráfica Fotomontajes
EVALUACIÓN	Realización muestra en stand de Guiña en Estampida 2017	Analizar puesta de escena de stand Guiña en Feria Estampida

LUGAR	RECURSOS	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none"> · Domicilio · Biblioteca FA, Universidad de Chile · Biblioteca Nacional de Santiago 	<ul style="list-style-type: none"> · Computador · Libros · Cuaderno de apuntes · Lápices 	<ul style="list-style-type: none"> · Fernanda Letelier
<ul style="list-style-type: none"> · Domicilio · Biblioteca FAU, Universidad de Chile · Ferias de diseño a definir 	<ul style="list-style-type: none"> · Computador · Libros · Cuaderno de apuntes · Lápices · Cámara fotográfica · Grabadora de audio 	<ul style="list-style-type: none"> · Fernanda Letelier
<ul style="list-style-type: none"> · Domicilio · Biblioteca FAU, Universidad de Chile 	<ul style="list-style-type: none"> · Computador · Libros · Cuaderno de apuntes · Lápices · Tableta digital 	<ul style="list-style-type: none"> · Fernanda Letelier
<ul style="list-style-type: none"> · Domicilio · Biblioteca FAU, Universidad de Chile · Biblioteca de Santiago 	<ul style="list-style-type: none"> · Computador · Cuaderno de apuntes · Lápices 	<ul style="list-style-type: none"> · Fernanda Letelier · Equipo de trabajo <i>Taller Abierto</i>
<p>Feria Estampida (ENEDI 2017) en Pasarelas Verdes, Remodelación San Borja Santiago.</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Cámara fotográfica 	<ul style="list-style-type: none"> · Fernanda Letelier · Colectivo Estampida

CARTA GANTT

ETAPA	ACTIVIDAD	TAREAS
DIAGNÓSTICO	Elección tema a investigar	
	Estado del arte del tema a investigar	Búsqueda bibliográfica Recopilación material gráfico, fotográfico y audiovisual Búsqueda de actores y temáticas involucrados en la problemática.
	Desarrollo de mapa conceptual	Organizar temáticas
	Formulación básica de proyecto	Preguntas de investigación
	Marco teórico	Recopilación fuentes disponibles
CATASTRO	Levantamiento de información	Entrevistas a actores claves Encuesta a asistentes feria Estampida (octubre 2017) Encuesta a expositores feria Estampida (octubre 2017) Fotografiar el contexto en ferias de diseño. Cuestionario a creadores locales
ANÁLISIS	I. Oficios y proceso productivo	Fichas de oficios
	II. Actores	Mapa de actores claves
	III. Ferias	Mapeo de ferias de diseño y mapa de <i>hábitus</i>
	IV. Gestión	Plan de acción
DESARROLLO	Postulación Fondart	Completar perfil de cultura Conformar equipo de trabajo Confirmar lugar de exposición y autorización Redactar formulación principal del proyecto Definir actividad en establecimiento escolar Desarrollo plan de actividades Desarrollo plan de difusión de actividad Realizar presupuesto
	Anteproyecto	Diseño línea gráfica Fotomontajes
EVALUACIÓN	Realización muestra en stand de Guiña en Estampida 2017	Analizar puesta de escena de stand Guiña en Feria Estampida



—
Feria Artistas de la Madera.
Plaza Mulato Gil, agosto, 2018.
Fotografía personal

//.

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

II.1. EL PROCESO EN EL OFICIO

Como postulan diversos autores anteriormente, nos vemos inmersos en una era donde se está volviendo a valorizar y apreciar el trabajo manual, pausado y artesanal que conllevan los oficios, sin embargo, nos preguntamos por qué se llega a valorar los productos manufacturados, por qué algunas personas invierten mayor cantidad de dinero en objetos que al ser hecho a mano pueden tener mayor costo, tener errores de producción, no poseer quizás terminaciones como los objetos industrializados.

Por lo tanto, con el fin de recabar mayor información sobre la vuelta a los oficios que esta ocurriendo en la actualidad, se entrevistó a Paulina Muena,²⁰¹ quien explica lo valioso de realizar objetos artesanalmente:

“El trabajar a mano implica una concentración en el momento, volver a sentir la importancia del tiempo en los procesos, en una época donde prácticamente creemos que no existe el tiempo, por lo que el hacer trabajo manual te obliga a estar presente, tienes que hacer una puntada o debes unir un telar y trabajar con la materialidad, todo ese tiempo esta presente en los oficios.”²⁰²

En cuanto a la vuelta a los oficios expresa que “es también recuperar ese origen, saber hacer tu propio pan, un queso, un chaleco, porque si hace frío da lo mismo si el chaleco amarillo o rojo”²⁰³. Por lo tanto, al lograr aprender a desarrollar una técnica “uno empieza a valorar y respetar las cosas, por ejemplo, si tu sabes cómo se hizo un vaso, va haber un cuidado distinto, y así frenar la industrialización.”²⁰⁴

²⁰¹ Diseñadora integral Universidad Católica, egresada de la Escuela Internacional del Gesto y la Imagen La Mancha. Encargada de Medios de Casa de oficios.

²⁰² Muena, Paulina; entrevista personal [junio-2018]

²⁰³ *Ibíd.*

²⁰⁴ *Ibíd.*

Respecto al cuestionamiento sobre la cantidad de personas interesadas en aprender que va en aumento, Paulina señala que:

“Yo creo que el ser humano es un ser creativo en esencia, en la semana la gente sobrevive, trabaja, gana su sueldo y todo; pero está ese fueguito interno de ser creativo y el ser humano es un ser creativo de muchas maneras y la mano en esa parte del cuerpo que crea cosas, son las que te llevan a hacer objetos, piezas. Porque tú puedes ser creativo con tu cuerpo en la danza o el teatro, pero la manos tienen la facultad de crear cosas que quedan. Entonces lo bonito de hacer algo con tu propia mano es que lo creaste en ese momento con tu creatividad y perdurará en el tiempo, se puede dañar o se puede regalar, pero fue un momento creativo tuyo.”²⁰⁵

Asimismo, se necesita conocer el interés tanto de la audiencia como de los propios creadores sobre estos; entendiendo que para lograr cumplir tal meta, es necesario exhibir lo que conlleva el desarrollo de los oficios, es decir su cadena productiva, técnicas, materiales, herramientas, la experimentación, como las pruebas y errores, es decir, exponer el relato que finaliza en un producto terminado.

Para conocer la postura de los actores involucrados se realizó un sondeo a los expositores de la *Feria Estampida*²⁰⁶, quienes frente a la pregunta: ¿Consideras importante que los consumidores se interesen por el trabajo que hay detrás de los productos?, lo que arrojó que el 95,1% de los encuestados respondieron que Sí, y dentro de su justificación destaca lo comentado por Christopher Cea, alias *Ch. Cea*, quien es bordador y diseñador:

²⁰⁵ *Ibíd.*

²⁰⁶ Encuesta digital que se realizó mediante la plataforma GoogleDocs a los 70 expositores de Feria Estampida 2017, de los cuales respondieron 27. Consistió en 12 preguntas cerradas y una de desarrollo. Se realizó

“Creo que es vital para los oficios de producción a baja escala que el consumidor entienda todos los procesos, desde la idea, la búsqueda y entendimiento de los materiales, hasta cómo son realizadas las piezas. Es vital porque los ayuda a percibir el valor real del mismo, la dedicación y el amor con el que son creados.”²⁰⁷

²⁰⁷ Cea, Christopher. En *Colectivo Estampida, Encuesta expositores Feria Estampida 2017.*

Además, se comprende que existen oficios de los cuales se tiene un menor conocimiento de su producción, como señala Romina Olguín, creadora de *Cirkel Accesorios*:

“Ante tantos productos baratos fabricados en serie, la única forma de dar un valor real y justificado a tus productos (obviamente

más alto que lo típico del mercado) es hacer a los consumidores conscientes del trabajo que conlleva lo hecho a mano”.²⁰⁸

Además agrega el grabador y egresado en diseño Robert Vogt:

“En el caso de la impresión artesanal me parece que no hay un conocimiento tan fuerte sobre los procedimientos técnicos que implica, y que quizás el que se sepa permite que ese trabajo sea más apreciado.”²⁰⁹

Por lo tanto, a raíz del sondeo, se comprende que los emprendedores mantienen un discurso comprometido con el oficio, ya que son ellos quienes dedican arduas jornadas de trabajo y largo proceso de aprendizaje, y esperan que su trabajo sea valorado y reconocido, más allá de la compra de sus productos. Expresan las ganas de que el público que asiste a las ferias comprenda que para llegar a desarrollar un producto de diseño existen una amplia gama de factores que confluyen para lograr el objetivo final. Como también declaran las creadoras de *Villera*—dedicadas a la confección de mochilas—:

“Al ser un trabajo manual y no industrializado creo que es necesario que las personas comprendan el proceso único y detallado de cada producto o pieza. Para aprender a valorar más el tiempo que uno dedica a cada parte de él trabajo en sí, (...) como resultado final no sólo se entrega un producto, también tiempo, calidad, autenticidad y sentimientos.”²⁰⁹

Por esa razón, exhibir el proceso de los oficios al público sería ventajoso para los creadores, ya que por un lado se valida el costo final del producto, frente a la negativa de los expositores que apuntan que—en algunos casos— los compradores cuestionan el valor monetario, por lo asequible y normalizado de comprar objetos seriados por menos costo. De esta forma, el hecho de visualizar la cadena de producción sería una manera de comprender su costo, así lo manifiesta la ilustradora *Magda Pérez*: “muchas veces se considera caro o se compara con productos en serie y el proceso artesanal e individual es lo que le suma valor”, como también “(...) entender que los oficios tienen otro tiempo y valor en este sistema al que estamos acostumbrados”.²¹⁰

Entonces, resulta factible dar tribuna al proceso que se mantiene silenciado frente al protagonismo que toma el producto terminado, sin embargo,

²⁰⁸ Olguín, Romina; en Colectivo Estampida, op.cit.

²⁰⁹ Vogt, Robert; en Colectivo Estampida, op.cit.

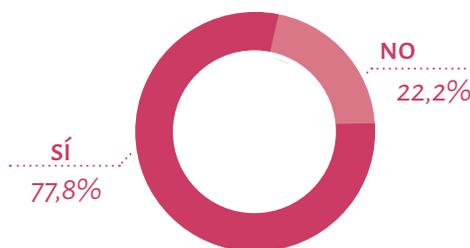
²⁰⁹ Villera; en Colectivo Estampida, op.cit.

²¹⁰ Pérez, Magdalena; en Colectivo Estampida, op.cit.

es gratificante la respuesta de los exponentes quienes –como creadores y defensores de su trabajo– mantienen un ímpetu por valorizar su horas de trabajo y técnica de una manera responsable y comprometida como destacaba Richard Sennett, ya que su exhibición “justificaría el valor y la técnica misma que lleva a la creación del producto, algunos ven el tamaño de las cosas que hago y piensan que es muy costoso, pero existe toda una técnica y trabajo metódico que genera el objeto final.”²¹¹

Respecto a la pregunta: ¿Podrías realizar tu trabajo *in situ* durante una Feria de Diseño –como *Estampida*– o mostrar parte de su proceso, materiales y/o técnicas utilizadas?, el 76,9% de los encuestados respondieron que Sí tienen la capacidad e interés de realizar sus oficios frente a la audiencia; resultado que da entrever que las temáticas referidas a poner en valor el saber oculto de los oficios es cuestionado por los creadores.

GRÁFICO N°12

CAPACIDAD DE PRODUCIR IN SITU

Como fundamenta Daniel Downey, alfarero y dibujante: “Si es posible, el modelado de formas con el torno se puede realizar en cualquier lugar con corriente eléctrica, se puede jugar y elaborar piezas impermanentes, explorar la arcilla como material y trabajar la concentración. La arcilla se puede reutilizar muchas veces si no se mete al horno.

I.III. SISTEMATIZACIÓN DE OFICIOS

Para clasificar los oficios se utilizará la otorgada por la Escuela de Artes Aplicadas que comprende: artes del fuego, del metal, de la madera, textil y gráficas; por ende, con el objetivo de conocer los procesos que estos involucran cada una se realizará un cuestionario a creadores locales, para

²¹⁰ Golondra; en Colectivo Estampida, op.cit.

²¹¹ Downey, Daniel; en Colectivo Estampida, op.cit.

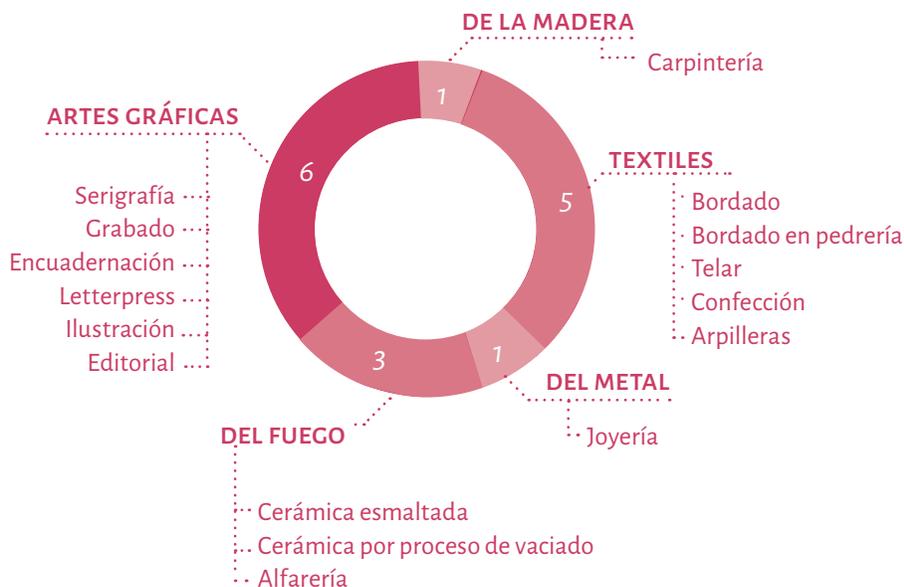
levantar información en cuanto a sus materias primas, herramientas y procesos productivos, entre otros.

Para luego, sistematizar la información recaudada mediante fichas de dos entradas, cuya indagación nos permitirá deducir sobre la capacidad de cada oficio –en cuanto a su metodología de trabajo, procesos, materialidades y productos finales– de desarrollarse al exterior de su taller personal. Por ende, este fichaje permitirá generar una posterior curatoría, al conocer de antemano los requerimientos de infraestructura y espacio que necesitarían los productores para crear en el evento de una manera óptima y reconocer los niveles de complejidad para su puesta en escena.

Se realizó un cuestionario vía e-mail a 16 creadores de Santiago, de los cuales 6 de estos realizan oficios ligados a las artes gráficas, 6 a lo textil, 3 a las artes del Fuego, 1 al metal y 1 a la madera.

GRÁFICO N°13

CANTIDAD DE ARTES APLICADAS ENCUESTADAS



Esquema elaboración propia

ARTES GRÁFICAS

I. SERIGRAFÍA / SILKSCREEN

POR COLECTIVO MANO ALZADA,
TALLER DE AUTOEDUCACIÓN

TIPO VARIANTE	Serigrafía fotgrabada
DESCRIPCIÓN	“Sistema de reproducción que consiste en hacer pasar la tinta por la presión de una rasqueta a través de una fina malla extendida y tensada sobre un bastidor, obstruida en los sitios donde no se quiere imprimir. La obstrucción es posible de muchas maneras, entre las que destacan el uso de papel recortado, de ceras y/o gomas o de emulsión fotosensible (en este último caso hablamos de fotoserigrafía)”. ²¹²
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none"> · Tintas al agua o al aceite · Base serigráfica · Velo francés / malla serigráfica · Listones madera · Emulsión fotosensible · Papeles y/o telas
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none"> · Racleta (mango y goma) · Bastidor de madera o metal · Pulpo serigráfico · Secador
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none"> · Tienda <i>Printop</i> · Tienda <i>Ainos</i> · Tienda <i>Screengraf</i>
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> · Preferentemente colectivo
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	4 mts ² aprox
NECESIDADES INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none"> · Agua · Superficie (mesas)
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none"> · Textil: Poleras, polerones, parches, cortinas · Afiches, postales · Estuches, libretas
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> · Proceso completo: 1 hora · Reproducción (estampar 1 vez) : 1 minuto

PROCESO
PRODUCTIVO

- Diseño impreso o dibujado 100% negro sobre papel diamante
- Tensar el velo italiano tensado en el bastidor con cola fría y/o corchetes

CREACIÓN DE LA IMAGEN

- Ingresar al cuarto oscuro – lugar que utiliza sólo luz roja–
- Aplicar la emulsión fotosensible al bastidor con una raqueta de estampación dejando una capa delgada y homogénea y secar velo.
- Colocar el diseño frente al velo –pegarlo al bastidor o a la mesa de luz–
- Colocar peso sobre el bastidor para que el velo quede plano sobre la mesa
- Prender la mesa de luz y dejar entre 5 a 15 minutos dependiendo de la luz que tenga la mesa.
- Apagar la luz y sacar el peso, exponer el bastidor a luz natural
- Lavar el bastidor con un chorro suave de agua hasta que la imagen se comience a ver y elimine toda la emulsión restante y secar.

PROCESO DE REPRODUCCIÓN

- Pegar cinta adhesiva dentro y fuera del bastidor
- Colocar el bastidor sobre el soporte –tela, polera, etc.–
- Presionar con un pulpo serigráfico o con ayuda de otra persona
- Colocar abundante tinta en un borde del bastidor
- Con la raqueta pasar la tinta entre 1 a 3 veces sobre el soporte
- Levantar el bastidor y dejar secar el sustrato
- Dejar secar unos segundos y lavar el bastidor con agua

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Colectivo de Diseñadores de la Universidad de Chile
www.facebook.com/tallerlibremanoalzada

ARTES GRÁFICAS

II. GRABADO

POR ROBERT VOGT,
CREADOR DE GRABAZVOV

TIPO VARIANTE	Linografía / linograbado
DESCRIPCIÓN	Técnica de estampación en relieve que utiliza el linóleo como soporte; es una arte gráfica que consiste en grabar el material con gubias produciendo imágenes que quedaran en zonas altas que serán entintadas sobre el sustrato.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Linóleo· Tintas offset· Papeles (opalina, bond, Fabriano)· Huaipe· Diluyente· Piroxilina· Cordel· Pinzas de ropa
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Rodillos· Gubias con la punta en “v” y en “u”· Prensa de grabado o rodón de prueba· Superficie de vidrio· Espátulas
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Linóleo: <i>Igenar</i>· Gubias: Librería <i>Arquitectura y Color</i>· Tintas: <i>Sodipa</i>· Papeles: Barrio San Diego· Insumos: Ferreterías
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	4 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Aire libre (productos tóxicos)· Superficie (mesas)· Espacio para colgar grabados con cordeles
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Textil: Parches de tela, poleras· Papel: Afiches· Cartón: Tapa de encuadernaciones· Cuadro decorativo enmarcado
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none">· Proceso completo: 1 a 6 horas dependiendo de la complejidad y tamaño.· Reproducción 20 copias: 1 hora aprox· Secado: mínimo un día

PROCESO
PRODUCTIVO

- Generar un diseño en alto contraste monocromático
- Imprimir o fotocopiar en reflejo

CREACIÓN DEL CLICHÉ

- Se traspasa el diseño al linóleo colocándole boca abajo sobre el material y frotándolo con un huaípe con piroxilina (Hay otros métodos como papel calco o simplemente dibujar sobre el linóleo).
- Se talla el material con gubias, donde lo tallado será donde no caerá la tinta y por lo tanto quedará sin color (color del papel), y la superficie no tallada quedará con tinta.

OPCIONAL: Para generar medios tonos se utiliza el achurado, debido a su naturaleza de alto contraste.

PROCESO DE REPRODUCCIÓN

- En el vidrio se esparce la tinta con el rodillo hasta que quede homogénea y plana
- Pasar en varias oportunidades el rodillo sobre la tinta para que se impregne
- Pasa el rodillo con tinta sobre el linóleo, varias veces hasta que se vea la tinta en forma uniforme sobre el linóleo.
- Ubicar el linóleo sobre la prensa o rodón boca arriba
- Poner el papel (donde quedará impreso el diseño) sobre el linóleo
- Tapar con fieltro para amortiguar el impacto con el rodón y pasar por la prensa.
- Realizar pruebas impresión hasta verificar que la presión sea pareja y suficiente
- Separar el papel del linóleo
- Secar en un cordel
- Limpiar todos los implementos donde quedó la tinta (vidrio, linóleo para utilizarlo en otra ocasión), con huaípe y diluyente (no muy corrosivo para cuidar los materiales).

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Robert Vogt, diseñador y grabador
www.facebook.com/grabazvov

ARTES GRÁFICAS

III. ENCUADERNACIÓN

ELABORACIÓN PROPIA

TIPO VARIANTE	Encuadernación tradicional tapa dura
DESCRIPCIÓN	La encuadernación tradicional consiste en la técnica de coser cuadernillos de una poca cantidad de papel para luego conformar un libro o cuaderno en múltiples formatos.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none"> · Cartón piedra · Papeles (Bond, kraft, etc) · Telas para forrar tapas · Hilo de volantín 100% poliéster
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none"> · Agujas finas o curvas · Guillotina o corta cartón · Tijeras · Regla metálica · Lumbeta de hueso o madera · Punzón · Adhesivo s600 · Aprieta papeles OPCIONAL · Prensa para encuadernación TERMINACIONES · Cinta capitel · Esquineros · Elástico plano
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none"> · Adhesivo, cinta capitel: <i>Sodipa</i> · Papeles y cartón: Barrio San Diego · Insumos: Barrio Meiggs
FORMA DE TRABAJO	· Individual
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	2 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	Mesa Silla
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none"> · Libretas · Álbumes de fotos · Libros · Agendas · Cualquier material impreso

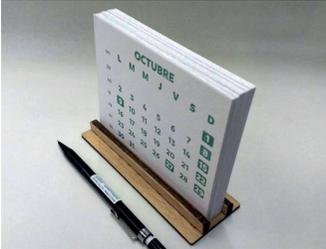
<p>TIEMPO DE PRODUCCIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Prensar hojas: 12 horas · Proceso: 2 a 3 horas aprox dependiendo de la cantidad de hojas, tamaño y terminaciones.
<p>PROCESO PRODUCTIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Agrupar lotes de 5 hojas (10 lotes para crear una encuadernación de 100 hojas) · Doblar cada lote de hoja por la mitad y pasar la lumbeta presionando creando cuadernillos. · Agrupar los lotes y colocar en la prensa ajustada fuertemente, durante 12 horas aprox. · Sacar de la prensa, ordenar, alinear y presionar con sujetapapeles. · En el lomo marcar con un lápiz 4 distancias para crear los agujeros por donde pasará el hilo. · Con el punzón realizar orificios en las marcas del lomo de cada cuadernillo · Comenzar a coser los cuadernillos desde la parte exterior al interior agrupando primero 2 cuadernillos, luego 3, hasta coser los 5 cuadernillos. · Cortar el hilo y encolar con adhesivo el lomo · Dejar secar el lomo · Pegar capitel en la parte superior e inferior del lomo <p>CREACIÓN DE TAPAS</p> <ul style="list-style-type: none"> · Cortar el cartón para tapa, lomo y contratapa, del tamaño real o dejando un leve excedente. · Forrar con papel o tela utilizando el adhesivo. · Pegar elástico en la contratapa como una terminación para el cierre de la encuadernación. · Pegar la primera hoja de los cuadernillos en la parte posterior a la tapa y la última hoja con la contratapa así quedarán unidos.
<p>FOTOGRAFÍAS</p>	
<p>CONTACTO</p>	<p>Elaboración propia, basado en el proyecto personal <i>Violentitas Encuadernaciones</i>. www.facebook.com/violentasencuadernaciones</p>

ARTES GRÁFICAS

IV. IMPRESIÓN TIPOGRÁFICA / LETTERPRESS

POR GUIÑA,
IMPRESA ARTESANAL

TIPO VARIANTE	Impresión tipográfica
DESCRIPCIÓN	“ Sistema de reproducción de imágenes o letras por medios mecánicos” ²¹³
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Tintas Offset· Sustrato: papel, cartón
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Máquina tipográficas (Minerva, tarjetera, etc)· Tipos móviles (de madera y/o plomo)· Rama· Rodillo· Compondores· Galerín· Imposiciones· Cuñas· Llave de la cuña· Sacapruebas· Regletas· Cuadratín· Espacios· Lingotes
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Barrio San Diego
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual y colectiva
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	4 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Mesas que soporten peso de la prensa y tipos móviles
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Afiches· Postales· Magnetos· Libretas· Libros

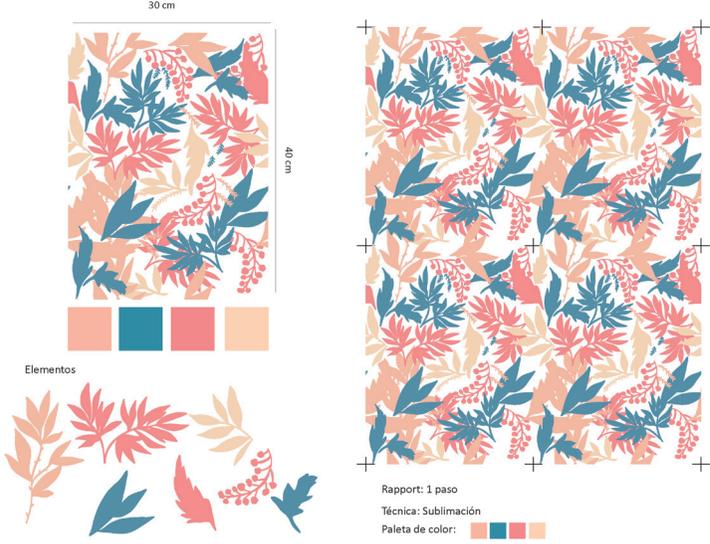
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	· Composición de tipos móviles en la rama: 3 horas aprox. · Imprimir: 3 horas aprox.
PROCESO PRODUCTIVO	<p>CREACIÓN DEL CLICHÉ</p> <ol style="list-style-type: none">1. Componen las tipos en la rama.2. Ajustar y apretar con las cuñas, espacios, imposiciones. <p>REPRODUCCIÓN</p> <ol style="list-style-type: none">3a. Entintar en el disco de la máquina (en el caso que fuese máquina tipográfica)3b. Entintar directo las tipos (saca prueba)4. Girar el volante de la máquina para entintar el sustrato.5. Separar el sustrato de la máquina que contiene la impresión6. Secar colocando la impresión en un secador o colgador.
FOTOGRAFÍAS	  
CONTACTO	El equipo está compuesto por Constanza Téllez, Francisco Flores, Cristian Fernández, diseñadores Universidad de Chile. www.instagram.com/somosguinha

ARTES GRÁFICAS

V. ILUSTRACIÓN

POR FRANCISCA ALVIAL "FRANALMA"

TIPO VARIANTE	Diseño de estampados/ <i>Patterns</i> digitales
DESCRIPCIÓN	Creación de patrones digitales para textil a partir del trabajo análogo de ilustraciones a base de acuarela, entre otros.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Lápices de colores· Marcadores· Acuarelas· Pinceles· Gouache· Goma de borrar
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Tableta digitalizadora o Ipad Pro· Scanner· Computador· Softwares de Adobe: Photoshop e Illustrator
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Barrio Meiggs
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual y colectiva
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	2 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Escritorio· Silla
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Superficies textiles: cojines, mantas, bolsos, vestuario.· Papelería: libretas, papel para forrar.

<p>TIEMPO DE PRODUCCIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> · <i>Pattern</i> análogo: 5 horas. · <i>Pattern</i> digital: 2 horas.
<p>PROCESO PRODUCTIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Búsqueda de referentes · Elegir paleta de colores · Realizar <i>moodboards</i> y extraer elementos principales · Bocetear los elementos, donde es importante aplicar la síntesis, ya que un dibujo 100% realista no sería viable de ser estampado. · Decidir tipo de ilustración, ya sea análoga o digital · Decidir qué tipo de <i>rapport</i> utilizaré, ejemplo: un paso o medio paso vertical/horizontal y realizar la composición. · Si el trabajo es para vender a retail, realizar fichas técnicas de estampado, con variantes, separación de colores, bocetos del arte, etc.
<p>FOTOGRAFÍAS</p>	 <p>30 cm</p> <p>40 cm</p> <p>Elementos</p> <p>Rapport: 1 paso Técnica: Sublimación Paleta de color:</p>
<p>FOTOGRAFÍAS</p>	<p>Francisca Alvial, diseñadora textil, ilustradora y docente Universidad del Pacífico www.instagram.com/franalma_</p>

ARTES GRÁFICAS

VI. EDITORIAL

POR FRANCISCA OSSES,
CREADORA DE MINIGOLF BOOKS

TIPO VARIANTE	Editorial independiente
DESCRIPCIÓN	Pequeña editorial con el interés de publicar el trabajo de nuevos artistas locales, experimentando nuevos formatos y métodos de impresión
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Materiales de serigrafía· Hilo para encuadernar· Cola para encuadernar· Cinta doble faz· Papeles y sustratos
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Fotocopiadora· Impresora láser· Impresora de tinta· <i>Risograph</i>· Scanner· Corchetera de brazo largo· Máquina de coser· Lumbeta· Anilladora· Superficie de corte· Corta cartón· Punzón· Computador IMAC· Softwares de Adobe: Photoshop e Illustrator
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Papeles y sustratos: <i>Antalis Gms</i>, <i>Omega</i> y Barrio San Diego
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual y colectiva
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	2 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Escritorio· Silla
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Publicaciones gráficas· Fanzines· Afiches

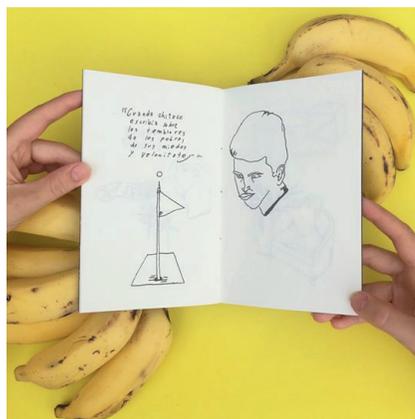
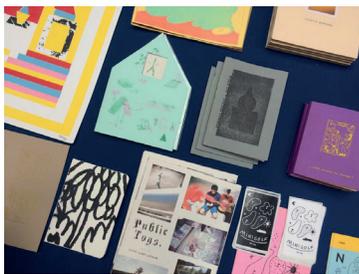
TIEMPO DE PRODUCCIÓN

1 mes promedio, varía según el tipo de publicación

PROCESO PRODUCTIVO

1 semana: Curatoría y digitalización
2 semana: Definir el formato, hacer maquetas, montaje en Adobe Indesign
3 semana: Pruebas de impresión, elección de sustratos, maquetas, testeo
4 semana: producción y manufactura, registro fotográfico, publicación en redes sociales.
5 semana: Circulación en ferias y tiendas

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Francisca Osses, diseñadora gráfica.
www.facebook.com/minigolfdeportivo
www.instagram.com/minigolfbooks

ARTES TEXTILES

I. BORDADO

POR VALENTINA CASTILLO,
CREADORA DE *INSANITYNICE*

TIPO VARIANTE	Bordado ornamental
DESCRIPCIÓN	Es un arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras textiles, de una superficie flexible ligado generalmente a la mujer.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Tela <i>Crea Cruda</i> - o cualquier tela de algodón.· Hilos de bordar <i>mouliné</i>, marca Anchor y DMC.
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Bastidores de madera de bambú en los tamaños: número 5 (12 cms de diámetro) y número 6 (15 cms de diámetro).· Aguja de bordar· Tijeras para bordar
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Bastidores, agujas, tijeras: Barrio Rosas· Hilos de bordar: Tienda <i>Melquisedec</i>
FORMA DE TRABAJO	Individual
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	Menos de 2 mts ²
NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Superficie y silla (mesas)· Suficiente luz natural o artificial
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Indumentaria: Parches para chaquetas, pantalones· Bordado ornamental· Accesorios decorativos del hogar
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none">· Proceso completo: 20 horas aprox. en un bordado de 15 cms. Repartido en dos o tres días* Proceso mas lento porque trabajo con solo una hebra de hilo lo que me permite dar otra textura y más detalles al bordar.

PROCESO
PRODUCTIVO

- Los compradores me envían una foto de su mascota,
- Vectorizar la fotografía en Adobe Illustrator e imprimir
- Traspasar a la tela en una mesa de luz con un lápiz que se borra con el calor
- Se monta la tela al bastidor hasta quedar tenso.
- Seleccionar paleta de colores (10 colores generalmente entre luces y sombras)
- Enhebrar aguja al hilo
- Comenzar a bordar, combinando los colores.
- Al terminar se pega la tela al bastidor para que quede tenso por más tiempo y que se utilice como un cuadro dejando el revés visible dejando la técnica visible.

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Valentina castillo, diseñadora gráfica y bordadora
www.facebook.com/Insanitynicebordados
www.instagram.com/insanitynice

ARTES TEXTILES

I. BORDADO

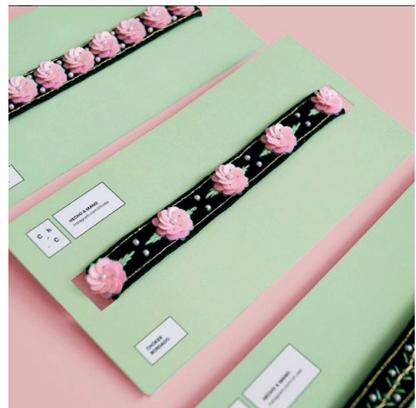
POR CHRISTOPHER CEA,
CREADOR DE CH.CEA

TIPO VARIANTE	Bordado en pedrería.
DESCRIPCIÓN	Ornamentación de superficies a través de hebras de hilo. Aplicación de pedrería.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Hilo de diferentes materialidades· Pedrería (perlas, cristales, lentejuelas, etc.)· Superficie para aplicar (telas, plásticos, papeles)
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Agujas· Tijeras· Bastidor (en caso de ser necesario)
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Calle Rosas· Calle Independencia. <p>En Internet se pueden encontrar materiales que no venden las tiendas locales y la mayoría hace envíos a Chile.</p>
FORMA DE TRABAJO	Por el momento he trabajado principalmente de forma individual, pero no me cierro a una colaboración, me parece una idea interesante
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	Menos de 2 mts ²
NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Mesas· Silla· Corriente eléctrica· Iluminación
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Prendas de vestir: poleras, camisas, chaquetas· Accesorios: <i>chockers</i>, broches, parches· Intervención de fotografías
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	1 día a 2 meses

PROCESO
PRODUCTIVO

- Realizar un boceto (dibujo de líneas base para mantener una estructura)
- Enhebrar aguja con hilos
- Improvisar al cambiar hilos, agregar cristales y/o pintura acrílica.

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Christopher Cea, diseñador Gráfico y bordador
www.instagram.com/ch.cea

ARTES TEXTILES

II. TELAR

POR MARÍA JOSÉ MONROY

TIPO VARIANTE	Telar contemporáneo
DESCRIPCIÓN	Técnica en la que se colocan hilos paralelos (urdimbres) en un bastidor de madera, que deben sujetarse a ambos lados para tensarlos.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Lana· Algodón· Cintas, ropa vieja.· Ropa vieja
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Bastidor (generalmente de madera)· Navetas
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Barrio Rosas· Tienda <i>Revesderecho</i>
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual
TAMAÑO ESPACIO DE TRABAJO	2 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Superficie (mesas)· Silla
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Fundas de cojín· Alfombras· Mantas· Monederos· Bolsos· Carteras· Telar decorativo
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	10 horas aprox. (telar de 20x20 cms)

PROCESO
PRODUCTIVO

CREACIÓN DE LA IMAGEN

- Generar un diseño en alto contraste (sólo negro y blanco)
- Imprimir o fotocopiar en reflejo
- Seleccionar los colores
- Hacer un boceto
- Montar el urdimbre en el bastidor (lanas verticales para tejer)

COSTURA

- Comenzar a tejer.
- Al terminar hay que cortar el urdimbre y sellar la terminación para evitar que el tejido se desarme, anudar las lanas que quedan sueltas por la parte de atrás del tejido.
- Poner un palo para colgar si fuese para la pared o coser cierres si es un estuche.

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

María José Monroy, diseñadora gráfica y bordadora
www.instagram.com/cotemonroy

ARTES TEXTILES

III. CONFECCIÓN

POR YESENIA PLACENCIA Y LORENA CONTRERAS,
CREADORAS DE VILLERA

TIPO VARIANTE	Confección de mochilas personalizadas	
DESCRIPCIÓN	Oficio que consiste en realizar prendas y objetos que utilicen como materia prima telas de diferentes materiales, las cuales son cortadas, cosidas y modificadas con máquinas de coser para crear distintos productos.	
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Lona engomada· Náutica· Gamusina· Malla <i>Sandwich</i>· Espuma· Hilo· Escalerillas· Cierres, carros de cierre· Cintas	<ul style="list-style-type: none">· Cordel· Broches· Ojetillos· Alfileres· Elástico· Velcro· Telas con diseño en desuso para detalles.
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Máquina recta semi industrial· Tijeras· Regla	<ul style="list-style-type: none">· Tip top· Lápiz
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Barrio Victoria· Barrio San Diego· Barrio Rosas	
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual y colectiva	
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	4 mts ² aprox	
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Mesas· Sillas· Perchero	<ul style="list-style-type: none">· Pared· Cajas organizadoras· Repisas
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Mochilas· Bananos	<ul style="list-style-type: none">· Bolsos· Estuches

TIEMPO DE PRODUCCIÓN

3 a 4 horas

PROCESO PRODUCTIVO

CORTE

· Cortar cada parte con sus respectivos forros para mayor impermeabilidad con el uso de moldes.

COSTURA

- Coser cada parte de manera inversa
- Rellenar tirantes y respaldo con espuma y coser para cerrar
- Coser la base aparte del cuerpo.

ARMADO

- Agregar los bolsillos al cuerpo
- Por separado se arma el respaldo lo cual lleva los tirantes y tapa, dependiendo del modelo que se trabaje.
- Unir el respaldo al cuerpo
- Unir la base al cuerpo
- Rematar los detalles como sellado de tiras y aplicar broches en la parte superior

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Yesenia Placencia y Lorena Contreras, diseñadoras gráfica multimedia.
www.facebook.com/villerahechoamano/

ARTES TEXTILES

IV. ARPILLERAS

POR CATALINA LARRERE,

INTEGRANTE DEL COLECTIVO MEMORARTE

TIPO VARIANTE	Arpilleras urbanas
DESCRIPCIÓN	El oficio que nosotras trabajamos nace a tras el golpe militar en 1974 a manos de Comité Pro paz y la Vicaría de la Solidaria, donde las mujeres se desahogan, buscan apoyo y contención a través de este taller de manualidades y artesanía y empiezan a plasmar lo que están viviendo –la búsqueda de sus familiares desaparecidos– y así, a través de la arpilleras, comienzan a observar y retratar; por lo tanto es un oficio con una carga política fuerte que fue un canal de denuncia y resistencia.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Tela Bistrech· Tela Popelina· Tela Pañolensi· Lana· Botones· Mostacilla· Argollas· Cintas· Cordones
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Tijeras· Cortacartón· Agujas
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Barrio Independencia· Barrio Rosas· Ferias libres
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual y colectiva
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	4 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Mesas
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Lienzos· Cuadros· Prendas de vestir: pañoletas, vestidos.

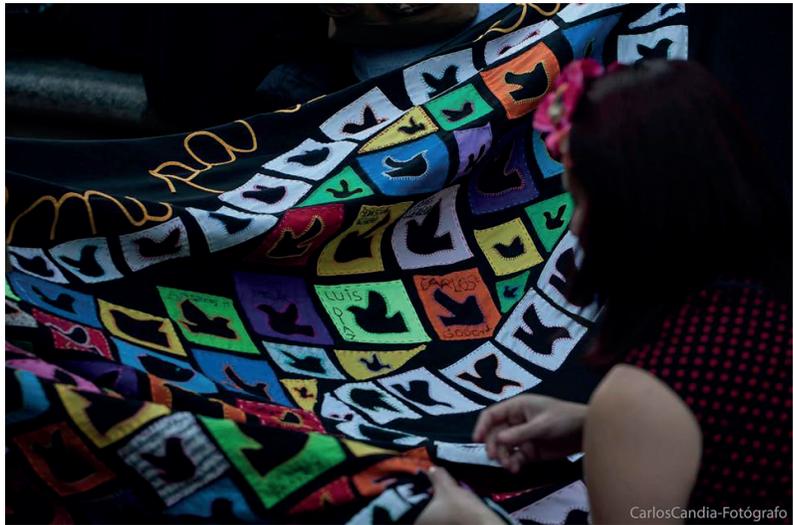
TIEMPO DE PRODUCCIÓN

- Individual: 1 a 3 horas
- Colectivo: 2 a 5 semanas

PROCESO PRODUCTIVO

- Elegir temática de contingencia
- Decidir si realizarán arpilleras individuales o colectivas
- Se improvisa la arpillera en el momento
- Exponer en una exposición o un evento social (marchas)

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Catalina Larrere, diseñadora gráfica Universidad de Chile
www.facebook.com/colectivomemorararte

ARTES DEL FUEGO

I. CERÁMICA

POR IVONNE CHACANA,
CREADORA DE LA HACEDORA

TIPO VARIANTE	Cerámica esmaltada
DESCRIPCIÓN	Es el modelado de la arcilla con la técnica de pellizco, lulo, ahuecado y uso de placas, la aplicación esmaltes de alta temperatura y la aplicación de pinturas de baja temperatura en piezas ya esmaltadas con el fin de crear objetos decorativos, artísticos o utilitarios.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Pasta cerámica· Esmaltes· Agua
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Estecas· Ahuecadores· Paños· Pinceles
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· <i>La Casa del Ceramista</i>
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	4 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Mesa· Silla
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Piezas decorativas: Animales, personajes· Piezas utilitarias: maceteros, ceniceros
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none">· 3 semanas (para clases, 2 o 3 clases lo mínimo)

PROCESO
PRODUCTIVO

- Modelar a mano.
- Esperar que seque una semana (por lo menos).
- Introducir en horno cerámico a 1030 grados.
- Esmaltar.
- Introducir al horno nuevamente para finalmente sacar la pieza terminada.

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Ivonne Chacana, profesora de arte
www.lahacedora.cl
www.instagram.com/lahacedora

ARTES DEL FUEGO

I. CERÁMICA

POR JOAQUÍN PÉREZ,
CREADOR DE QUIMERA

TIPO VARIANTE	Cerámica por proceso de vaciado
DESCRIPCIÓN	Consiste en la creación/fabricación de piezas en cerámica, entendiendo las variables que influyen en el proceso de producción tales como la composición química de la arcilla los métodos de conformado y las temperatura de cocción de tal pieza.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Arcilla (modelado directo y pasta de vaciado)· Agua silicato· Ceniza de soda· Yeso (para los moldes)· Óxidos metálicos (para crear englobes y esmaltes)· Esmaltes cerámicos.
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Recipientes plásticos· Estacas para modelar· Cuchillos· Pinceles, batidora· Horno cerámico
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· <i>Casa del ceramista</i>
FORMA DE TRABAJO	Individual
TAMAÑO ESPACIO DE TRABAJO	4 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Mesón estable para poder amasar· Estantes para guardar piezas y moldes· Electricidad con ampliación de potencia en caso de ser un horno eléctrico.
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Pipas de cerámica. (pipas de mano, <i>bubblers</i> y <i>bongs</i>).
TIEMPO DE PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none">· Entre una semana a 10 días para tener una producción de 10 bongs.

PROCESO
PRODUCTIVO

- Vaciar pasta cerámica colada (líquida) al interior de los moldes de yeso correspondientes al diseño de la pieza.
- El molde de yeso absorbe el agua de esta pasta colada a medida que se van generando las paredes de la pieza.
- Se vacía el excedente de pasta colada alojado en el molde y luego se demoldea la pieza desde el interior.
- La pieza debe secarse 48 horas para ser cocida en un horno de cerámica a una temperatura de 10300 por 8 horas.
- Luego de este proceso, la pieza es esmaltada y decorada
- Cocer en horno a la misma temperatura por 8 horas.

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Joaquín Pérez, licenciado en diseño industrial Universidad de Chile
<https://www.instagram.com/ceramicasquimera/>

ARTES DEL FUEGO

II. ALFARERÍA

POR DANIEL DOWNEY.

CREADOR DE CERAMICAS DEL TORNO

TIPO VARIANTE	<i>Lutheria</i> o construcción de instrumentos.
DESCRIPCIÓN	Construcción de piezas cerámicas; utilitarias, escultóricas o sonoras, modeladas con arcilla en torno horizontal.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Arcilla· Agua
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Diferentes herramientas para modelar y cortar· Torno para cerámica.· Horno de alta temperatura· Posillos o <i>bowls</i>· Delantales
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· <i>Casa del ceramista</i>
FORMA DE TRABAJO	Individual
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Sin horno de 2 mts²· Con horno: de 4 mts²
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· 2 sillas· Corriente eléctrica· Perchero· Agua tibia
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Tazas· Materas· Posillos· Jarrones· Instrumentos como Udús u ocarinas.

TIEMPO DE PRODUCCIÓN

Depende del clima y la humedad para el secado de piezas. En días soleados: 3 días (sin incluir la quema de horno).

PROCESO PRODUCTIVO

- Amasar la arcilla
- Colocar en el torno cerámico
- Modelar la pieza con diferentes técnicas
- Retirar y dejar secar hasta que tenga la resistencia necesaria para re tornearla, trabajar la base de la forma y los detalles. (En mi taller llegamos hasta este punto y cortamos las piezas a la mitad, para enfocarnos en la correcta construcción interna de estas.)
- Se pueden quemar las piezas después de esto pero se requiere horno de alta temperatura y al menos 5 días o 1 semana para que se sequen completamente antes de entrar al horno,
- Esmaltar.

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Daniel Downey Moya, ceramista y dibujante
www.instagram.com/ceramicasdeltorno

ARTES DEL METAL

I. ORFEBRERÍA

POR JAVIERA PAZ CARRILLOS.
CREADORA DE MESTIZA JOYERÍA

TIPO VARIANTE	Joyería contemporánea (no tradicional)
DESCRIPCIÓN	Confección de diversas piezas ornamentales para el cuerpo, mediante el uso de diversas herramientas de joyería que permiten dar forma a un material, generalmente metales nobles complementados con otros elementos naturales o sintéticos. Creando así una pieza de joyería.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Plata 950 (95% plata y 5% cobre),· Soldadura de plata,· Piedras naturales· Materiales orgánicos o sintéticos,· sierras, lijas, pasta de pulir.
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Soplete· Arco de sierra· Limas· Motor de pulir· Motor dremel· Alicates· Triboulet· Laminadora· Herramientas de golpe· Herramientas de medición
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Galerías comerciales en Santiago centro· Barrio Rosas
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	2 mts ² aprox
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Mesón de joyero· Mesón auxiliar· Pedestal de laminador,· Zona de pulido· Acceso a electricidad· Luz para trabajar.
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Anillos· Aros· Colgantes· Pulseras.

TIEMPO DE PRODUCCIÓN

Mínimo 2 horas, hasta días de trabajo en una pieza.

PROCESO PRODUCTIVO

- Mediante la fundición del metal, se obtiene un lingote
- Laminar hasta el espesor deseado
- Cortar o realizar calados con la sierra de joyería, obteniendo las piezas requeridas para un diseño específico.
- Mediante el uso de alicates y limas, se mejoran las terminaciones de las piezas y de ser necesario, se realizan soldaduras según el diseño.
- Limar, lijar y finalmente pulir la pieza final.

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Diseñadora Industrial UTEM y orfebre
www.facebook.com/joyasmestiza/

ARTES DE LA MADERA

I. CARPINTERÍA

POR TOMÁS LÓPEZ,
CREADOR DE BUENA MADERA

TIPO VARIANTE	Muebles de madera nativa, terciado y tablas de cocina
DESCRIPCIÓN	Realización de muebles y objetos de madera.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none">· Tableros de madera terciada· Maderas nativas
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none">· Sierra de banco· Sierra circular,· Lijadora· Ensambladora· Taladro· Sierra de mano japonesa· Cepillos manuales.
EMPRESAS/ BARRIOS INSUMOS	<ul style="list-style-type: none">· Ferretería OK· Maderas <i>Anihue</i>· <i>Sodimac</i>· <i>Imperial</i>
FORMA DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none">· Individual
TAMAÑO ESPA- CIO DE TRABAJO	Más de 4 mts ²
NECESIDADES DE INFRAES- TRUCTURA	<ul style="list-style-type: none">· Mesones· Corriente eléctrica· Pared
PRODUCTOS FINALES	<ul style="list-style-type: none">· Banquetas· Mesas· Tablas de cocina· Repisas

TIEMPO DE
PRODUCCIÓN

2 semanas

PROCESO
PRODUCTIVO

- Se realiza modelo en computador o a mano
- Se compran materiales
- Cortar
- Armar/ensamblar
- Lijado
- Acabado final.

FOTOGRAFÍAS



CONTACTO

Tomás López, ingeniero comercial.
www.instagram.com/buena_madera

CONCLUSIÓN FICHAS

A partir del estudio de los 16 oficios llevados a cabo por 16 creadores de la capital, y tener respuesta en variadas temáticas se puede concluir que: primeramente, es notable que no existen límites definidos en cuanto a cada arte, las posibilidades de cruces y trabajos colaborativos en su creación son amplias; por ejemplo, encuadernaciones que pueden estamparse con grabados, confección de prendas de vestir que pueden ser personalizadas con un bordado o serigrafía, piezas de cerámica que posteriormente son ilustradas a mano. Por lo que resulta irreflexivo el cerrar las artes bajo estándares rígidos y no aceptar sus coexistencias, como además comprender la múltiples variantes de un oficio en la cual se especializa cada productor, como el caso de la cerámica, que da cabida a distintos procesos y terminaciones por lo cual sus productos son distintos en forma y funcionalidad.

Además se puede visualizar la cantidad de herramientas y materiales que a pesar de comprender que cada implemento es creado con un fin específico, existe una gran cantidad que son requeridos para distintos oficios, como el caso de las agujas, hilos y bastidores.

En cuanto a las empresas y/o barrios de compra de insumos, se repiten principalmente el barrio Meiggs, Rosas y San Diego, además de notar que La Casa del Ceramista posee una gran audiencia dedicada a este oficio. Lo que deja ver que los creadores, a través de la experiencia y redes de contacto, poseen conocimiento sobre donde comprar y encontrar lo mas adecuado en cuanto a calidad y precios.

Referente a la forma de trabajo, la mayoría expresa que trabaja de manera autónoma, sin embargo no se cierran a la posibilidad de un trabajo colaborativo o multidisciplinar.

Al contemplar lo referido a las necesidades de la infraestructura y lo necesario que necesitan para desarrolla cada oficio, los patrones se repiten, ya que gran parte necesita básicamente un soporte como un mesa y una silla para trabajar, además de iluminación adecuada y conexión eléctrica. Quienes además necesitan en su mayoría espacios de trabajo que oscilan entre los 2 a 4 metros cuadrados.

Al preguntar sobre los productos que realizan, es amplia la variedad de objetos que un oficio logra abarcar, como prendas de vestir, artículos de decoración, entre otros.

Asimismo, al comprender su modo y tiempo dedicado a desarrollar el oficio, en todos los casos los tiempos son estimados, ya que son variables dependiendo del tamaño del producto, los detalles, la mezcla de materiales y sus terminaciones, por lo cual fue complejo el determinar un rango temporal para cada producto.

Por lo tanto, al realizar la sistematización, da cuenta de que es alta la posibilidad de cada creador de poder transportar sus materiales e implementos fuera de su taller y generar gran parte o la totalidad de su proceso en otro espacio físico.

//.

ACTORES

II.I. MAPA DE ACTORES INVOLUCRADOS

Al basarnos en la lógica de la sociología del arte, respecto a las convenciones de Howard Becker analizadas en los capítulos anteriores, las ferias de diseño, se consideran como un escenario colaborativo, en la cual coexisten múltiples actores que mantienen distintas actitudes y labores que desarrollan para llevar a cabo el funcionamiento óptimos de estos encuentros. Sujetos, que pueden corresponder a individualidades o grupos humanos como las instituciones, quienes poseen diferentes cercanías e influencias en el evento, por lo tanto se realizó el siguiente mapa que visualiza la proximidad que mantienen con las ferias.

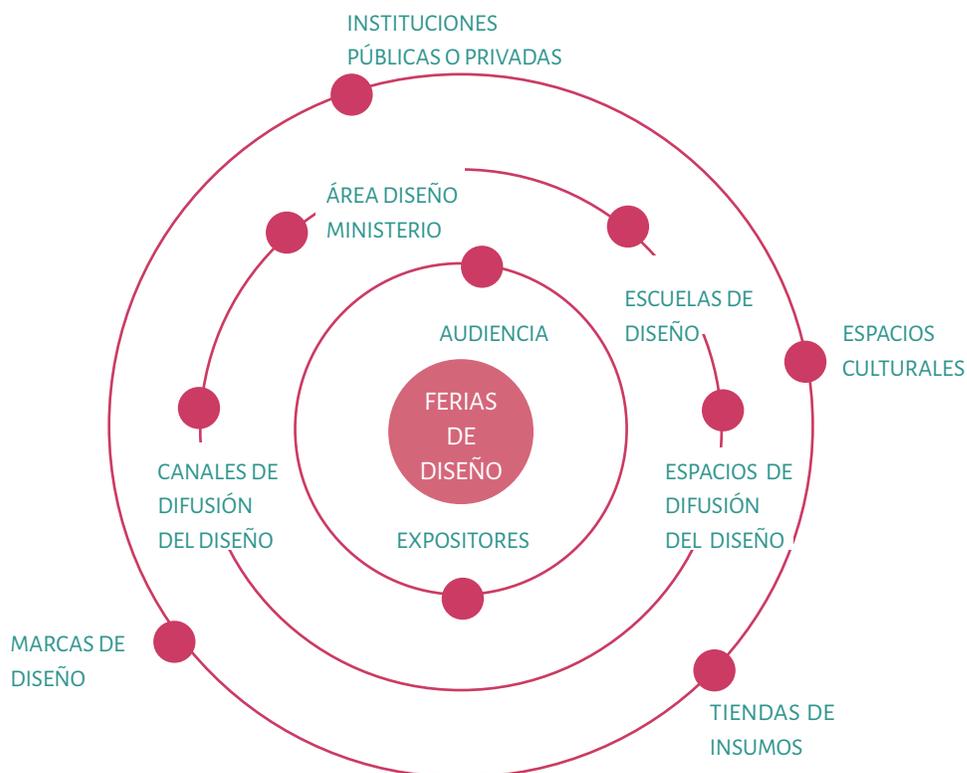
En efecto, se puede establecer que tanto la audiencia como los expositores son los que mantienen el eje protagónico, ya que son ellos quienes interactúan de manera directa y cumplen el rol de comprador y vendedor respectivamente.

En el segundo eje se encuentran los canales de difusión de Diseño por ejemplo la plataforma OpenD y Dis-up!, los espacios culturales de diseño como el Espacio Nacional E.N.D, el Área de Diseño del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, como pueden llegar hacer además la Escuela de Diseño como agentes patrocinadores, es decir, los entes que tiene directa relación con la disciplina.

Y finalmente en el eje exterior, se posiciona a los espacios culturales convencionales o no convencionales, las tiendas de insumos ligados a los oficios presentes en el evento quienes pueden cumplir un rol de

GRÁFICO N°14

MAPA DE ACTORES CLAVES



Esquema de elaboración propia

auspiciadores y distintas marcas de diseño en su rol de colaboradores y participantes.

Así, se demuestra el amplio espectro de sujetos, tanto estatales como privados, individuales o colectivos que confluyen en estas instancias y aportan desde sus propias aptitudes. Sin embargo, se profundizará en levantar información respecto a los agentes situados en el primer eje: audiencia y expositores.

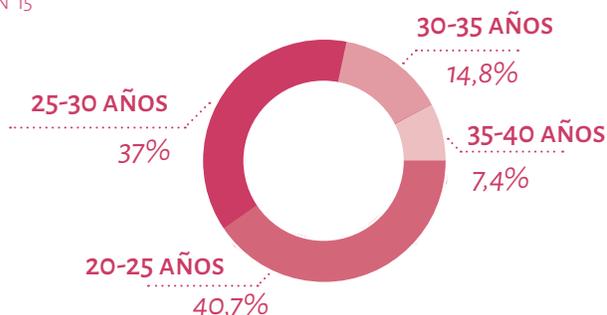
II.II. EXPOSITORES

Con la finalidad de poseer información sobre los expositores que frecuentan ferias de Diseño, se realizó un sondeo por vía digital a modo de evaluación a los expositores de Feria Estampida 2017, realizada en el mes de octubre en las Pasarelas Verdes de las Torres San Borja.

Cuyos resultados son una herramienta que logran generar una visión global respecto a los estilos de vida de los expositores. Por ejemplo, los rangos etarios que predominan con un 40,7% corresponde a las edades comprendidas entre 20 a 25 años, seguido de un 37% con edades de 25 a 30 años, como señala el siguiente gráfico:

GRÁFICO N°15

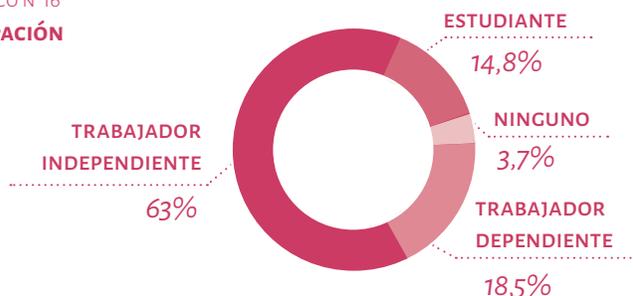
EDAD



En cuanto a la ocupación, como se aprecia en el siguiente gráfico se logra visualizar que 63% clasifica como trabajador independiente, lo que constata que las ferias de diseño actúan como un medio significativo para el desarrollo de los emprendedores. Lo continúa un 18,5% de trabajado

GRÁFICO N°16

OCUPACIÓN

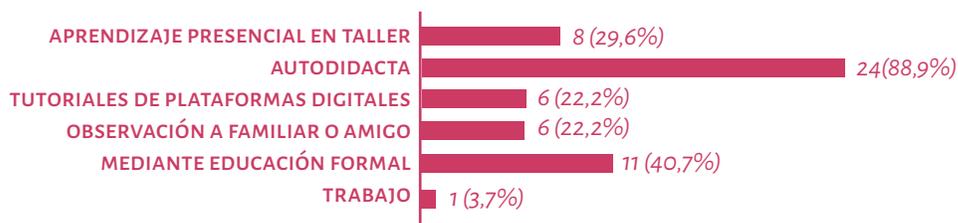


res dependientes y un 14,8% de expositores que se desempeñan como estudiantes, lo que deja entrever que además, estos escenarios actúan como medio de exhibición para creadores que aún no finalizan su etapa de estudios pero buscan instancias horizontales y menos burocráticas para montar obra.

En cuanto a la manera en que estos creadores comenzaron a realizar cada oficio, el 88,9% declara haberlo experimentado de manera autodidacta como además un 40,7% lo aprendió mediante la educación formal, lo que da a cuestionar el aporte de las carreras profesionales y/o técnicas de mantener la enseñanza de algunos oficios.

GRÁFICO N°17

¿ CÓMO APRENDISTE EL OFICIO?



Del mismo modo, la mayoría de los encuestados explica que comenzaron a participar de ferias y a comercializar el oficio debido a una necesidad económica -51,9%- a esto lo sigue un 25,9% para “generar ingresos adicionales”. Resultado que enfatiza en la necesidad de emprender de manera independiente.

Referente a su cercanía con las ferias de diseño un 88,9% declara participar de una manera frecuente en estas instancias, lo que significa que la

GRÁFICO N°18

¿ SUELES PARTICIPAR EN FERIAS/SALAS DE EXPOSICIÓN?



participación en estas influye de manera positiva en sus emprendimientos por lo que se hace recurrente. Asimismo, dentro de las motivaciones a participar de estos encuentros destacan las respuestas: “Modo agradable y entretenido de conectar con el público” con un 81,5% y “Generar redes de contacto con otros expositores y conocer nuevos trabajos” con un 77,8%.

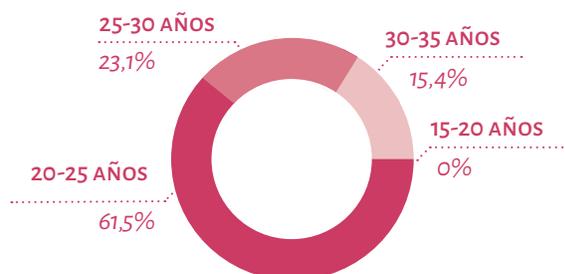
II.III. ASISTENTES

De la misma manera, se realizó una encuesta dirigida a los asistentes –audiencia– de *Feria Estampida*,²¹³ con la intención de comprender su visión y participación respecto a los productos artesanales y a estas instancias de exposición. De tal forma de llegar comprender su consumo relacionado a los *habitus* de Bourdieu.

La encuesta desarrollada sigue la lógica utilizada por el ex CNCA en las Encuestas de participación y consumo cultural, donde cuantificó el consumo de las diferentes industrias creativas, por ejemplo, al preguntar: “¿por qué asiste a exposiciones de artes visuales?, ¿a quien compró tal artesanía?, entre otras preguntas relacionadas a comprender la perspectiva de las audiencias, sin embargo, respecto feria de diseño no existe información, por lo que al realizar esta encuesta se entendió que el mayor porcentaje de asistentes tiene una edad que varía entre los 20 a 25 años, seguido de un 23,1% que lo 25 a 30 años, lo que representa el público adulto joven que la frecuentó.

GRÁFICO N°19

¿ EN CUAL RANGO DE EDAD SE ENCUENTRA?



²¹³ Encuesta digital que se realizó mediante la plataforma GoogleDocs a los asistentes de Feria Estampida 2017, de los cuales respondieron 14 personas. La cual constó de 14 preguntas cerradas y 1 de redacción. Se realizó desde el mes de marzo a julio 2018.

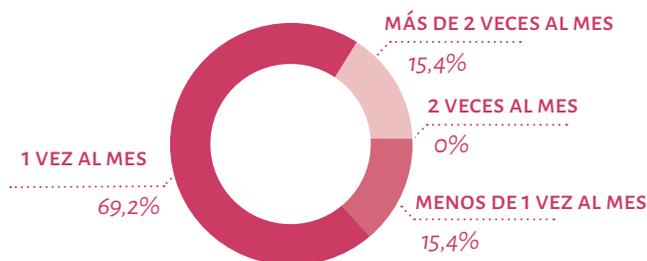
En cuanto a su ocupación un 63% de declara trabajador independiente, lo que sigue la misma línea de los expositores; en cuando la área de trabajo, el 62,5% se dedica a alguna de las industrias creativas, y en menor cantidad a área de salud y administración.

GRÁFICO N°20

SI TRABAJA, SE DEDICA PRINCIPALMENTE AL ÁREA DE:

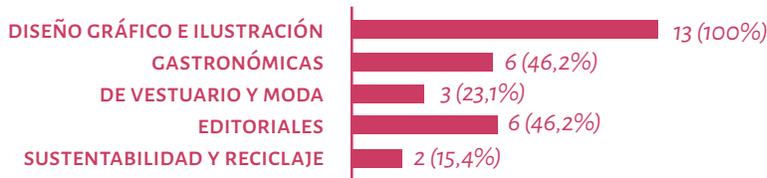
Para conocer respecto a la frecuencia de participación en instancias culturales de exposición, por lo que se les preguntó: “¿Cuántas veces al mes asiste a eventos relacionados con la comercialización y difusión del diseño o las artes? (Exposiciones, ferias, galerías, encuentros, charlas, lanzamientos, museos, etc)”. Según los resultados: 1 vez al mes es quien tiene mayor preferencia con un 69,2% como lo señala el siguiente gráfico:

GRÁFICO N°21

¿CUÁNTAS VECES AL MES ASISTE A EVENTOS RELACIONADOS CON LA COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL DISEÑO O LAS ARTES?

Al momento de preguntar: ¿Había asistido a Ferias anteriormente?, el 100% de los encuestados respondió de manera positiva, quienes e manera unánime habían asistido anteriormente a ferias de diseño gráfico e ilustración, seguidos por ferias gastronómicas y editoriales con un 46,2%.

GRÁFICO N°22

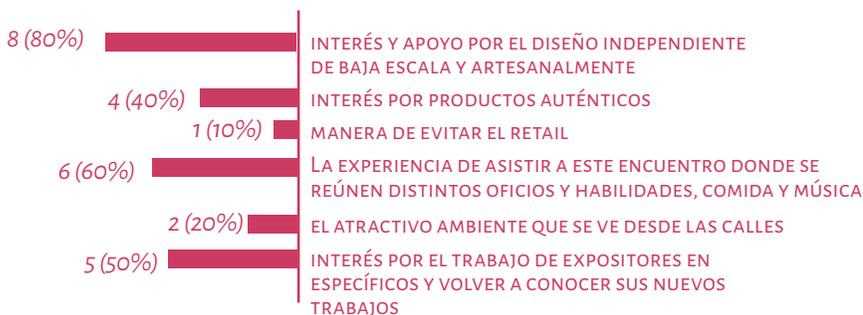
¿ QUÉ TIPOS DE FERIA FRECUENTA?

Lo que resulta significativo al percibir la gran asistencia a instancias que mantienen una base similar pero con distintos enfoques.

Es de gran importancia, conocer las motivaciones de las audiencias para asistir a estas instancias, por lo que se les preguntó: ¿Cuál de estas alternativas se acerca de mejor manera a su motivación para participar de esta versión de *Feria Estampida*?. Donde la alternativa “Interés y apoyo por el diseño independiente producido a baja escala y artesanalmente” tiene el mayor porcentaje de 80%, seguido de “La experiencia de asistir a este encuentro donde se reúnen distintos oficios y habilidades, comida y música” con un 60%, donde las palabras de interés, apoyo y experiencia cobran sentido y se percibe la conciencia de un cierto grupo de sujetos por esta escena de diseño independiente.

GRÁFICO N°23

¿CÚAL DE ESTAS ALTERNATIVAS SE ACERCA DE MEJOR MANERA A SU MOTIVACIÓN PARA PARTICIPAR DE ESTA VERSIÓN DE ESTAMPIDA?



///.

GESTIÓN

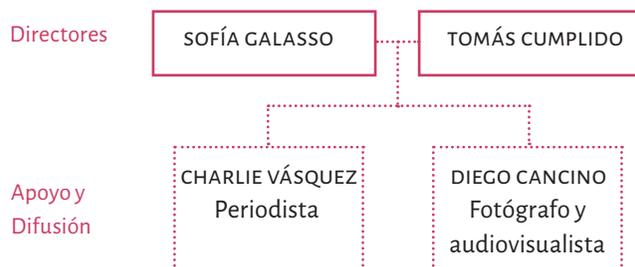
Como en cualquier organización y proyecto, se debe contar con una metodología cronológica de trabajo, contar con un equipo comprometido y generar una asignación de tareas para lograr un óptimo funcionamiento.

Por lo tanto, para conocer acerca de la gestión realizada por los organizadores de las ferias de diseño, se realizarán dos tablas basadas en lo descrito por los organizadores de la Feria de artes gráficas *Kontrabando* y la Feria de ilustración y diseño *Cohete Lunar*.

La siguiente tabla, sintetiza lo señalado por Tomás Cumplido y Sofía Galaso²¹⁴, quienes son los gestores de la Feria Cohete Lunar, quienes respecto al equipo de trabajo, explican que antes del año 2016 consistía

GRÁFICO N°24

ORGANIGRAMA FERIA COHETE LUNAR



Esquema de elaboración propia.

²¹⁴ Estudiantes de diseño Universidad Diego Portales.

ellos lo conformaban, pero posterior a esto se incluyó a Charlie Vásquez y Diego Cancino, al demostrar su entusiasmo por formar parte del equipo.²¹⁵

A pesar de no tener roles estrictamente definidos, los organizadores son Tomás y Sofía, quienes cumplen el rol de gestores, productores y directores, quienes realizan la curatoría de los expositores y desarrollan el programa del evento. En cuanto a Charlie, desde su profesión de periodista genera material de prensa y busca nuevos canales de difusión. Por lo que Diego, se dedica exclusivamente a registrar el evento con material fotográfico y audiovisual, como lo señala el organigrama.

²¹⁵ Cumplido Tomás y Sofía Galasso; entrevista personal [abril-2018]

Al explicar su metodología de trabajo han dividido tres etapas fundamentales para el desarrollo del evento: pre-producción, producción y pos-producción. En cuanto a la pre-producción se establecen las actividades que se realizan previo a la fecha del evento, la producción es

GRÁFICO N°25

PLAN DE ACCIÓN FERIA COHETE LUNAR

ACTOR	ETAPA	PRE-PRODUCCIÓN	
SOFÍA GALASSO		<ul style="list-style-type: none"> · Diseñar identidad gráfica · Material gráfico para difusión en redes sociales · Realizar presupuesto 	<ul style="list-style-type: none"> · Buscar y confirmar espacio · Crear bases de postulación · Curatoría de expositores · Buscar y confirmar espacio · Establecer disposición de mesas
TOMÁS CUMPLIDO		<ul style="list-style-type: none"> · Logística equipo de sonido · Programa de bandas musicales 	
CHARLIE VÁSQUEZ		<ul style="list-style-type: none"> · Realizar notas de prensa · Gestión de publicidad 	
DIEGO CANCINO			

el momento mismo del evento desde el montaje hasta que termina el encuentro y por último, en la pos producción cuentan con las tareas ligadas a la retroalimentación que generan los organizadores con la audiencia, como además de la evaluación del evento y el cierre de los procesos.

Al visualizar las tareas de cada integrante que representa el plan de acción, se comprende que en la etapa de pre-producción los directores son quienes realizan la mayor cantidad de tareas, abarcando la conceptualización y curatoría del evento, donde además de realizar sus propias responsabilidades existen tareas que se realizan en conjunto, como la curatoría de los expositores que es una decisión significativa por lo que, en este caso, es compartida y debatida entre ambos.

En la etapa de producción, el cual abarca el día del evento, el esquema representa que, a pesar de tener tareas individuales, el equipo de trabajo

Esquema de elaboración propia.

PRODUCCIÓN	POS-PRODUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> · Montar y distribuir mobiliario · Recibir expositores · Supervisar área de expositores 	<ul style="list-style-type: none"> · Cuadrar gastos del presupuesto · Publicar agradecimientos en redes sociales. · Subir fotografías y cápsula audiovisual a las redes sociales. · Sortear y entregar premios de la rifa. 	<ul style="list-style-type: none"> · Realizar <i>Streaming</i> en redes sociales · Preparar nuevo evento
<ul style="list-style-type: none"> · Montar escenario · Supervisar desarrollo de tocata 	<ul style="list-style-type: none"> · Devolver sillas · Desmontar escenario 	<ul style="list-style-type: none"> · Desmontaje · Ordenar espacio
<ul style="list-style-type: none"> · Recibir expositores · Atender stand de Cohete Lunar · Apoyo en temas imprevisto y de emergencia. 		
<ul style="list-style-type: none"> · Realizar registro fotográfico y audiovisual del evento 	<ul style="list-style-type: none"> · Editar fotografías · Realizar cápsula audiovisual 	

coopera con el fin común de ejecutar el proyecto de la mejor manera frente a cualquier eventualidad; etapa que consiste con mayor trabajo físico, ya que es llevada a cabo en una o dos jornadas principalmente, lo que genera un agotamiento físico.

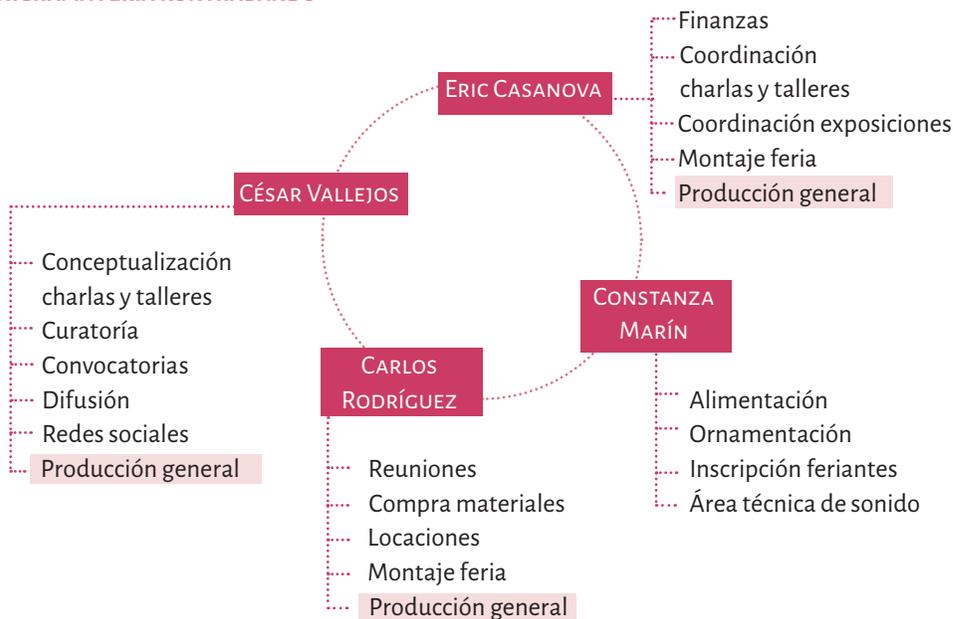
Finalmente en la etapa de pos-producción, la cual comienza con el desmontaje, es donde se realiza el cierre del proyecto, generalmente se escribe un comunicado en redes sociales para agradecer a los expositores, asistentes y colaboradores por el apoyo; como además, a manera de equipo, se cuadran y justifican gastos y se evalúa el proyecto para organizar una próxima versión.

En cuanto, a la organización de la Feria de Artes gráficas *Kontrabando*, señala su organizador César Vallejos al explicar que “los roles son variados y se van acordando,”²¹⁶ sino que se ordenan según sus tiempos y aptitudes, sin embargo, reconoce que se han ido repitiendo patrones en cada integrantes, llegando a lo demostrado en el siguiente esquema, el cual demuestra que las actividades relacionadas con la curatoría y organización

²¹⁶ Vallejos, César; entrevista personal [agosto-2018]

GRÁFICO N°26

ORGANIGRAMA FERIA KONTRABANDO





general son dirigidas por César; a lo señalan que: “funcionamos mucho desde la horizontalidad; *Kontrabando* posee ese espíritu cooperativista, un miembro un voto y discusiones sobre cual temática tratará cada feria.”²¹⁷

—
Feria Kontrabando.
Barrio Concha y Toro,
diciembre 2017. Fotografía
personal.

En tanto a el plan de acción, abarca un promedio de 7 meses de trabajo con una considerable cantidad de actividades. Se visualiza a raíz del siguiente esquema, que la mayor cantidad de trabajo está en la etapa de planificación anterior al evento mismo, destacando tareas ligadas a la publicidad y gestión con medios de difusión, el diseño de la identidad gráfica y su exposición en redes sociales; como además la gestión con talleristas y músicos con 5 meses de anticipación.

Asimismo, respecto a la convocatoria y lo curatorial:

“A veces se ha hecho entre todos, entre dos o entre uno; hay que hacer la selección de quienes postular como también se invita a gente que no necesariamente postula y que se observa, también hay un rol de observación que lo cubrimos todos”.²¹⁸

Postulación que es expuesta al público al menos por dos meses, para luego pasa por el proceso interna de selección y los resultados de esta son publicados en agosto. Como también la actividad compartida de producción general está ligada: “conseguir el espacio, hacer las vinculaciones económicas, cuadrar los dineros para sustentar la feria”²¹⁹

²¹⁷ Vallejos, César; op.cit.

²¹⁸ Ibíd.

²¹⁹ Ibíd.

En cuanto a la etapa de producción, al igual que Cohete Lunar, las actividades son más prácticas que estratégicas, donde lo primordial es el montaje físico del encuentro, que a esta altura ya fue pensando en cuando a distribución de los espacios y el recorrido del público, ya que “en el espacio hay que hacer una especie de levantamiento, que lo hacemos de manera mental, donde decidimos ‘en estos metros cuadrados caen tantos feriantes’, por lo tanto, esta va a ser la meta para esta ocasión”.²²⁰

²²⁰ *Ibíd.*

GRÁFICO N°27

PLAN DE ACCIÓN FERIA KONTRABANDO

ETAPA ACTIVIDAD	PRE-PRODUCCIÓN				
	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
COMPRAS	Compras de inversión				
CONVOCATORIA		Apertura	Cierre	Publicar resultados	
DIFUSIÓN	Difusión redes sociales de convocatoria	Gestión con medios de prensa	Difusión artistas en RR.SS		
DISEÑO GRÁFICO	Gráficas de difusión de convocatoria		Identidad gráfica feria		
INSCRIPCIONES/COORDINACIONES	Inscripción feriantes nuevos y antiguos				
COORDINACIÓN ACTIVIDADES		Coordinación show musical/ acuerdo con músicos	Convocatoria interna para realizar talleres	Coordinación general de talleres y expositores	
PRODUCCIÓN GENERAL		Creación bases de postulación	Curatoría/ selección de expositores	Producción charlas, talleres y show en vivo	
REGISTRO					
MONTAJE DE EXPOSICIONES					
ADMINISTRACIÓN	Contabilidad				

A modo de conclusión, la información respecto a la gestión de las ferias recaudada a partir de las entrevistas personales, deja a entrever que a pesar de ser ferias con objetivos diferentes, poseen una estructura básica común, quienes separan tres etapas claves para el desarrollo de cada encuentro; quienes al llevar a cabo estas instancias de modo autogestionado y alejado de burocracias, son gestadas desde el cariño y compañerismo, no poseen estructuras rígidas en cuanto a los roles de trabajo, sino que son maleables dependiendo de los tiempos y gustos de cada integrante.

Esquema de elaboración propia.

		PRODUCCIÓN	POST-PRODUCCIÓN
SEPTIEMBRE	OCTUBRE		NOVIEMBRE
Compra de insumos y materiales	Compra insumos, catering y varios		
	Difusión en medios masivos		
	Impresión piezas gráficas de la feria		
Coordinación final con expositores	Coordinación técnica de amplificación del show		
		Montaje exposiciones	
Coordinación final talleres, charlas y expositores			
Visita técnica a locación			
		Registro fotográfico y audiovisual	Publicación registro
Visita técnica a locación		Montaje y desmontaje	
			Contabilidad general Rendición de cuentas

IV. FERIAS

En cuanto a ferias de diseño en Chile, no existe mayor información ni de manera cualitativa como cuantitativa, por lo que es necesario levantar información sobre estas en cuanto a cantidad, ubicación y su puesta en escena. Por ende, se realizó un catastro a través de Internet y redes sociales, para generar un mapeo de Santiago que visualice las comunas donde se llevan a cabo la mayoría de las ferias ligadas al diseño, como además se realizará un trabajo en terreno de registro fotográfico cuya finalidad es comprender la logística de las ferias en cuanto a la curatoría, disposición espacial de los expositores y cómo se genera el recorrido de la exposición.

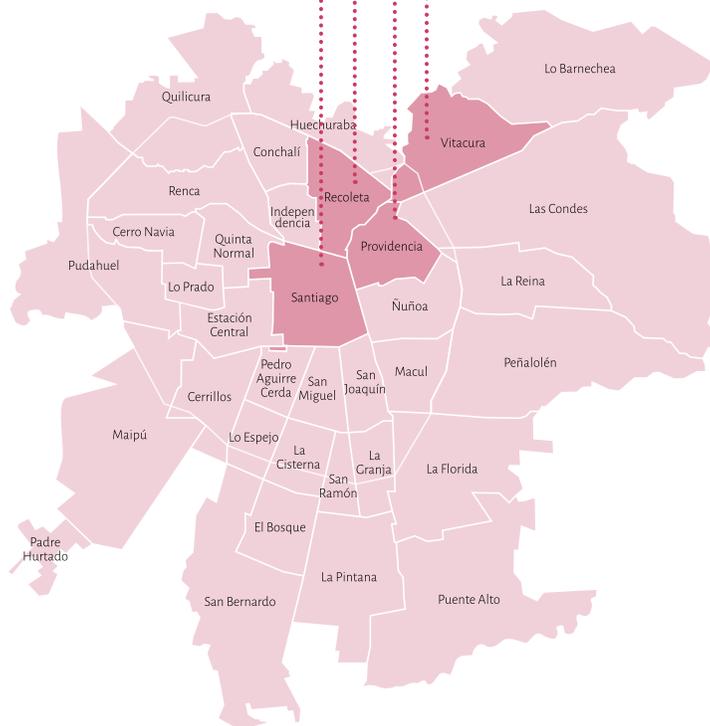
A pesar que el proyecto esta enfocado en la ciudad de Santiago, es necesario destacar, además de la capital, dos ciudades en las cuales se realizan con cada vez mas cantidad estos encuentros: Valparaíso y Concepción. Por ejemplo, en la Valparaíso se realiza el Encuentro de Diseño *CtrlG*, Feria *Rayas*, Feria *Callejera*; como en Concepción se lleva a cabo una versión de *Hola Chao*, Feria *Manufactura*, Festival *Estelar*, entre otros, lo que da entrever que son ciudades con un ejercicio activo de la disciplina de manera independiente.

En cuanto a la capital, existe una gran cantidad de ferias, incluso ligadas a grandes cadenas de centros comerciales; sin embargo, para el presente proyecto se considerarán 18, las cuales tienen gran convocatoria y cuentan con versiones anteriores. Como representa el mapa, destacan 4 comunas en las cuales se desarrollan estos eventos. Donde la comuna de Santiago posee la mayor cantidad, seguida de Providencia y finalmente la comuna de Recoleta y Vitacura.

GRÁFICO N°28

MAPEO DE FERIA EN SANTIAGO, CHILE

- Safari Feria
 - Feria Estampida
 - Hola Chao
 - Kontrabando
 - Feria MásDeco Market,
 - Impresionante, Feria de Arte Impreso
 - Rvda, Arte y feminismo
 - Feria del fin del mundo
 - Santiago Ilustrado
 - Feria Rara
 - Feria Ciudadana de los oficios
 - Artistas de la Madera
 - Feria de Artes Aplicadas (1960)
- Encuentro Local
 - 30 kilates
 - Cohete Lunar
 - Expo Materia Prima
 - Mercado Mastica



Esquema elaboración propia

IV.I. ESPACIO

El lugar físico donde se desarrolle el evento infiere el discurso que mantiene cada feria, por ejemplo la Feria *Kontrabando* que posee una propuesta política, tiene un enfoque itinerante por lo que en cada versión buscan nuevos lugares, es decir, espacios públicos o privados “donde la arquitectura te acompañe, que sea un espacio por descubrir, una doble lectura de sacar los talleres a la calle y re descubrir la calle”²²¹. la cual se ha realizado en la Casa Central de la Universidad de Chile, en los pasajes del Barrio Concha y Toro, en el Liceo de Aplicación, Teatro Huemul, entre otros lugares. Del mismo modo lo expresa Sofía de Cohete Lunar: “el evento de mayo (2018) que será en una Plaza de Bolsillo esperamos realizarlo una vez al mes con menos expositores, y hacerlo mas de barrios”²²². Lo que concluye que la elección del lugar posee una carga significativa en cuanto al discurso que mantiene cada feria.

Asimismo, el uso de espacios convencionales de cultura han sido aprovechados en aumento para el desarrollo de estos encuentros, lo demuestra el ímpetu que poseen los organizadores en buscan espacios que simbólicamente pueden ser herméticos, pero han logrado abrirse. Como fue el caso de *Cohete Lunar*, cuyo equipo de trabajo estudia en la Universidad Diego Portales y, mediante un arduo proceso de autorizaciones, lograron realizar múltiples versiones en el hall central de la Facultad de Arte, Arquitectura y Diseño²²³; de la misma manera la Feria *Impresionante* en el MAC Parque Forestal, *Santiago Ilustrado* en el Centro Cultural La Moneda, Feria *Fin del Mundo* en la Casa de los Diez, así como muchos eventos más donde se utilizan espacios que están capacitados en cuanto a infraestructura para realizar este tipo de eventos, pero no en todos los casos fueron creados para tal.

Igualmente, en la búsqueda activa que mantienen los gestores para llevar a cabo estos eventos, se han realizado encuentros en Barrio Yungay, Barrio Concha y Toro, las Pasarelas Verdes de las Torres San Borja, la Plaza de Bolsillo de Santo Domingo y la de Santa Isabel, entre otras; espacios públicos que han reinventado e incluido en su programa cultural a estos encuentros.

²²¹ *Ibíd.*

²²² *Ibíd.*

²²³ “Festival Cohete Lunar 2016”; en: <http://diseno.udp.cl/tag/festival-cohete-lunar> [consultado abril-2018]

A raíz de esto, se interpreta que tanto la comuna, barrio o infraestructura en la cual se emplace cada evento da señales del público al cual se enfoca y la calidad de los productos en cuanto a su valor monetario. Como se puede visualizar que las ferias son realizadas en comunas céntricas con el

objetivo estratégico de alcanzar la mayor cantidad de público en cuanto a su conectividad y transporte.

En cuanto al emplazamiento y disposición de stands, en la totalidad de las ferias la propuesta de los expositores sigue el mismo patrón, en cuanto a la experiencia “feria”, donde se despliegan mesones rectangulares y se ubica sentado el expositor detrás de esta, y por la otra parte de la mesa deambula el público quienes realizan el recorrido de la feria para finalmente comprar lo que mas les interese. Como se explica en las siguientes fotografías, donde dependiendo del lugar físico se realizan los recorridos para que el público visite todos los stand y no se generen espacios aislados.



IMAGEN 1: FERIA DE ARTES GRÁFICAS KONTRABANDO, LICEO DE APLICACIÓN (WWW.FACEBOOK.COM/FAGRAFIK)

IMAGEN 2: FERIA ESTAMPADA, PASARELAS VERDES TORRES SAN BORJA. (FOTOGRAFÍA PERSONAL)

IMAGEN 3: FERIA DE ARTE IMPRESIONANTE, MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO (WWW.FACEBOOK.COM/FERIAIMPRESIONANTE)

Como en la imagen 1, en el Liceo de Aplicación, lugar amplio y cuadrado por lo que resulta simple la disposición de stands, en el cual se generaron dos columnas céntricas y dos a los bordes del lugar, lo que originó un recorrido uniforme. Por el contrario, como señala la imagen 3, al tener un espacio rectangular, dispuso un recorrido con mayor complejidad, al formar una columna central con expositores por ambos lados, y además se dispuso a los expositores de la manera que formarían 4 cuadrados. Disposición que genera más dinámica al evento, pero resulta con mayor complejidad para la audiencia el tener un orden.

Sin embargo, no todos los lugares son uniformes y poseen una infraestructura óptima para el montaje de estos encuentros, por lo que se debe organizar dependiendo de lo que entregue el espacio. Como representa la imagen 2 en el parque aéreo, la cual cuenta con pasillos angostos y otros amplios, por lo que hubo que generar un recorrido en el cual en un momento constaba con expositores a ambos costados, y en otros solo con uno.

IV.II. PROGRAMA

Ya que estos encuentros se han proyectado como panoramas culturales y familiares, cuentan además de los stands de expositores, con emprendedores de áreas culinarias que comercializan productos de repostería, bebidas e incluso comida salada, con el auge de los *Food Trucks*. Han añadido la música en vivo como parte fundamental en algunos eventos, donde diversos grupos independientes tienen cuentan con una programación

adicional lo que atrae mayor cantidad de público y genera una instancia para ser visitada por mayor lapso de tiempo. Se han establecido espacios para consumir los alimentos y compartir, ya que familiar donde acuden grupos con amigos o familia.

—
**Café Triciclo, en Feria
 Estampida, octubre 2017.
 Fotografía: Diego Salinas**



IV.III.ESQUEMA OFICIOS/VALOR

Por lo tanto, con la finalidad de clasificar los objetivos, público, puesta en valor de la manufactura y el capital económico de cada feria, se realiza el siguiente esquema basado en el desarrollado por Bourdieu, cuyas variables son el protagonismo que otorga la feria en visualizar los oficios mediante la puesta en valor de sus procesos y el valor económico a nivel general de los productos comercializados.

VALOR ECONÓMICO

En cuanto al valor económico que va desde lo más bajo hasta los más alto, se observa que las ferias de artes gráficas e ilustración que poseen un discurso ligado a lo político, la autogestión, la anarquía y lo cooperativismo —como *Kontrabando*, *Feria del fin del mundo*, *Rvda Arte y feminismo*— son quienes poseen una escala de valores inferiores, las cuales son desarrolladas por colectivos autogestionados; como además, al ser productos realizados con materiales de bajo costo llegando generalmente a impresiones digitales o análogas, en su mayoría, los costos no son elevados comparados con otras artes.

De lo contrario, en las ferias que se encuentran el parte superior del esquema se comercializan productos con mayores precios, son quienes están ligadas a las artes de la madera, textil, del fuego y el metal; donde se comercializan productos de vestuario, cerámicas, joyería, entre otros; los cuales poseen un proceso productivo con costos más elevados que las artes gráficas generalmente; como los emprendedores que participan en *Encuentro Local* dedicados a la ebanistería y curtidería.

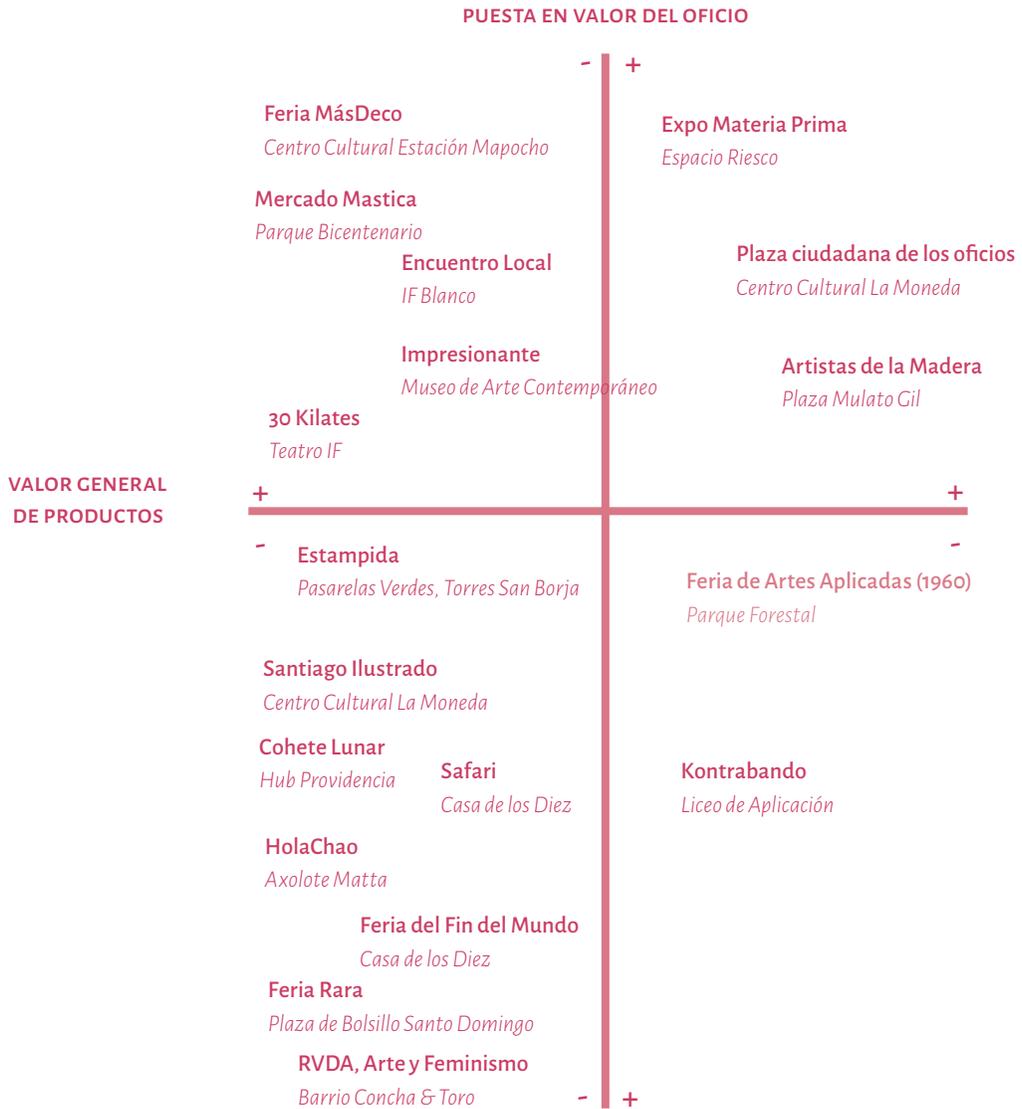
Finalmente, otros factores involucrados en el precio de los productos tiene relación con el costo del arriendo del local, como *Feria MásDeco* y *Materia Prima* que son emplazadas en el Centro Cultural Estación Mapocho y Espacio Riesco respectivamente, espacios que poseen un valor superior a los no convencionales o públicos, quienes además cobran valor por entrada al público. En cuanto a los expositores, deben costear un valor de admisión superior por lo que deben comercializar a un nivel que genere ganancias.

—
Taller encuadernación en
Feria Rara, Plaza de Bolsillo
Santo Domingo, agosto,
2018. Fotografía personal.



GRÁFICO N°29

RELACIÓN PUESTA EN VALOR DE LOS OFICIOS Y VALORES DE PRODUCTOS DE LAS FERIAS DE DISEÑO



Esquema elaboración propia, basado en el Esquema de Espacio de las posiciones sociales y espacio de los estilos de vida de Pierre Bourdieu (ver p.87)



PUESTA EN VALOR DE LOS OFICIOS

Referente al protagonismo en visualizar el proceso productivo como parte de la puesta en escena de cada creador, el esquema anterior representa que las ferias ligadas a la ilustración son quienes tiene un carácter comercial por sobre lo educativo, ya que no existen ferias de ilustración donde se realice el proceso de boceteo o impresión en vivo; lo que deja entrever que son escasas los encuentros en donde se le otorgue protagonismo a demostrar la técnica trabajada al público, ya que principalmente consisten en venta de productos terminados, donde se omite por completo el proceso.

Sin embargo, en el Encuentro y feria *Artistas de la Madera*²²⁴—organizada por el Museo Taller y el Museo MAVI, realizada el 11 y 12 de agosto 2018 en la Plaza Mulato Gil, Barrio Lastarria— se montó un espacio de trabajo el cual representaba el taller de un carpintero a cargo del Museo Taller, donde se exhibieron sus maquinarias y herramientas, lugar donde se realizó el taller “Armado de animales de madera”.

Continuando con la misma lógica, en *Plaza de la Ciudadanía de Oficios*—enmarcada dentro del festival OH!Stgo, gestionada el 8 de septiembre 2018 en el Centro Cultural la Moneda— se realizaron muestras in vivo de oficios tradicionales, como explica el evento: “habrá talleres demostrativos organizados por la Fundación Artesanías de Chile en los que se



—
**Museo Taller en la feria
Artistas de la Madera, Plaza
Mulato Gil, agosto 2018.**
www.museotaller.cl

²²⁴ Ver: <https://www.mavi.cl/2018/07/30/encuentro-artistas-de-la-madera>
[consultado agosto-2018]



Puesto de la ceramista Doris Vallejos en la Plaza Ciudadana de los Oficios, Centro Cultural La Moneda, 8 de septiembre 2018. Fotografía personal.



Puesto del colectivo Serigrafía Instantánea, en Feria Kontrabando, Barrio Concha y Toro. 23 de diciembre 2017. Fotografía personal.

enseñará a crear artesanías en madera y cerámica, además de arpillería y cestería²²⁵ los que se desarrollaron en intervalos de tiempo, como el taller de volantín entre 11:00 a 12:30, en la cual los diversos artesanos desarrollaron su trabajo en su propio stand a la vista de los niños y adultos que asistieron.

Asimismo, en encuentros como *Kontrabando* y *Feria Rara*, se han realizado talleres a la vista del público, como el proyecto de encuadernación *EntreMonos* quienes enseñaron la técnica en el mismo espacio donde se emplazaban los expositores, por lo que se ha dejado de realizar actividades –conversatorios, talleres, charlas– en lugares ajenos a la feria.

En cuanto a proyectos de artes aplicadas que tengan como parte de su puesta en escena en las ferias el desarrollo de su técnica en vivo, destacan el colectivo *Serigrafía Instantánea* que desde el año 2008 estampan prendas de vestir con múltiples bastidores de serigrafía que diseñan con anterioridad; asimismo destaca la imprenta artesanal *Guiña* quienes asisten a las ferias con los materiales necesarios para realizar linografías *in situ*, quienes generalmente asisten con un rodón de prueba, papeles, tintas, rodillos y elementos de limpieza, tal como lo realizaba el Taller 99 en las ferias de Artes Plásticas de 1960.

Lo cual se demuestra, que las ferias como soporte, a pesar que mantienen una lógica base común, tienen distintos objetivos, público y curatorías, lo que se ve reflejado en el anterior esquema de Bourdieu, que representa hacia donde tienden, mayormente ligado hacia lo comercial que hacia lo educativo.

²²⁵ “Artistas de la madera”; en <http://www.ccplm.cl/sitio/celebremos-fiestas-patrias-en-la-plaza-ciudadana-de-los-oficios> [consultado septiembre-2018]



TERCERA SECCIÓN
PROYECTO

/.

PROPUESTA

A raíz de lo analizado y cuestionado anteriormente, como el comprender la importancia de visualizar la cadena de valor en los productos comercializados en ferias de diseño independientes, se gestionará un anteproyecto el cual consiste en una feria de oficios llamada *Taller Abierto, feria del error y el amor*.

El proyecto tiene por objetivo poner en valor los oficios, evidenciando el trabajo desarrollado antes de llegar a un producto final, y posicionar el evento como un escenario de intercambio de conocimiento por sobre el comercial e individual; resaltando el trabajo colaborativo, la normalización del error como parte del proceso de aprendizaje de un oficio, el cariño y dedicación expuestos en cada pieza, como además de ser un punto de encuentro entre creadoras y creadores de diferentes áreas relacionadas a las artes, diseño y oficios, quienes desarrollan emprendimientos ligados a la artes gráficas, textiles, del fuego, del metal y de la madera.

Por lo cual, se plantea como una plataforma de exhibición y comercialización de productos locales, siendo un medio para revalorizar el trabajo manual, humano e invisibilizado que poseen los productos terminados.

El formato de *feria* se plantea como un soporte en la cual los oficios puedan ser expuestos a la audiencia, por ende, se convocará a creadores que desarrollen un oficio de la manera que posean la capacidad—debido a las condiciones de infraestructura del espacio—de generar sus productos *in situ* situándose fuera de su taller, quienes deberán presentarse con sus implementos y herramientas para demostrar el proceso productivo—o parte de él— que desarrollan para llegar a sus productos finales.

Además de exponer productos que fueron rechazados por errores de índole técnico o creativos, como también productos creados al comenzar con el oficio demostrando la evolución y perfeccionamiento de la técnica de cada productor.

Este encuentro, se realizará en la Casa de Los Diez, casona ubicada en la calle Santa Rosa #179, en pleno centro de la capital, durante los días sábado 9 y domingo 10 de noviembre 2019, la cual contará con la participación de 40 expositores provenientes de todo el territorio nacional, otorgando un mínimo de 10 de los cupos –25%– para los expositores de regiones, como también 5 cupos serán destinados para invitados, uno de cada área de las artes aplicadas.

Igualmente, el evento contará con cuatro talleres de oficios para 15 personas cada uno, en los cuales se podrá participar por inscripción previa y de manera gratuita; se coordinarán conversatorios con creadores locales donde se generarán debates sobre el quehacer del diseño y sus proyecciones, asimismo, presentaciones de proyectos.

Durante la feria se entregará de manera gratuita productos de merchandising y una publicación la cual contará con información sobre los oficios que se verán expuestos en la feria.

Para generar un encuentro que implique un alto impacto en el ambiente cultural, se debe potenciar de sobremanera la difusión mediante múltiples canales, por ende, se contempla la publicidad por redes sociales Facebook e Instagram–, gestionar alianzas con marcas y proyectos ligados al diseño y las artes que difundan a través de sus propios canales el encuentro. Asimismo, el plan de difusión contempla dos conversatorios en las ciudades de Valparaíso –en *Estudio Cerro*–, en Concepción –en *Casa 919*– los cuales corresponden a espacios culturales no convencionales, donde se invitará al público de manera abierta a debatir sobre la disciplina a nivel local, como también se instará al público a asistir al encuentro en la capital.

//.

CURATORÍA

II.I. LINEAMIENTOS GENERALES

Respecto a los lineamientos generales del encuentro, la curatoría se basará en lo siguiente:

- **Producto:** Los creadores deben presentar un emprendimiento o proyecto de carácter autoral y en cuyo proceso productivo predomine el trabajo manual y de baja escala por sobre el industrial.
- **Oficios:** El proyecto deberá enmarcarse dentro de una –o más– de las siguientes categorías: artes gráficas, textiles, del fuego, de los metales y/o de la madera. Por ejemplo:
 - **Artes gráficas :** Grabado en múltiples soportes, impresión (serigrafía), encuadernación artísticas en sus múltiples variantes, afiche e ilustración.
 - **Artes Textiles:** Técnicas en tejido, como paño, juguetería y ornamental.
 - **Artes del Fuego:** Trabajos en cerámica, esmalte sobre metales y vidrios.
 - **Artes de los Metales:** Fundido, forja y repujado, orfebrería.
 - **Artes de la Madera:** Trabajos de juguetería y mueblería.
- **Proceso productivo:** Los expositores deberán tener la capacidad logística de desarrollar el proceso productivo (o parte de este) *in situ*. Además de presentarse con sus implementos y herramientas para generar una exhibición del proceso y sus materiales a la audiencia.
- **Habilidad y compromiso:** Se gestionará un encuentro donde predomine el valor de los oficios, el respeto por el trabajo artesanal y las proyecciones

que se esperan de los emprendimientos, por lo tanto, se busca contar con proyectos individuales o colectivos levantados con responsabilidad y compromiso, que presenten productos originales y de producción propia. De la misma manera, se pretende que la audiencia valore la originalidad, la manufactura local, la pasión y el cariño por cada producto.

II.II. BASES DE POSTULACIÓN

Podrán participar del encuentro mujeres y hombres, sin rangos etéreos, ligados a las industrias creativas ya sea a través de una educación formal o informal.

Se deberá rellenar la siguiente ficha que estará en el sitio web.

- Primera parte: respecto al responsable
- Nombre del responsable, C.I., contacto telefónico, e-mail
- Ciudad y región de procedencia
- Copia de carnet de identidad y certificado de antecedentes (si fuese exigido por el encargo del lugar de exposición).

- Segunda parte: respecto al proyecto
- Nombre del proyecto
- Oficio/s que comprende el proyecto
- Links de redes sociales y/o plataformas digitales actualizadas donde se muestre fotografías de los productos (excluyente).
- Señalar las líneas de productos que serán comercializados.
- Señalar requerimientos deseables de infraestructura (Por ejemplo: ubicación exterior, soporte pared, espacio para posicionar colgador, etc.)
- Señalar los metros cuadrados aproximados que requiere para montar obra y trabajar en el momento.
- Rango de precios de sus productos.
- Etapas del proceso productivo que puede realizar *in situ*.
- Descripción de la propuesta (máximo 300 palabras).

II.III. INFRAESTRUCTURA

· La feria contará con 40 stands, los cuales tendrán diferentes dimensiones y ubicaciones dependiendo de los requerimientos de los expositores seleccionados. Sin embargo, las características aproximadas son:

- Mesa de madera trapezoidal de 100 x 40 cms de profundidad. Contará con un espacio alrededor de 50 x100 cm para posicionar material de apoyo de sus productos en el caso que sea necesario.
- 1 silla plegable por stand.

II.IV. CRITERIOS DE SELECCIÓN

- Se dedicará un 25% mínimo de seleccionados para proyectos que no pertenezcan a la Región Metropolitana.
- Se privilegiará a los proyectos que posean una propuesta y valores de productos acorde con los objetivos del proyecto y sus audiencias.
- Quienes posean una mayor capacidad de realizar su trabajo en el stand.
- Quienes posean redes sociales y plataformas de difusión actualizadas y en funcionamiento.
- Se pretende con la participación de 8 stands correspondiente a cada área de las artes Aplicadas, sin embargo, se adecuará según las postulaciones

II.V. PROCESO DE POSTULACIÓN Y SELECCIÓN

- La convocatoria estará abierta desde principio de junio hasta fines de agosto. Dentro de la semana siguiente se enviará un e-mail a los seleccionados y no seleccionados.
- Luego de haber recibido el e-mail de confirmación, cada expositor deberá confirmar su participación. En el caso contrario, su cupo quedará libre y correrá la lista de espera.
- Al momento de poseer el listado final de expositores confirmados se enviará a cada expositor un kit de prensa con material de difusión del evento que deberán publicar en redes sociales y plataformas digitales que posean.
- El día del evento, se citará a los expositores una hora antes del comienzo de esta para que a las 14:00 en conjunto se dé inicio a evento.

///.

USUARIO

A raíz del sondeo realizado a los asistentes de *Feria Estampida* 2017, los resultados arrojados respecto al rango etario que predomina son quienes poseen entre 20 a 25 años de edad con un 61,5%.

En definitiva, siguiendo a los mayores porcentajes deducidos a partir de la encuesta, se comprende que los asistentes que predominan en estos eventos son jóvenes entre 20 a 30 años que tienen relación —a nivel laboral o aficionada— a las industrias creativas, quienes pueden ser además creadores o solo consumidores, pero se interesan en conocer sobre lo que está creando, por lo que se induce, que el objetivo de consumir no es siempre el principal para la audiencia, sino que muchas veces se acude a los eventos como un panorama de aprendizaje y ocio, un momento para compartir con amigos, conocer nuevos proyectos.

A raíz de este análisis y los objetivos de *Taller Abierto* se diseñó este proyecto para a un público con interés en las industrias creativas, los emprendimientos, la manufactura y el desarrollo local de los oficios, por lo cual, se estima llegar a un público adulto joven ligado al área de las artes y el diseño, que sean consumidores de productos exclusivos de carácter manual y a baja escala.

Ante esto, se espera llegar a universitarios, profesionales y aficionados del área de las industrias creativas. Sin embargo, debido al carácter interactivo y participativo del encuentro, se convertirá en un panorama tanto cultural como familiar, por lo que se estima ser un gran atractivo para la audiencia infanto-juvenil, a lo que se debe considerar este público secundario que comprendería entre los 8 a 15 años.

Se estima que asistirán alrededor de 400 personas por día, calculo estimado referente a la *Feria Estampida* realizada en octubre 2017 donde –según el evento de Facebook– asistieron cerca de 700 personas en una jornada y no contaba con un plan de difusión²²⁶. Por ende, con la presente estrategia de promoción y difusión se espera una asistencia superior.

Sin embargo debido a que la superficie de Casa de los Diez es inferior al lugar en donde se realizó Feria Estampida y al poseer menor cantidad de expositores se estima que el público será inferior.

²²⁶ “6 versión Feria Estampida”; en <https://www.facebook.com/events/266180307208017>
[consultado abril-2018]

IV. CONTEXTO

CASA DE LOS DIEZ

El encuentro, se realizará en la *Casa de Los Diez*, casona ubicada en la calle Santa Rosa, en pleno centro de la capital, infraestructura que posee un carácter patrimonial, artístico y cultural, el cual “es una de las edificaciones más antiguas de Santiago, construida a mediados del siglo XIX, donde el importante grupo de artistas e intelectuales de principios del siglo ~~XX~~, llamado Grupo de los Diez, dejó parte de su legado”,²²⁷ reconocido como monumentos histórico desde 1997 que actualmente pertenece a la Fundación cultural *Casa de Los Diez Alfredo García Burr*.

Se caracteriza por ser un espacio que se ha reinventado y ofrece sus dependencias para el desarrollo de múltiples actividades culturales, como describe uno de sus objetivos que es: “Impulsar el desarrollo artístico y cultural a través de la producción y realización de eventos además del desarrollo profesional de creadores”,²²⁸ lo que resulta excepcional al tratarse de un lugar cultural convencional, sin embargo, da la oportunidad de acercar a sus vecinos mediante actividades artísticas y culturales, como señalan: “nos mueve el arte, la música, el diseño y la arquitectura. Por eso, nuestra casa es sede de estas expresiones que por medio de talleres residentes y algunas actividades esporádicas, le dan vida a sus espacios.”²²⁹

En este lugar, se han realizado múltiples ferias, ligadas a las artes gráficas, culinarias, musicales y artísticas como el Festival Vegano Mandril, la Feria del fin del mundo, Asian Fest, Café con Cables, Cohete Lunar, entre otras, como además, se realizan permanentemente talleres de música.

²²⁷ “Iglesias”; en <http://www.santiagocapital.cl/fichas/home/la-casa-de-los-diez/iglesias> [consultado julio-2018]

²²⁸ “Casa de los Diez”; en <http://www.casadelosdiez.cl> [consultado junio-2018]

²²⁹ *Ibíd.*

Por ende, la realización del proyecto dentro de esta edificación demostraría la paulatina democratización y apertura de las infraestructuras culturales a la comunidad, además de dar la oportunidad al público de conocer este espacio símbolo de la multidisciplinariedad que lo caracterizó.

²³⁰ "Iglesias"; op.cit.

²³¹ *Ibíd.*

²³² "Arts and Crafts"; en <http://www.casadelosdiez.cl/2018/06/20/arts-crafts-en-casa-de-los-diez> [consultado-agosto-2018]

–

Fachada Casa de los Diez,
fotografía: www.casadelosdiez.cl

Respecto a su infraestructura, posee el acceso principal por la calle Santa Rosa 179 "con un pórtico lleno de simbología, construido por Julio Ortiz de Zarate y con piedras traídas de la cantera del Cerro San Cristóbal".²³⁰ Posee un patio interior a cielo descubierto con "nueve capiteles de estilo románico, tallados por Alberto Ried, que representan a uno o más integrantes de los Diez."²³¹ Detalles arquitectónicos que demuestran su cercanía con el movimiento Arts & Crafts "sobre todo el desempeño artístico esculpido en la piedra de los capiteles y pilastras que adornan el patio central".²³²

La fecha coordinada con la administración del lugar es para el sábado 9 y domingo 10 de noviembre de 2019. Será en esta fecha debido a que en primavera son menores las posibilidades de encontrarse con un clima



lluvioso o bajas temperaturas que hacen que la cantidad de público descienda. Se realizará dos días de fin de semana, ya que, a raíz de lo experimentado en *Feria Estampida* –que se desarrolló un día viernes– una jornada de 8 horas aproximadamente resulta un tiempo breve, no es compatible con los horarios del público que trabaja y no incluye audiencia infantil.

Por estas razones, se desarrollará los días sábado y domingo con jornadas de 8 horas cada una, con el objetivo de abarcar a un público mayor y generar un panorama familiar, donde pueda asistir un público infanto-juvenil sin apuros de tiempo, asimismo, gestionar un montaje y desmontaje con un tiempo considerable.

–
**Feria Vegan Mandril, en
Casa los Diez, septiembre,
2018. Fotografía personal.**



V. PROCESOS PRODUCTIVOS

V.I EQUIPO DE TRABAJO

Al ser un proyecto que es postulado a fondos concursables el constará con su primera versión, se conforma un equipo de trabajo adecuado a estos parámetros. Como representa el siguiente gráfico:

GRÁFICO N°30

EQUIPO DE TRABAJO TALLER ABIERTO



Equipo de trabajo multidisciplinar de cinco miembros, quienes realizarán roles definidos con intervalos de tiempo variables, segmentados en áreas de trabajo, donde sus principales responsabilidades son:

Directora (ejecutora del presente proyecto): Encargado del área de dirección y curatoría, responsable de la conceptualización del encuentro, la curatoría, convocatoria, selección y planificación del montaje.

Productor/a: Encargado del área de producción, es el responsable de coordinar temáticas relacionadas al espacio de utilizar, compra de materiales y alimentación; además de gestionar y confirmar las actividades del evento (conversatorios, talleres)

Montajistas: Encargados de montar y desmontar la infraestructura de la feria el día del evento

Staff: Encargados de ser el mediador entre los usuarios y la organización, atender dudas y estar disponibles para cualquier eventualidad el día del evento.

Periodista: Encargado del área de comunicaciones. Es el responsable de diseñar e implementar el plan de difusión del encuentro.

Diseñador/a: Responsable de diseñar las piezas y soportes gráficas de difusión. Desarrollo del sitio web, diseño de merchandising y papelería. Además de tener contacto directo con los proveedores.

Community Manager: Responsable de las redes sociales y medio de comunicaciones entre la organización y los actores involucrados. Debe subir piezas gráficas a redes sociales y difundir el evento mediante publicidad como responder mensajes a través de estos canales. Monitorear constantemente el flujo de información.

V. II. PLAN DE ACCIÓN

Como se representa en los siguiente esquemas, se desarrolla un plan de trabajo de 10 meses, que comprende actividades relacionadas a la difusión, diseño, auspicio, curatoría, inmobiliario, actividades y evaluación, entre otras.

ENCARGADO/A	TAREA
DISEÑADOR	Diseñar e implementar sitio web del evento
PERIODISTA	Gestionar con auspiciadores y <i>media partners</i>
DISEÑADOR	Diseñar identidad gráfica y afiche del encuentro
PRODUCTOR	Coordinar y confirmar espacios de conversatorios en regiones
DIRECTOR	Redactar bases de postulación para expositores
PRODUCTOR/AUDIOV	Coordinar encuentro y grabar a tres creadores en sus talleres
PERIODISTA	Publicar cápsulas audiovisuales de creadores en sus talleres
DISEÑADOR	Publicar bases de postulación en plataformas web
DISEÑADOR	Crear evento en redes sociales
PRODUCTOR	Compra de materiales de inversión
DIRECTOR	Conversatorio en Valparaíso
DIRECTOR	Definir y confirmar modalidad, materiales y programa con talleristas
PERIODISTA	Realizar 1° concurso en redes sociales con auspiciadores
PRODUCTOR	Definir y confirmar sujetos expertos para conversatorios en evento

ENCARGADO/A	TAREA
DISEÑADOR	Diseña y crear decoración para evento
DISEÑADOR	Diseñar e imprimir gráfica publicitaria y merchandising
DIRECTOR	Conversatorio en Concepción
DIRECTOR/PRODUC	Proceso de análisis y selección de expositores
PRODUCTOR	Cerrar postulación
CM	Mandar e-mails a seleccionados y no seleccionados
PERIODISTA	Postular afiche a metro Informa de Metro de Santiago
DISEÑADOR	Publicar listado de expositores en redes sociales
PRODUCTOR	Abrir inscripciones para participar en talleres
PRODUCTOR	Abrir inscripciones para lanzamiento de proyectos en el evento
PERIODISTA	Publicar programa oficial con talleres, conversatorios y expositores
TODOS	Evento
FOTÓGRAFO/AUDIOV	Registro fotográfico y audiovisual del evento
CM	Difundir el evento en tiempo real por redes sociales
PRODUCTOR	Desmontaje
DISEÑADOR	Publicar fotografías y cápsulas audiovisuales a redes sociales
TODOS	Evaluar evento
PRODUCTOR	Ajustar presupuesto
PRODUCTOR	Cerrar proyecto declarando gastos

VI. GESTIÓN ESTRATÉGICA

PRESUPUESTO GENERAL

Para llevar a cabo el presente proyecto es necesario generar una red articulada de actores pertenecientes tanto al sector público como privado, para así, lograr un proyecto que logre un alcance significativo en las audiencias y se consolide como un escenario que ponga en valor temáticas ligadas al desarrollo del diseño y los oficios a nivel local.

Por lo tanto, en cuanto al financiamiento del proyecto, se postuló al Fondo Nacional de desarrollo de la Cultura y las Artes FONDART, línea de Diseño, modalidad Organización de festivales, encuentros y muestras, convocatoria 2019.

Esta línea de concurso tiene por objetivo:

“Entregar financiamiento total o parcial a aquellos proyectos destinadas a la promoción y profundización del ámbito disciplinar del diseño a nivel nacional, que aporten al desarrollo cultural del país a través de esta disciplina. Considera financiamiento total o parcial para proyectos que tengan por objeto la organización de festivales, encuentros y muestras a nivel nacional, en donde el foco sea la difusión de la disciplina del diseño”.²³³

²³³ CNCA; Fondart Nacional
Línea de Diseño, convocatoria
2019. Santiago, Consejo Na-
cional de la Cultura y las Artes,
2018, p.4.

Se requiere el financiamiento total de \$14.931.290, sin cofinanciamiento voluntario. Valores que se desglosan en los ítems de recursos humanos, gastos de operación e inversión, como se explica en la siguiente tabla respectivamente:

RESUMEN DE GASTOS

NOMBRE	TOTAL
Recursos humanos	\$7.583.400
Gastos de operación	\$6.361.090
Gastos de inversión	\$986.800
TOTAL	\$14.931.290

RECURSOS HUMANOS

Respecto a los gastos en recursos humanos, se estima la participación de cinco participante en el equipo de trabajo, donde la directora y productor trabajan 44 horas mensuales, es decir, un cuarto de jornada. El periodista, diseñador y Community Manager trabajarán 1/8 de jornada.

En cuanto a la cantidad de meses, la directora y el productor estarán presentes durante el desarrollo de todo el proyecto, en comparación con el área de comunicaciones que se integrará con posterioridad cuando ya se se establezca una coordinación general de tareas.

NOMBRE	\$ MENSUAL	IMPUESTOS*	HORAS	TOTAL MES	MESES	TOTAL
Directora	242.000	24.200	44	266.200	10	2.662.000
Productor/a	242.000	24.200	44	266.200	10	2.662.000
Periodista	121.000	12.100	22	133.100	8	1.064.800
<i>Community Manager</i>	60.000	6.000	22	66.000	6	396.000
Diseñador gráfico	121.000	12.100	22	133.100	6	798.600

TOTAL \$7.583.400

GASTOS DE INVERSIÓN

Respecto a los gastos de inversión, se requieren \$1.629.170 que son necesarios para la compra del mobiliario básico para el evento para la creación de las mesas de los expositores, teniendo en consideración la continuidad del proyecto en los próximos años. Por lo que se cotizó vía web lo siguiente:

ÍTEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	PROVEEDOR
Tableros	14	13.690	191.600	Sodimac Homecenter
Sillas	60	8.990	539.400	Calas importaciones
Pernos y tuercas	80	1.590	127.000	Easy
Palos cepillado	80	1.610	128.800	Easy

TOTAL \$986.800

Las especificaciones son:

1. Tableros: Corresponde a 14 unidades de terciado estructural de 12mm de grosor, con 1,2 x 2,4 mts, que serán dimensionados para crear cada mesa.
2. Sillas plegables: 60 unidades, que estarán a disposición de cada expositor y en el caso de acompañantes.
3. Pernos y tuercas: 80 pack son 4 pernos y tuercas cada uno.
4. Palos cepillados: 80 palos de 2" de 3,2 mts. cada uno.

GASTOS DE OPERACIÓN

El mayor porcentaje de financiamiento está destinado a los gastos de operación, que serán utilizados en las múltiples etapas del proyecto, como se señala en el siguiente esquema:

ÍTEM	TOTAL
Gráfica publicitaria	\$164.950
Impresiones	\$1.030.170
Merchandising	\$434.154
Coffee Break y alimentación	\$478.361
Insumos papelería	\$14.405
Arriendo del espacio y servicio de flete	\$1.161.000
Actividades de difusión en regiones	\$607.896
Honorario terceros	\$1.485.000
Medios digitales y plataformas web	\$790.050
Materiales talleres	\$195.110

TOTAL \$6.361.096

Alguna especificaciones son:

Gráfica publicitaria:

ÍTEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	PROVEEDOR
Pendón	5	32.990	164.950	Alo Print

TOTAL \$164.950

Impresiones

ÍTEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	PROVEEDOR
Afiches	1000	305	305.000	O grama Impresores
Flyer	700	71	49.959	Alo Print
Soportes	70	1.605	112.411	Alo Print
Diplomas	50	1.136	56.800	Imprenta Atelier

TOTAL \$524.170

Merchandising

ÍTEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	PROVEEDOR
Bolsas crea	300	612	218.484	Satibo Chile
Stickers	1000	105	105.000	Alo Print
Chapitas	1000	93	110.670	Cuack diseño

TOTAL \$434.154

Servicio de flete

ÍTEM	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	PROVEEDOR
Flete	2 viajes	60.000	120.000	Torke Ltda.
Cargadores	2	50.000	100.000	Torke Ltda.

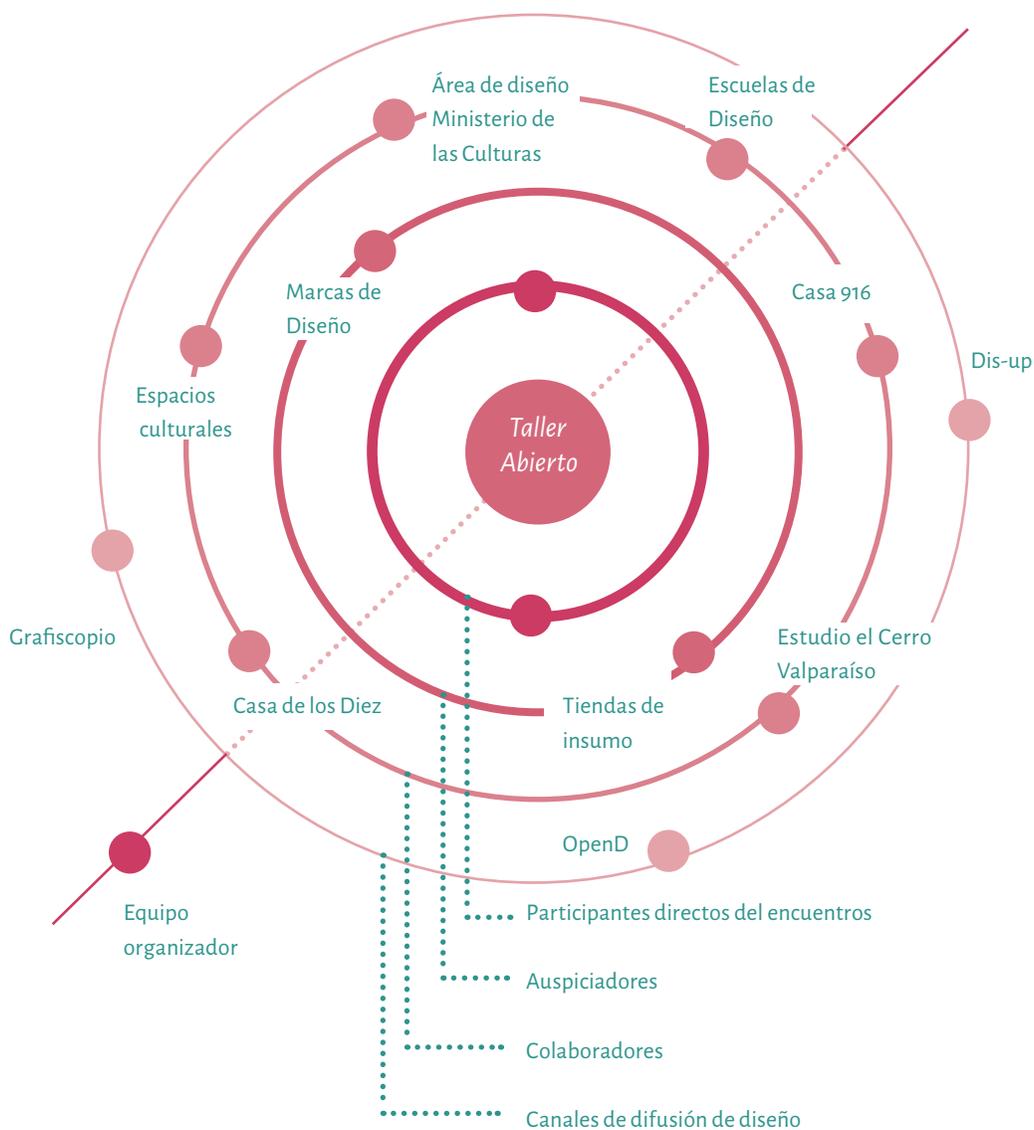
TOTAL \$261.000

CONTRAPARTES

Respecto a las contrapartes involucradas en el proyecto, se realiza el siguiente mapa de actores claves.

GRÁFICO N°31

MAPA DE ACTORES CLAVES TALLER ABIERTO



VII. DECISIONES DE DISEÑO

VII.I. IDENTIDAD GRÁFICA

Taller Abierto, se plantea como un evento el cual pone en valor los oficios y la manufactura local, por lo tanto, la identidad gráfica fue diseñada a partir de una multiplicidad de conceptos que demuestran el discurso que conlleva la feria. Los cuales son:



A partir de los conceptos señalados, se realiza una búsqueda de referentes gráficos acorde a estos, resaltando lo gestual, las texturas el error.

FAMILIA TIPOGRÁFICA

Se utilizó la familia tipográfica Alegreya Sans small caps, del diseñador Juan Pablo del Peral. En sus variantes: regular, bold y extrabold.

ALEGREYA SANS SMALL CAPS REGULAR

ALEGREYA SANS SMALL CAPS BOLD

ALEGREYA SANS SMALL CAPS EXTRA BOLD

GAMA CROMÁTICA

Se utilizó una paleta cromática de tres colores.

Rosa: Fondo y texturas

Amarillo: Fondo y texturas

Azul: Tipografía e iconografía

CMYK 2 23 25 0
RGB 246 208 190
#F6d0be

CMYK 4 0 75 0
RGB 253 236 84
#fdec54

CMYK 89 70 0 0
RGB 29 69 235
#1a45ea

LOGOTIPO

Para la creación del logotipo se utilizó la caligrafía, con un trazo manual que demuestra la gestualidad de los oficios.

Taller
Abierto

FERIA DEL ERROR Y EL AMOR

A partir de los conceptos señalados, se realiza una búsqueda de referentes gráficos acorde y se diseña una identidad gráfica que demuestre en diferentes ilustraciones los oficios o herramientas que aluden a ciertas técnicas que se encontrarán en el evento.

RECURSOS GRÁFICOS

ILUSTRACIONES ENCICLOPÉDICAS

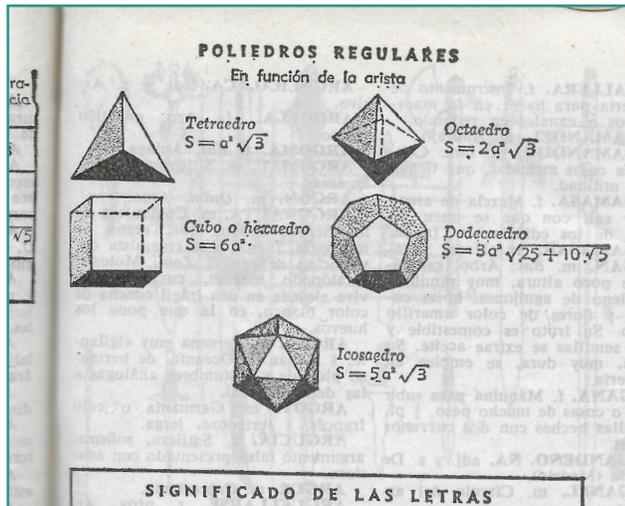
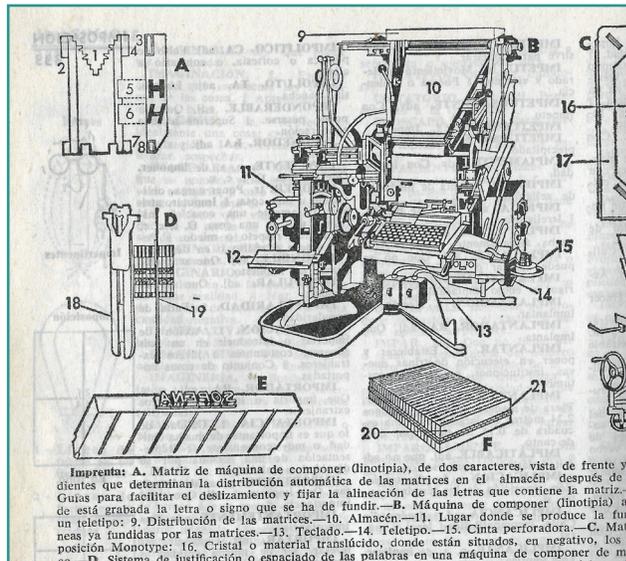
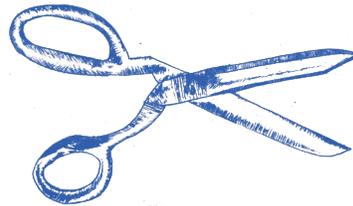
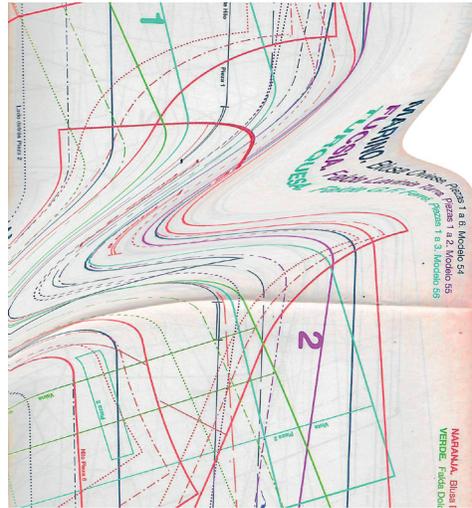
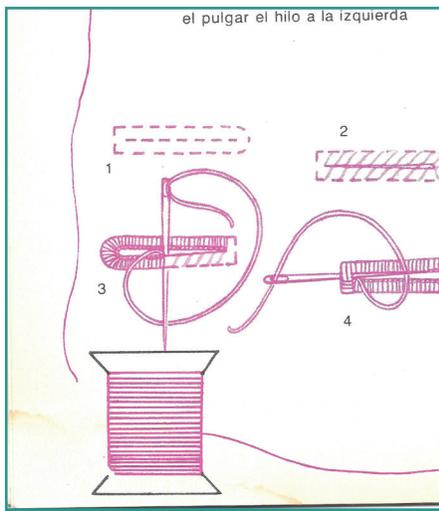
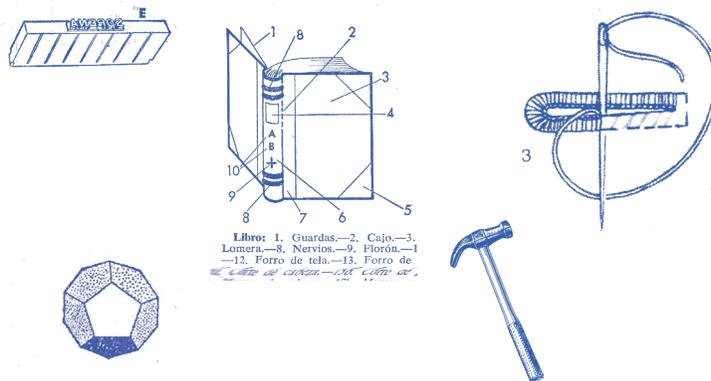


ILUSTRACIÓN DE MANUAL DE COSTURA



Ilustraciones que fueron modificadas a través de Adobe Photoshop para finalizar en monocromo, con el fin de generar iconografíaS.



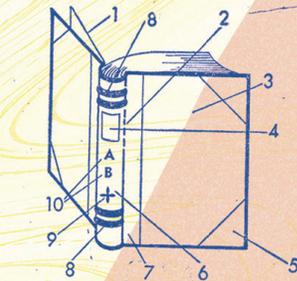
MATERIAL DE DIFUSIÓN

AFICHE

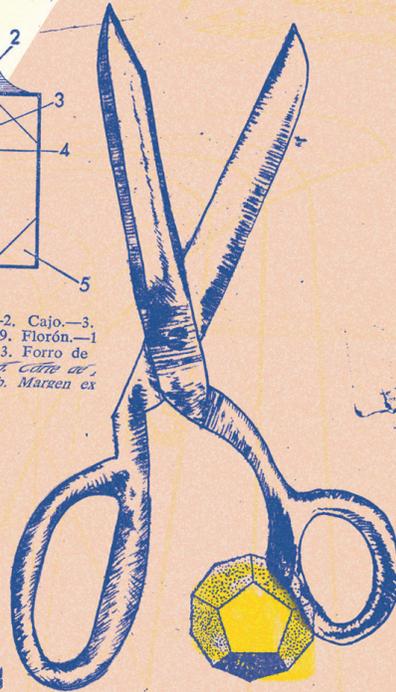
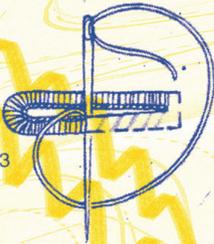
Taller Abierto

FERIA DEL ERROR Y EL AMOR

ARTES DEL METAL
DE LA MADERA
DEL FUEGO
GRÁFICAS & TÉXTILES



Libro: 1. Guardas.—2. Cajo.—3. Lomera.—8. Nervios.—9. Florón.—12. Forro de tela.—13. Forro de cabeza.—17a. Corte de cabeza.—17b. Marken ex



9 | 10 NOV 2019
14 A 21 HRS

CASA DE LOS DIEZ
SANTA ROSA 179, METRO SANTA LUCÍA,
SANTIAGO

WWW.FERIATALLERABIERTO.CL

  @FERIATALLERABIERTO

FINANCIA



PATROCINA

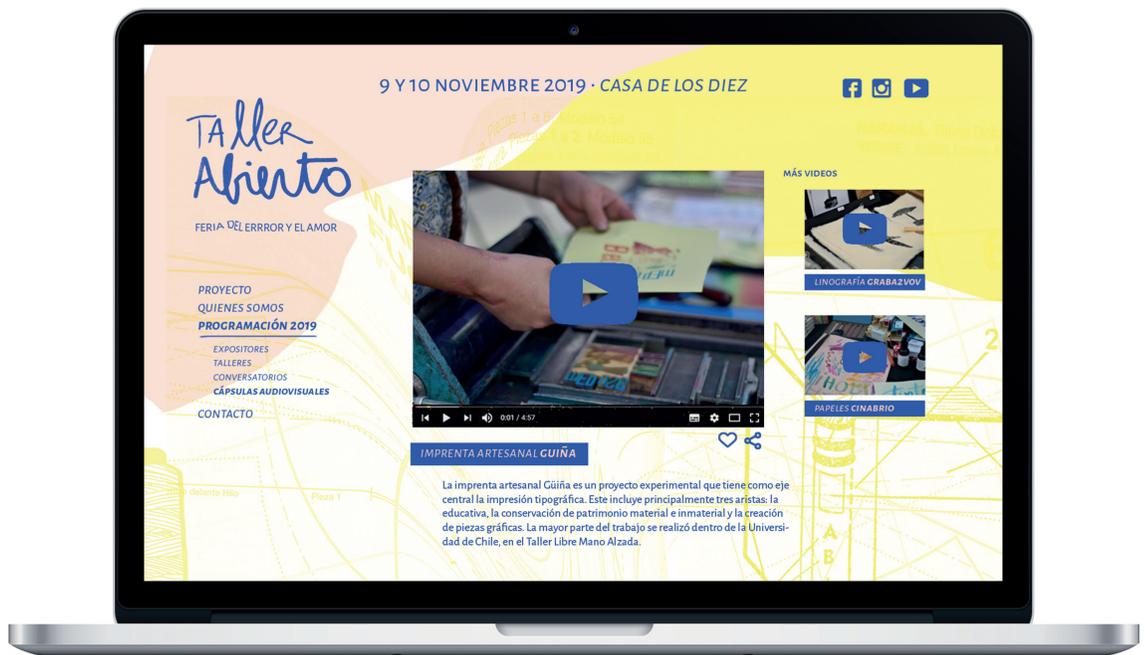


AUSPICIA



COLOR ANIMAL

SITIO WEB



VISUALIZACIÓN EN NOTEBOOK



VISUALIZACIÓN EN IPAD

DIFUSIÓN EXPOSITORES

Taller Abierto

9 Y 10 NOVIEMBRE · CASA DE LOS DIEZ



OJO POR OJO MONOS E'RATAS
 ARTENOSANAS COPUCHAS DE LA
 VAGINA BELÉN M.PALACIOS
 DRACUL41

AFUEGO LA
 ENREDADERA LITTLE SIS
 SUDAMERICAN WAFLES
 VIVEVIVERO KARI
 CORAZÓN BAKERY
 CAMILO JERÉZ CAMI
 FALCUCCI
 MANUALZADA PUPI
 CLUB FRAN ALMA

ALQUIMIAINSOLE ESCAFANDRA EDICIONES
 MINIGOLF BOOKS GRANIZO LENGUA VISUAL
 EDITORIAL GRAN NEGRO LOS LIBROS DE LA
 MUJER ROTA EDICIONES NAVEGANTES ENTRE
 MONOS GÜILA PEIBSTUDIO CINABRIO PAPEL
 LIBROS TADEYS LIBRE&SALVAJE

ESTAMPA Y ATAKA CAMILA
 PALAVECCINO TOMASÖ
 MATHEUS ARAVENA

DANIELA WILLIAM GENI
 RIOT GUIÑA LASER
 COMLOT OCHO LIBROS



VISUALIZACIÓN EN REDES SOCIALES

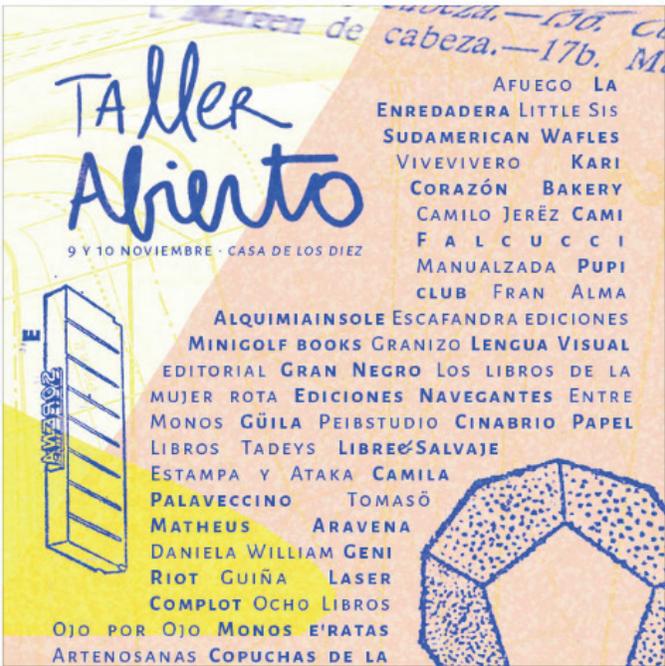
FACEBOOK



Taller Abierto
Sponsored

Like Page

LINE UP | EXPOSITORES



Taller Abierto
9 Y 10 NOVIEMBRE - CASA DE LOS DIEZ

AFUEGO LA ENREDADERA LITTLE SIS SUDAMERICAN WAFLES VIVEVIVERO KARI CORAZÓN BAKERY CAMILO JERÉZ CAMI FALCUCCI MANUALZADA PUPI CLUB FRAN ALMA

ALQUIMIAINSOLE ESCAFANDRA EDICIONES MINIGOLF BOOKS GRANIZO LENGUA VISUAL EDITORIAL GRAN NEGRO LOS LIBROS DE LA MUJER ROTA EDICIONES NAVEGANTES ENTRE MONOS GÜILA PEIBSTUDIO CINABRIO PAPEL LIBROS TADEYS LIBRE&SALVAJE ESTAMPA Y ATAKA CAMILA PALAVECCINO TOMASÓ MATHEUS ARAVENA DANIELA WILLIAM GENI RIOT GUIÑA LASER COMLOT OCHO LIBROS OJO POR OJO MONOS E'RATAS ARTENOSANAS COPUCHAS DE LA

Line Up oficial Taller Abierto 2019
Feria del error y el amor

WWW.FERIATALLERABIERTO.CL

Learn More

20 9.8K Comments 120 Shares

Like Comment Share

INSTAGRAM

Instagram

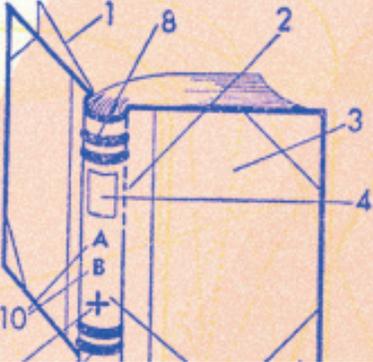
Feria Taller Abierto Sponsored ▾

Taller Abierto
FERIA DEL ERROR Y EL AMOR

ARTES DEL METAL
DE LA MADERA
DEL FUEGO
GRÁFICAS Y TÉXTILES

CASA DE LOS DIEZ
SANTA ROSA 179,
SANTIAGO

9 | 10 NOV 2019
14 A 21 HRS



♥ 89 likes

Feria Taller Abierto | 9 & 10 de noviembre | Casa de los Diez.

CREDENCIALES



TARJETA DE PRESENTACIÓN



MERCHANDISING

Durante el evento, se entregarán a los asistentes de manera gratuita una variedad de productos publicitarios que se detallaron con anterioridad en el ítem de 'gastos operacionales' del proyecto, los cuales son:

BOLSO DE CREA

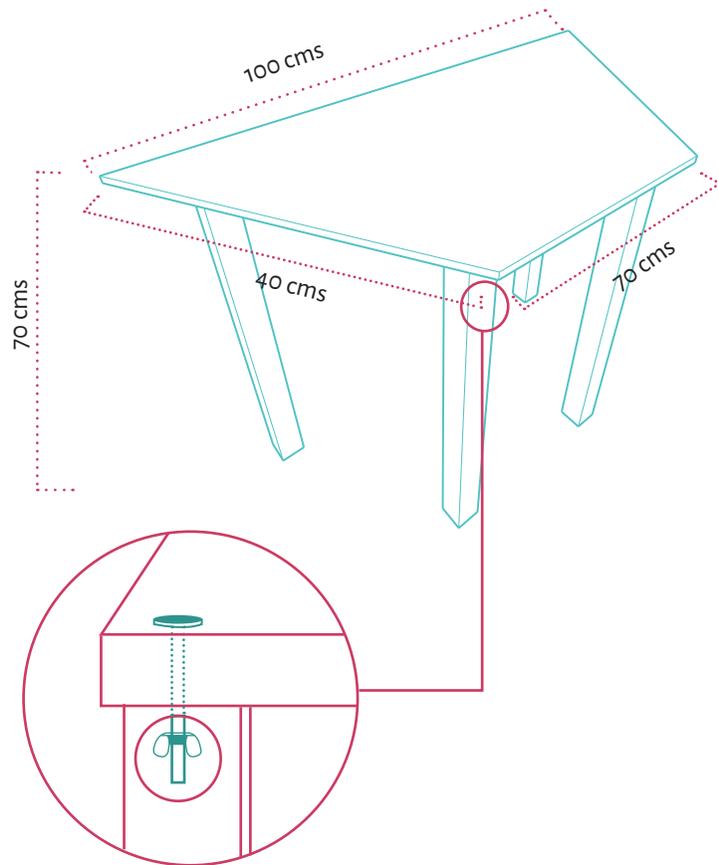


CHAPITAS 2,5 CMS



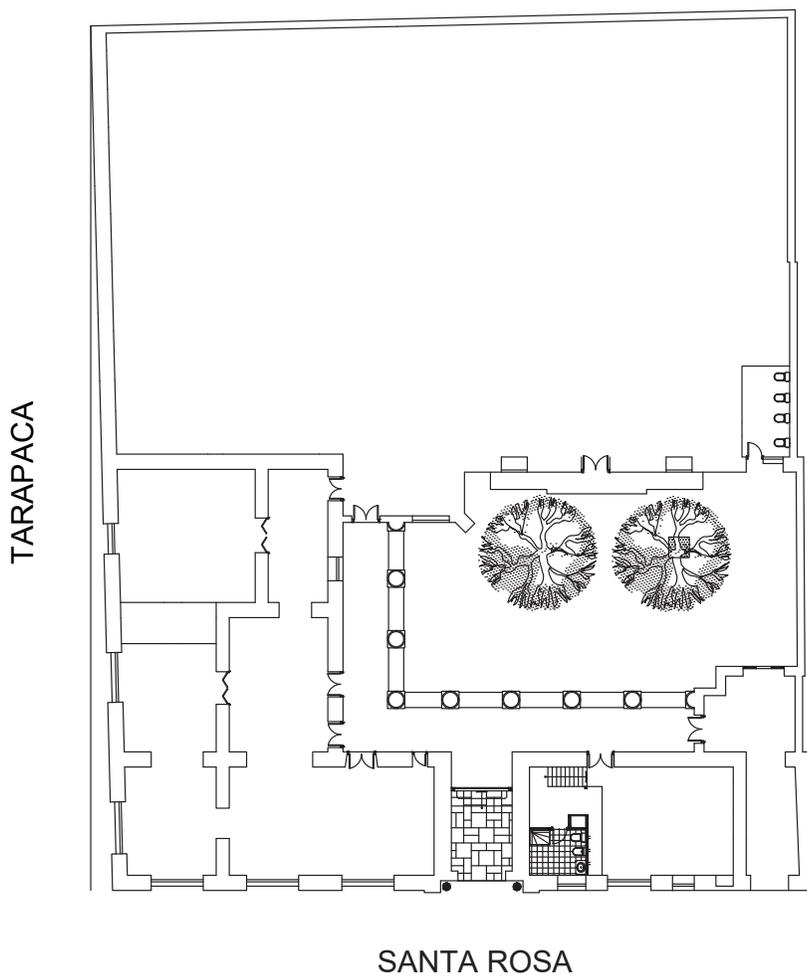
VII.II. MONTAJE Y DISPOSICIÓN ESPACIAL

Se espera romper con la disposición de stand basada en expositor-mesa-consumidor, ya que se postula este encuentro como una instancia colaborativa entre los creadores y horizontal con la audiencia. Por lo tanto, en temas de infraestructura que diseñan mesas trapezoidales con una finalidad modular, para adecuarse a diferentes espacios físicos (para próximos eventos).



Las mesas serán confeccionadas por un diseñador industrial con madera terciada de pino de 12mm de espesor y las patas serán de pino cepillado 2x2". El sistema de anclaje de patas-mesas *somier*, con el uso de pernos y tuercas *Mariposa* para ser desmontables con facilidad

PLANIMETRÍA ESPACIO

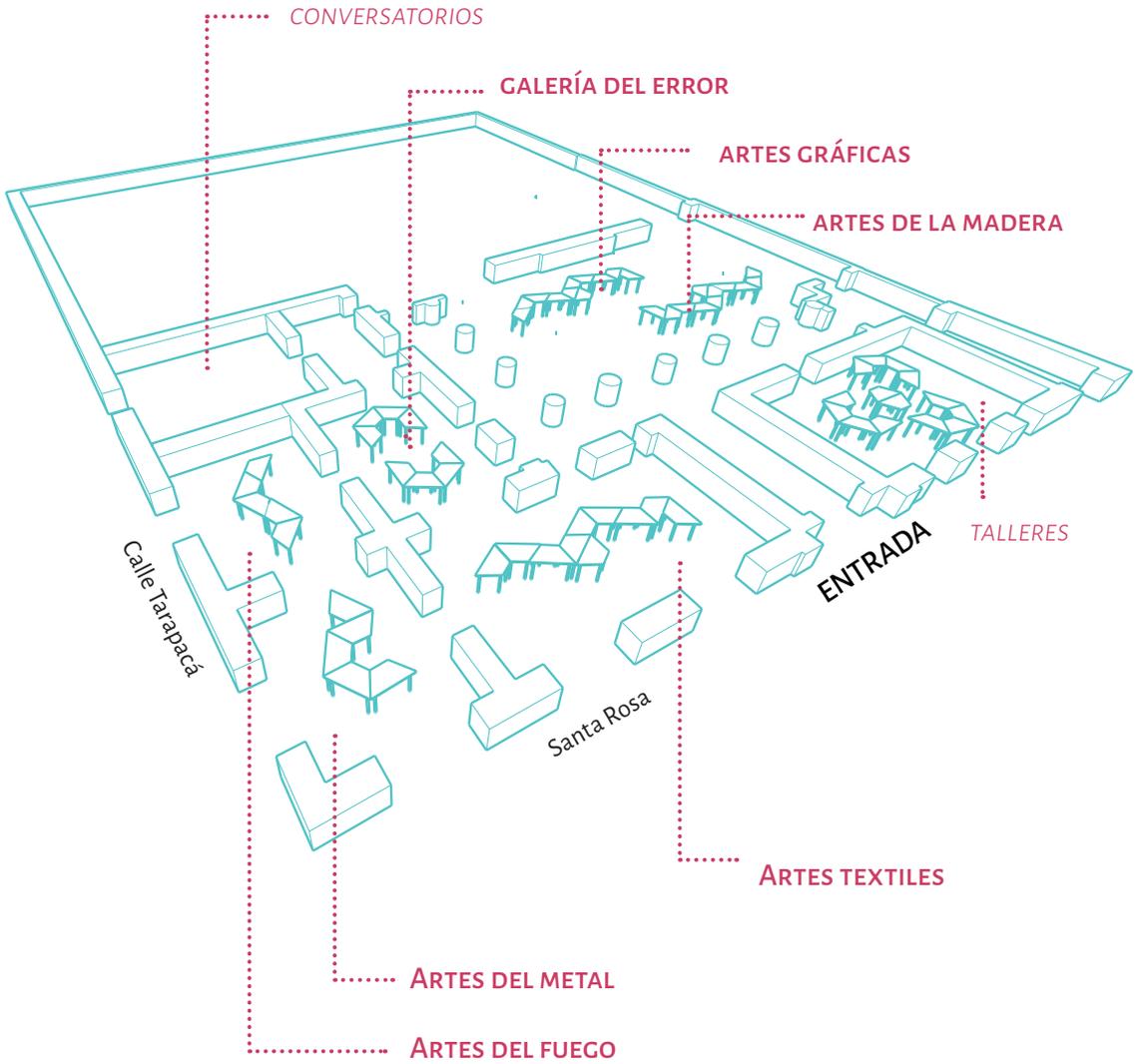


01 PLANTA 1° PISO

ESCALA: 1/100

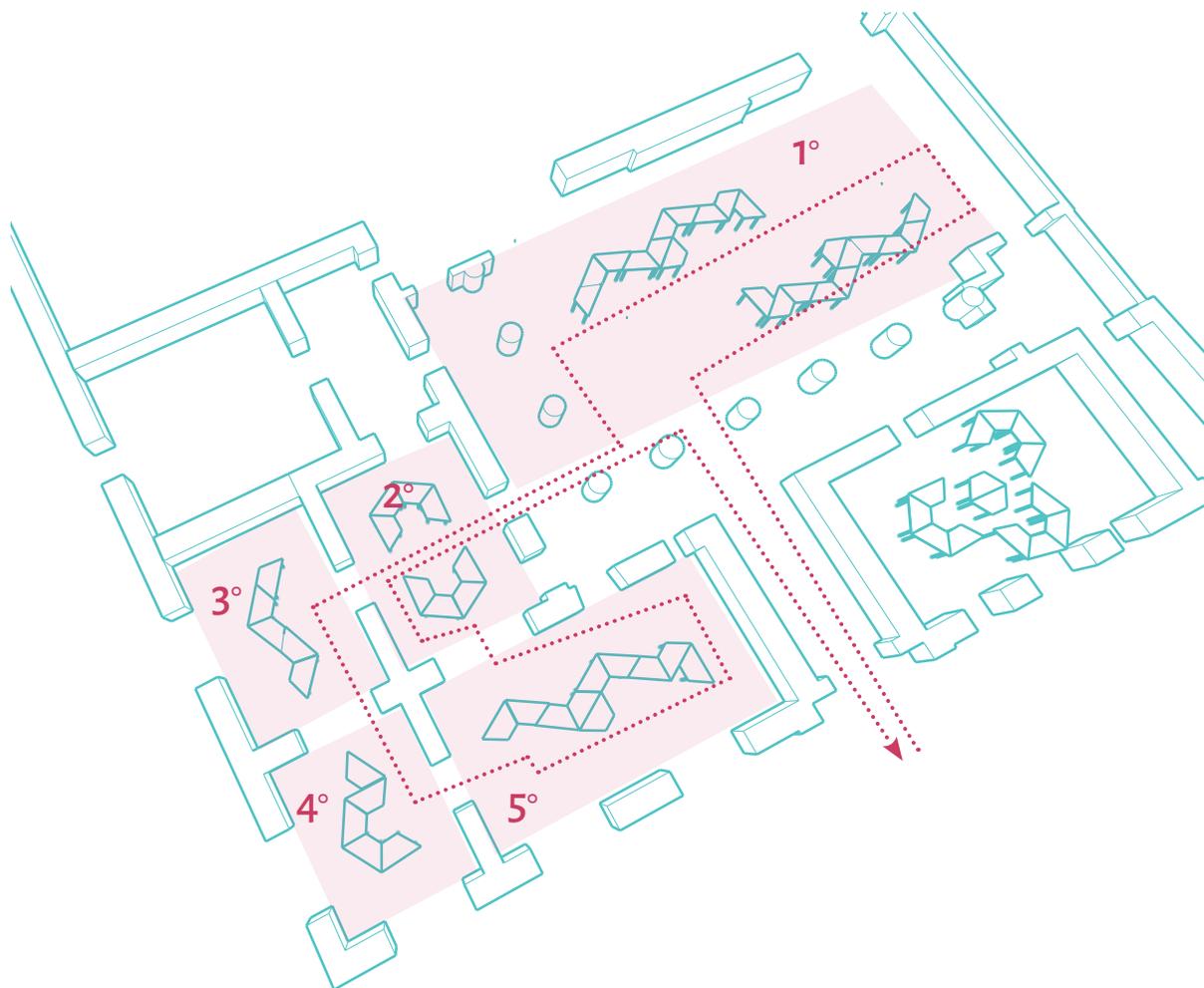
Plano Casa de los Diez, facilitado por la Fundación Cultural Casa de Los Diez – Alfredo García Burr.

PUESTA EN ESCENA



Vista isométrica Casa de los Diez

RECORRIDO



Se plantea una disposición espacial de los stand que puedan ser recorrido por ambos lados, además de su formato modular se dispone de un recorrido serpenteante.

Como primera sala y espacio principal y al aire libre se encontrarán los stand de artes gráficas y de la madera, en una segunda sala la cual es la primera en estar dentro de la infraestructura cerrada *Galería del error* espacio en el cual se mostrarán a manera de exhibición los productos que deseen mostrar los creadores; productos que constatarán con errores de producción o impresión.

En la tercera sala se dispondrá para las artes del fuego, la cuarta para las artes del metal y la quinta, de mayor extensión para las artes textiles.

Además se cuenta con dos salas adecuadas para realizar los talleres y los conversatorio.

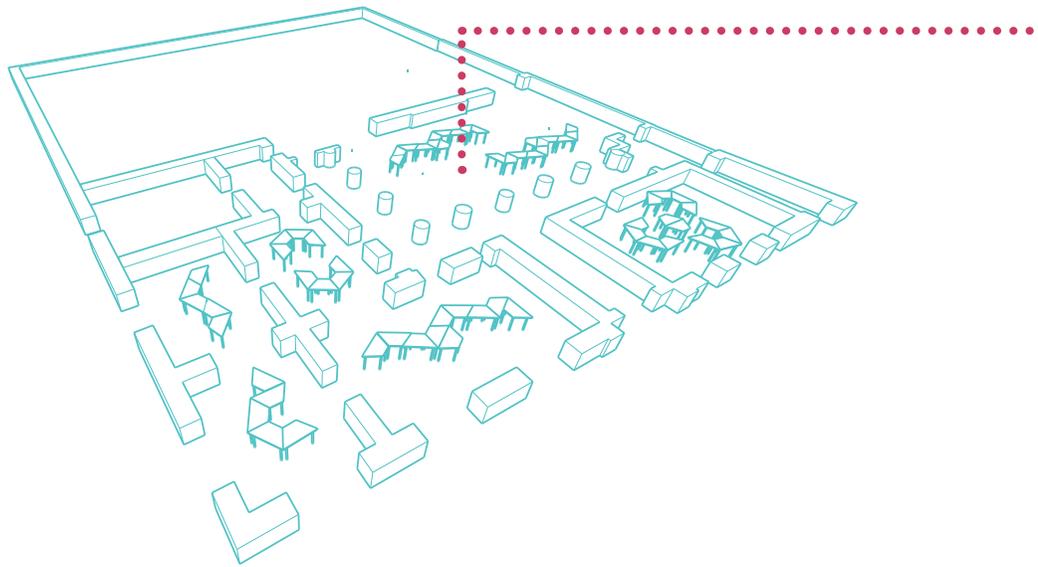
En cuanto al recorrido, se diseña el que comienza desde la entrada por calle Santa Rosa, llegando al patio interior para recorrer la madera y las artes gráficas, luego la galería del error y de ahí existen dos entradas: para textiles o para fuego, sin embargo, se plantea como recorrido ideal la entrada a Fuego, luego Metal y finalmente Textiles; para salir por la *Galería del error*.

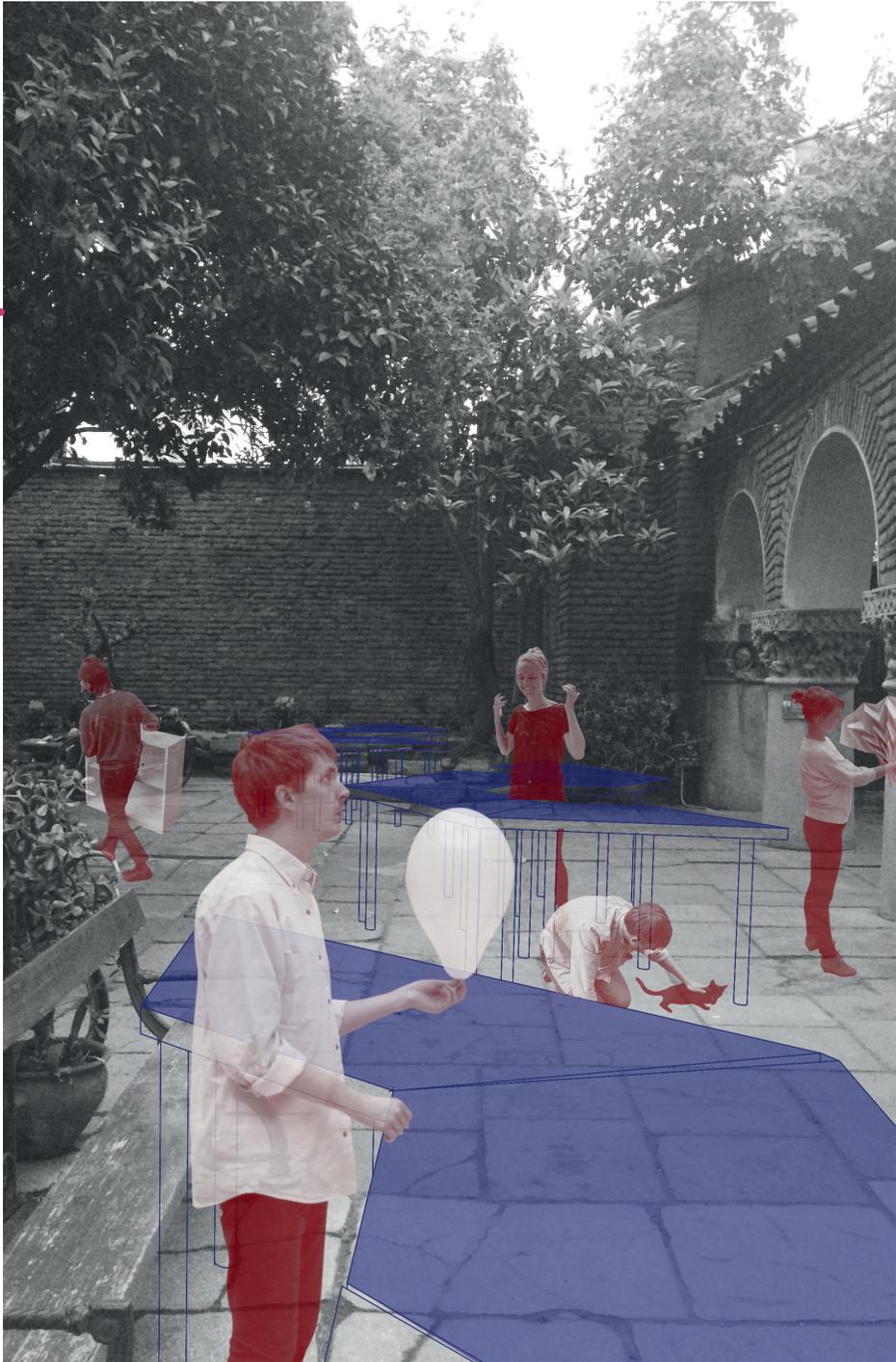
Salas en la que se estará realizando los oficios en vivo, durante intervalos de tiempo, para no saturar el espacio, sin embargo, se espera la naturalidad de cada expositor, quienes puedan lograr trabajos colaborativos con otros creadores y con la audiencia.

REPRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

A modo de visualización, se realizaron los siguientes fotomontajes para comprender la disposición espacial de las mesas y los usuarios.







POSTULACIÓN FONDART

	Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio Gobierno de Chile
<p><i>RUT Creador: 18201668-3 Lugar Origen: Administrador Generado: 18-07-2018 16:09</i></p>	
<p>• RESUMEN DE LA POSTULACIÓN</p>	
<p><u>1. DATOS DEL PROYECTO</u></p>	
Nombre del Proyecto	: Taller Abierto. Feria de diseño independiente como escenario de mediación en la valorización de los oficios,
Folio del Proyecto	: 488148
Fecha de creación de Postulación	: 26-06-2018
Fecha de Envío	: 18-07-2018
<p><u>2. DATOS DEL CONCURSO</u></p>	
Concurso	: Fondart Nacional / Diseño / Organización de festivales, encuentros y muestras
Fecha de cierre del Concurso	: 18-07-2018 17:00:00
<p><u>3. RESPONSABLE</u></p>	
Tipo de Persona	: Natural
Nombre	: Fernanda Antonia Letelier Wilson
RUT	: 18201668-3
Región	: Región Metropolitana

Postulación Fondart convocatoria 2019.

Julio 2018.

CONCLUSIONES FINALES

A partir de la investigación y proyecto planteado, al realizar el trabajo decampo, entrevistas y encuestas; se puede concluir que las ferias de diseño son un fenómeno cultural que crece de manera exponencial en cuanto a cantidad y calidad, las que convocan a distintos segmentos de público dependiendo de sus objetivos, curatoría, espacio, horario y temáticas, con gran aporte al desarrollo de la disciplina y las industrias creativas, todo esto ligado a la 'vuelta a los oficios', al auge del diseño independiente a través de emprendedores y creadores que buscan nuevos canales de comercialización, difusión y exposición de sus oficio.

Sin embargo, gran cantidad de estas poseen un enfoque principalmente comercial, donde se exponen productos terminados y cerrados, los cuales no generan diálogos ni discusiones con sus compradores; se han vuelto instancias donde se invisibiliza completamente lo oculto de los oficios, de los materiales, proceso ,errores, experimentación y todo lo que conlleva la manufactura de cada objeto.

A pesar de esto, la investigación anterior da cuenta de la existencia de un gran interés tanto en las audiencias como en los creadores de conocer, aprender y mostrar todo lo que conlleva realizar una objeto de diseño; como lo que ocurría en las Ferias del Parque Forestal de la década de los 60, en la cual era natural exponer y crear en el momento; puesta en escena que ha sido retomada por ciertas ferias que dan protagonismo a los oficios y la manufactura local, como la Feria Kontrabando, los Artistas de la Madera, lo que da cuenta que son escasas en comparación con la gran cantidad de encuentros relacionados al diseño y las artes de la ac-

tualidad, quienes que no conciben a estas instancias como un escenario horizontal y democratizador de lo manual.

Por lo tanto, se pretende con este proyecto, generar discusión frente al desarrollo de la industria creativa del diseño, demostrando la amplia participación de creadores locales, quienes en algunos casos no poseen conocimientos a raíz de educación formal, son capaces de generar desde su practica y compromisos, objetos de diseño retomando y dignificando oficios que se van perdiendo con el pasar de los años y el auge tecnológico que nos ha hecho olvidar el origen, quienes a través de la manualidad logran reencontrarse con ellos mismos, como relatan en el documental *Manos Creadoras*:

“La tierra vuelve a darse forma a sí misma; en su hijas, las manos que recrean el gesto del primer alfarero, estas manos quieren ser ingrávidas como las manos del aire y amasan lamparas de tierra, cántaros para el agua, el aceite y el vino”.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

ADORNO, THEODOR Y MAX HORKHEIMER. *La industria cultural. La ilustración como engaño de masas*. En Adorno, Theodor y Max Horkheimer. *Dialéctica de la ilustración*, 165-212. Madrid, Trotta, 2009.

AMSTER, MAURICIO. *Técnica gráfica. Evolución, procedimientos y aplicaciones*. Santiago, Editorial Universitaria, 1957.

ÁLVAREZ CASELLI, PEDRO. *Historia del Diseño Gráfico en Chile*. Santiago, Pontificia Universidad Católica de Chile, 2004.

BECKER, HOWARD. *Los mundos del arte. Sociología del trabajo artístico*. Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, 2008.

BENJAMIN, WALTER. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México, Itaca, 2003.

BOURDIEU, PIERRE. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 1988.

— *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la Cultura*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2010.

— *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1997.

CÁCERES, ALICIA Y JUAN REYES. *Nosotros los Artesanos y las Ferias de Artesanía del Siglo XX*. Área de Artesanía Departamento de Creación Artística, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2008.

CASTILLO, EDUARDO (ED.). *Artesanos, artistas, artífices. La escuela de Artes Aplicadas de la Universidad de Chile (1928-1968)*. Santiago, Ocho Libro Editores, 2010

CRISTI, NICOLE Y JAVIERA MANZI. *Resistencia gráfica. Dictadura en Chile: APJ - Taller Sol*. Santiago, LOM Editores, 2016.

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR. *Las Culturas Populares en el Capitalismo*. México, Nueva Imagen, 1982.

— *Cultura y sociedad: una introducción*. México, Dirección General de Educación Indígena de la SEP México, 1984.

GODOY, ALEJANDRO. *La Historia del Afiche Chileno*. Santiago, Universidad Arcis, 1992.

LEFEBVRE, HENRY. *La producción del espacio*. Madrid, Capitán Swing, 2013.

MORRIS, WILLIAM. *Escritos sobre arte, diseño política*. Sevilla, Doble J, 2015.

PARRA, ÁNGEL. *Violeta se fue a los cielos*. Santiago, Catalonia, 2006.

SALAZAR, GABRIEL. *Ferias Libres, Espacio residual de soberanía ciudadana*. Santiago, Ediciones Sur, 2003.

SENNETT, RICHARD. *El Artesano*. Barcelona, Anagrama, 2009.

PUBLICACIONES

BUSSO, MARIANA; *Ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización*. Argentina, Scientific Electronic Library Online.

CAUSA, AUGUSTO Y RITA TORRES. *(Re)conocernos*. Santiago, Encuentro Nacional de Escuelas de Diseño, 2018.

COMISIÓN EUROPEA. *Libro Verde: Liberando todo el potencial de las industrias creativas y culturales europeas*. Bruselas, Comisión Europea, 2010.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. *Norberto Oropesa, Maestro alfarero*, Santiago, Publicaciones Cultura, CNCA, 2012.

— *Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. Santiago, CNCA, 2012.

— *Herramientas para la gestión cultural local – Mediación artística*. Valparaíso, CNCA, 2014.

— *Cultura y tiempo libre*. Santiago, CNCA, 2014.

— *Mapeo de las Industrias Creativas en Chile. Caracterización y Dimensionamiento*. Santiago, CNCA, 2014.

— *Prácticas de consumo, participación y valoración de la cultura en Chile: etnografía de análisis de casos*. Santiago, Sección Observatorio Cultural CNCA, 2015.

— *Encuesta Nacional de Participación Cultural*. Santiago, CNCA, 2017

— *Catastro de Infraestructura cultural pública y privada*. Santiago, CNCA, 2017.

— *Política de Fomento al Diseño (2017-2022)*. Santiago, CNCA, 2017.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). *Creative economy report 2008*. Nueva York, Estados Unidos, 2008.

UNIVERSIDAD DE CHILE. *Escuela de Artes Plásticas, sección Artes Plásticas*. Santiago, Editorial Nascimento, 1934.

UNIVERSIDAD DE PALERMO. *Estudiar, crear y trabajar en Diseño y Comunicación. X Jornadas de Reflexión Académica*, Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo, 2002.

SABERHACER. *Diseño+oficios*. Santiago, Gobierno Regional Metropolitano de Santiago, 2018.

ARTÍCULOS DIGITALES

CORREA, MARÍA EUGENIA. *El diseño como nueva cultura identitaria: aproximación al análisis de los jóvenes diseñadores independientes de la ciudad de Buenos*

Aires. Jornadas de Cuerpo y Cultura de la UNLP, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata, 2008. Recuperado en http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.671/ev.671.pdf [Consultado mayo 2017]

— *El diseño como práctica autogestionada. Aportes de los diseñadores independientes a la producción cultural*. En: Revista Kairos, Revista de Temas Sociales. Universidad Nacional de San Luis, 2010. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3702302.pdf> [Consultado mayo 2017]

ALONSO, LUIS. *Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada*. En: Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias. Madrid, Universidad Complutense, Vol. 1, No. 2, 2007. Recuperado en <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0707220013A> [Consultado julio 2017]

SZPILBARG, DANIELA, & EZEQUIEL SAFERSTEIN. *De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos*. Estudios de filosofía práctica e historia de las ideas, vol.16, n.2, pp.99-112, 2014. Recuperado en <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=s> [Consultado junio 2017]

TESIS

FIGUEROA, LORETO. *Emergencia de la Industria Creativa en barrio de Santiago: Una mirada a los Barrios Bellas Artes e Italia a través del Diseño*. Memoria para optar al grado de Magíster en Gestión Cultural. Santiago, Facultad de Artes Universidad de Chile, 2011.

PETERS, TOMÁS. *Cartografía de una puesta e escena de la enunciación de un concepto a su inscripción en los relatos, de la enunciación de un concepto a su inscripción en los relatos: sobre cómo el concepto de escena de avanzada se describe/inscribe en la historia del arte chileno*. Memoria para optar al grado de Magíster en Artes, mención Teoría e Historia del Arte, Santiago, Facultad de Artes Universidad de Chile, 2011.

AUDIOVISUALES

HISTORIA DEL DISEÑO GRÁFICO EN CHILE, capítulo 1 [documental]. Dirigido por Patricio Muñoz. Dereejo comunicaciones, Valparaíso, 2013. Recu-

perado en: <https://www.youtube.com/watch?v=qf6FbdhNk7g&t=930s>
[Consultada enero 2018]

— capítulo 2 [documental]. Dirigido por Patricio Muñoz. Derejo comunicaciones, Valparaíso, 2013. Recuperado en: <https://www.youtube.com/watch?v=EDmu9-e7ac4&t=673s> (Consultada en enero 2018)

LOS ARTISTAS PLÁSTICOS DE CHILE [documental]. Dirigido por Jorge di Lauro. Chile, 1960. Recuperado en: <http://www.ccplm.cl/sitio/los-artistas-plasticos-de-chile> (Consultada en agosto 2017)

MANOS CREADORAS [documental]. Dirigido por Fernando Balmaceda. Chile, 1961. Recuperado por solicitud al Archivo Patrimonial de la Universidad de Santiago de Chile.

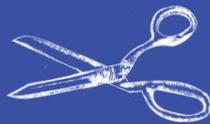
FUENTES ORALES

MUENA, PAULINA; entrevista por Fernanda Letelier, fecha 1 junio de 2018.

VALLEJOS, CÉSAR; entrevista por Fernanda Letelier, fecha 13 agosto de 2018.

SOFÍA GALASSO Y TOMÁS CUMPLIDO; entrevista por Fernanda Letelier, fecha 17 abril de 2018.

Se terminó de imprimir esta edición en octubre de 2018. Se imprimieron 5 ejemplares en papel Bond ahuesado de 80 grs. Se utilizó encuadernación japonesa.



Carrera de Diseño mención Gráfico
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Universidad de Chile