



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
Y URBANISMO
UNIVERSIDAD DE CHILE

love.jects

RELACIONES AFECTIVAS ENTRE LAS
PERSONAS Y SUS OBJETOS COTIDIANOS

Javiera Mercado Morales





love.jects

JAVIERA MERCADO MORALES

Memoria de Título para optar al grado de Diseñadora mención
Visual y Medios.

PROFESOR GUÍA: Roberto Osses Flores

PROFESOR AUXILIAR: Rubén Jacob Dazarola

Santiago de Chile, 2022.



Proyecto realizado bajo la calidad de Tesista en el proyecto 1201546
*Reparar y reutilizar: re-configurando las relaciones afectivas con los
objetos domésticos.*



“Trataré de descubrir qué significa para mí la magia pues
creo que hay magia en todo lo que nos rodea.”

FRANCES HODGSON BURNETT, *EL JARDÍN SECRETO*.

ÍNDICE

I. PRESENTACIÓN - 11

- 1.1 Resumen /13
- 1.3 Introducción /14
- 1.2 Motivaciones Personales /15

II. ANTECEDENTES - 17

- 2.1 Discusión bibliográfica (Marco teórico y Estado del Arte) /18

III. FUNDAMENTACIÓN - 45

- 3.1 Planteamiento del problema de investigación /46
- 3.2 Justificación de la investigación /49
- 3.3 Pregunta(s) de la investigación /53
- 3.4 Objetivos de la investigación /53

IV. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN - 55

- 4.1 Marco metodológico /56

V. RESULTADOS - 59

- 5.1 Conclusiones de la investigación /60

VI. PROYECTO - 63

- 6.1 Antecedentes /64
- 6.2 Referentes del proyecto /66
- 6.3 Introducción al proyecto /69

A.PRIMERA PARTE: BIOGRAFÍA DE LAS COSAS. /73

VISUALIZACIÓN GRÁFICA PARA FONDECYT.

A.1 Planificación /74

- a.1.1 Descripción /74
- a.1.2 Objetivos de la etapa /75
- a.1.3 Metodología /76
- a.1.4 Socialización /77

a.1.5 Recursos y soportes tecnológicos /77

a.1.6 Gestión estratégica /78

A.2 Desarrollo de la etapa /79

a.2.1 Definición de contenidos /79

a.2.2 Desarrollo y criterios de diseño /90

a.2.3 Representación final /95

a.2.4 Testeo/102

A.3 Conclusiones de la etapa /103

B.SEGUNDA PARTE: TÍTULO DE LA EXPOSICIÓN. /105

PROPUESTA MUSEOLÓGICA Y MUSEOGRÁFICA.

B.1 Planificación del proyecto /106

b.1.1 Descripción /106

b.1.2 Objetivos del proyecto /107

b.1.3 Metodología /108

b.1.4 Socialización del proyecto /110

b.1.5 Recursos y soportes tecnológicos /112

b.1.6 Gestión estratégica /113

B.2 Desarrollo de la etapa /114

b.2.1 Definición de contenidos /114

b.2.2 Desarrollo y criterios de diseño /129

b.2.3 Representación final/134

b.2.4 Testeo /148

B.3 Conclusiones del proyecto /149

VI. AGRADECIMIENTOS /151

VII. MATERIAL /155

7.1 Anexos /156

7.2 Bibliografía /238

I. PRESENTACIÓN

1.1 RESUMEN /13

1.1 INTRODUCCIÓN /14

1.2 MOTIVACIONES PERSONALES /15

1.1 RESUMEN

Este proyecto busca contribuir desde el diseño a la difusión del impacto de las prácticas de reparación y reutilización, considerando las dimensiones afectivas y sustentables de las personas. Esto mediante una investigación de carácter cualitativo y de análisis documental, con un enfoque descriptivo e interpretativo de la información, manifestado en la utilización de disciplinas proyectuales como el diseño de información mediante la creación de fichas infográficas biográficas de los objetos cotidianos y el diseño de exposiciones para la construcción de una propuesta de exposición en torno a la afectividad con los objetos. Considerando el modelo actual condicionante al consumismo, es relevante explorar el cómo es posible llevar a cabo un diseño gestor de significados desde el diseño visual.

PABRAS CLAVE: AFECTIVIDAD, SUSTENTABILIDAD, DISEÑO DE INFORMACIÓN, DISEÑO DE EXPOSICIONES

1.2 INTRODUCCIÓN

Este proyecto se enmarca en la participación del proyecto FONDECYT 201546 *Reparar y reutilizar: re-configurando las relaciones afectivas con los objetos domésticos*, el cual tiene como objetivo principal el análisis del poder transformador de prácticas como la reparación y reutilización, respecto a las relaciones afectivas que los sujetos establecen con sus objetos domésticos durables y sus discursos sobre sustentabilidad.

LOVE.JECTS Relaciones afectivas entre las personas y sus objetos cotidianos, consiste en una investigación documental con énfasis cualitativo, que tiene como objetivo contribuir desde el diseño a la difusión del impacto de las prácticas de reparación y reutilización, en cuanto a las dimensiones afectivas y sostenibles de las personas.

Esto se logra mediante la realización de fichas descriptivas infográficas que relatan los itinerarios biográficos de objetos domésticos y su mutabilidad afectiva, a partir de la información recopilada por los investigadores mediante entrevistas; además de la realización de una propuesta museal, en donde el foco se encuentra en la difusión de la investigación del Fondecyt, mediante la utilización de lo afectivo como medio para provocar un pensamiento crítico y una reflexión en quien asista a la exposición, entregando una nueva perspectiva de las relaciones persona-objeto, más subjetiva y compleja, más allá del consumo como concepto contemporáneo; ubicando al diseño visual también como un catalizador de pensamientos, y no tan solo como una disciplina cómplice en el modelo actual.

1.3 MOTIVACIONES PERSONALES

Una vez leí que ya no era posible hacer nada más por el cambio climático, que todo lo que hacíamos ya no era nada contra todo lo nuevo, lo más brillante. Pensé que tenía sentido, imaginaba los escenarios distópicos que he leído en tantos libros, sin saber que son reales; ya que nunca me he sentido tan inserta en una distopía como los últimos años. Es por esto que no pensaba que era posible hablar de una utopía dentro de este contexto desalentador, menos una utopía de lo cotidiano, mi mente pensaba en extremos, blanco o negro, pero como muchas personas dicen, todo tiene matices. El imaginar un entorno mejor es algo que siempre me ha aquejado y una de las cosas que me motivó y me ayudó a comprender este proyecto son esas pequeñas utopías con las que convivimos día a día, que a pesar de estar en la casa pasan desapercibidas, y que cuando les prestas atención te invade una ola de sentimientos y pensamientos. Siento que si hay algo que nos puede salvar de la distopía, es la construcción y revalorización de los sentimientos, de la índole que estos sean, sentir nos hará libres y ese es mi aprendizaje principal con este proyecto. Ahora vuelvo a creer que hay magia en todo lo que nos rodea.

II. ANTECEDENTES

2.1 DISCUSIÓN BIBLIOGRÁFICA /18

2.1 DISCUSIÓN BIBLIOGRÁFICA

2.1.1 PARADIGMAS ACTUALES DE INMEDIATEZ

CONTEXTO

Para comenzar, es necesario recordar ciertas concepciones bajo las cuales esta investigación y los conceptos estudiados se encuentran adscritos. El modelo actual en el cual se encuentra el país y que coincide con gran parte del mundo occidental, corresponde al capitalismo, siendo este un sistema económico centrado en la propiedad privada, la libertad de mercado y la relevancia del capital como base para su funcionamiento. Sin embargo, el capitalismo es solo una base hasta la década de los '70s, en donde surge un nuevo ideal para acompañarlo, el neoliberalismo, como una ideología económica y política que propone como fundamento una máxima reducción del poder del estado y en donde representantes como los *Chicago Boys*, logran finalmente su instauración con la dictadura en el año 1973. Es relevante tener presentes las condiciones sobre las cuales este fue establecido, Naomi Klein (2007) postula que en Chile se ha utilizado la tortura como un socio silencioso, una moneda de cambio por una supuesta libertad mercantil a nivel mundial. Sin embargo, la tortura solo es utilizada para poder controlar e imponerse frente a una ciudadanía agitada y termina siendo parte de una doctrina del shock.

Así, con un país capitalista y neoliberal, es donde se puede comenzar a levantar nociones en cuanto al consumo dentro de la población, la cual se encuentra inmersa en un contexto centrado en la privatización y la acumulación de ganancias.

CONSUMO

Debido a estas condiciones, actualmente nos encontramos viviendo en una época que se ve marcada por el consumo, concepto el cual ha sido foco de una vasta discusión; desde una perspectiva filosófica-humanista, Erich Fromm (1964) habla sobre el impacto del sistema industrial capitalista sobre la psique humana, mencionando:

(...)el acto del consumo debiera ser un acto humano concreto, en el que deben intervenir nuestros sentidos, nuestras necesidades orgánicas, nuestro gusto estético, es decir, en el que debemos intervenir nosotros como seres humanos concretos, sensibles, sentimentales e inteligentes; el acto del consumo debiera ser una experiencia significativa, humana, productora. En nuestra cultura, tiene poco de eso. Consumir es esencialmente satisfacer fantasías artificialmente estimuladas, una creación de la fantasía ajena a nuestro ser real y concreto. (p. 115)

En un ámbito nacional, observamos desde una perspectiva sociológica el crítico análisis de Moulian (1998), “El consumo es un campo de ejercicio del poder, el cual construye la noción de necesidad en base a una ética o en base a una antropología filosófica respecto a las condiciones de realización del hombre” (p.41).

Dentro de la disciplina del diseño, encontramos a Chapman (2005), quien en su publicación *Emotionally durable design* abarca no tan solo su definición del consumo, sino que también todo lo que este implica, lo cual será explorado a través de toda la investigación, siendo uno de los textos primordiales a utilizar. Para Chapman el consumo es algo natural e inher-

ente a la persona, es un elemento que actúa como intermediario entre el individuo, su mundo exterior y al mismo tiempo, su propia identidad. Es decir, no es algo que esté ligado solo al proceso de adquirir un objeto, sino que es un proceso que ocurre constantemente y nunca se detiene. Establece que el modelo actual del industrialismo se ha construido en torno a ideales, creando cosas más nuevas, más rápidas, más inteligentes, lubricando las ruedas del capitalismo y estimulando la demanda del consumidor por más, manteniendo la ilusión de progreso mediante una innovación superficial. Se puede afirmar entonces, que la causa del consumo desmedido y autodestructivo actual, no es la sobrepoblación (aunque sí representa parte de la crisis ecológica), como es muchas veces argumentado, sino que esta es un resultado de avances insostenibles en cómo diseñamos, manufacturamos y consumimos objetos.



[Fig 1] Obra de Richard Hamilton *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?* (1956)

Se puede determinar que el consumo, como un proceso identitario y social, es resultante también de un adoctrinamiento por parte de las industrias occidentales actuales, ejerciendo una constante presión sobre las personas, la cual está presente durante toda su vida. El consumo excesivo actual ha llegado incluso a una paradoja, en donde se compran más elementos para lidiar con este exceso, causando una disminución de la vida útil de los objetos y la pérdida del valor inicial atribuido (Errázuriz et al., 2020).

CONSUMIDOR

Es preciso determinar las cualidades de una persona como consumidor, ya que se observa una mentalidad cada vez más ligada a la individualización y al ego, más que al carácter social y/o comunitario del ser humano, limitando sus interacciones al uso de tecnologías, generando un desapego social. Para Chapman somos consumidores de significados, no de materia, los objetos simplemente actúan como *espejos existenciales*, ayudándonos a crear una identidad ficticia, para evadir el vacío, dándonos así, un falso sentido de propósito. Es decir, el consumo está motivado por una necesidad de simulación de parte del consumidor más que por los productos en sí. Los objetos muchas veces forman parte de la identidad del consumidor e incluso de su representación hacia sus pares, es por esto que las personas se encuentran constantemente en una búsqueda desesperada por la superación personal y una obsesión codiciosa en torno al *yo*. De este modo, las necesidades son el lugar donde nacen la mayoría de las insaciabes motivaciones humanas, y el incentivo hacia consumo se da principalmente en las necesidades sociales, de ego y de autorrealización. Sin embargo, las necesidades para Moulán (1998), no

consisten en la única posible causa para el consumo, sino que este también va de la mano del deseo y el placer, ubicando una de las problemáticas del consumo en el foco en dónde este se ubica y se desarrolla.

Muchas visiones puritanas e innumerables políticas ascéticas se han basado y justificado en este vínculo inexorable del consumo con la necesidad. El problema es cómo se determina lo necesario y, sobre todo, quién lo determina. El consumo es un campo de ejercicio del poder, el cual construye la noción de necesidad en base a una ética o en base a una antropología filosófica respecto a las condiciones de realización del hombre. (p. 41)

Es en este marco que las personas se encuentran bajo una sensación constante de insatisfacción, producida por este desmesurado anhelo de querer tener un sentido en la vida, ser aceptada(o) o simplemente sobrevivir; se encuentran ensimismados en una búsqueda eterna de la perfección y "Así, pasamos el presente creando el futuro para dejar atrás el pasado" (Chapman, 2005, p.49)¹. Esto provoca que nunca sabremos realmente el valor de algo hasta que deje de existir. La sensación de inmediatez por imposición del sistema, culmina en un desencanto permanente y en la necesidad de utilizar objetos como medios para evadir la realidad.

CONSUMISMO

Chapman establece que el consumismo nace de la combinación de la falta de algo, el deseo por algo que no está ahí y la cultura de consumo existente, la cual se manifiesta mediante disciplinas canalizadoras de mensajes de necesidad, como lo son el marketing y la publicidad. Bauman (2007) por otro lado,

identifica el concepto separándolo del consumo en sí.

A diferencia del consumo, que es fundamentalmente un rasgo y una ocupación del individuo humano, el consumismo es un atributo de la sociedad. Para que una sociedad sea merecedora de ese atributo, la capacidad esencialmente individual de querer, desear y anhelar debe ser separada ("alienada") de los individuos (..) y debe ser reciclada/reificada como fuerza externa capaz de poner en movimiento a la "sociedad de consumidores" y mantener su rumbo en tanto forma específica de la comunidad humana, estableciendo al mismo tiempo los parámetros específicos de estrategias de vida específicas y así manipular de otra manera las probabilidades de elecciones y conductas individuales. (p.47)



[Fig 2] Obra de Barbara Kruger. *Untitled - I shop therefore I am* (1987).

¹ En su idioma original: "(...) we thus spend the present creating the future to outdistance the past."

2.1.2 CONEXIÓN CON EL ENTORNO

OBSOLESCENCIA

Uno de los criterios más utilizados en la actualidad que surge al hablar de la producción descontrolada, es el de obsolescencia. Chapman postula que este concepto representa la carencia de empatía y afecto hacia el objeto, como resultado del continuo aumento de expectativas de los consumidores hacia los productos, los cuales, al no cumplirlas caen en una categorización de obsoletos, son carentes de significancias. Para evitar esta carencia se debería tener un crecimiento gradual en conjunto con los objetos, velando por mantener el valor inicial del objeto, pero encantando a la persona y revelando poco a poco su belleza para poder mantener un vínculo más duradero a través del tiempo, saliendo así de la obsolescencia. Sin embargo, actualmente todas las características superfluas que incluyen los objetos no ofrecen nada a la experiencia cualitativa de usuario y son programadas para el desencanto y la decepción, resultando en la sensación de insatisfacción continúa.

Es relevante mencionar la obsolescencia programada o planificada, como una estrategia industrial para disminuir la vida útil de los objetos, creando en el consumidor la necesidad de cambiar su producto por uno más nuevo, con más opciones, creando una falsa ilusión, lo que luego culminará en desechos y la adquisición de otro producto (cayendo en el consumismo), provocando un círculo vicioso. En un mercado de obsolescencia programada, la noción de la satisfacción del consumidor permanecerá como una utopía, hasta que los valores de los productos se diversifiquen, ofreciendo más que la modernidad tecnológica, permitiendo así que los consumidores trasciendan la urgencia, y se comprometan con sus objetos en niveles

más abstractos generando vínculos más duraderos (Chapman, 2005).

La obsolescencia además, condiciona a los consumidores a inclinarse cada vez más hacia una compra directa, más no a actos de reparación, lo cual no afecta solamente al medio ambiente sino que también a los seres humanos. Latouche (2018) menciona que “Este imperio del desechable acaba por afectar al hombre mismo, sobre quien podemos preguntarnos si, al final del proceso, a su vez no se ha vuelto obsoleto” (El ámbito de la obsolescencia programada, párrafo 1).

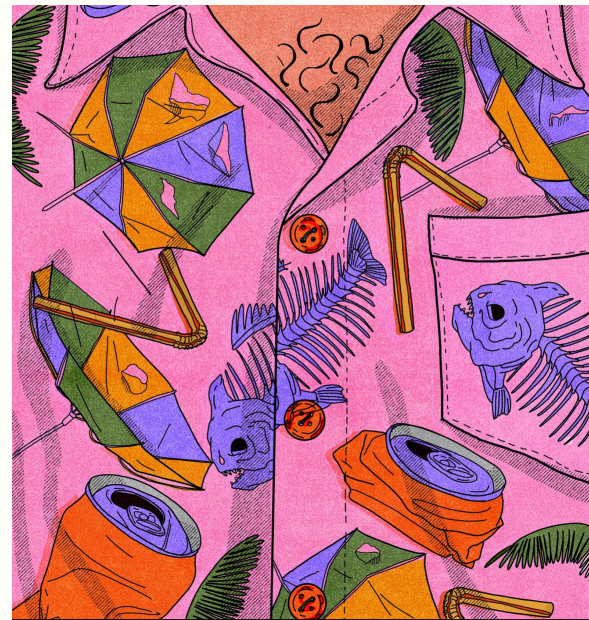
DESECHOS

Los desechos corresponden a nada más que un síntoma de relaciones fallidas entre objeto y persona (Chapman, 2005), lo que genera una cultura de consumo de desechos, en donde los individuos no son los precursoras de esta, ya que las personas no nacen buenas para producir desechos, sino que fueron entrenadas para aquello. “Los consumidores de la década de los ‘90s no nacieron derrochadores, fueron entrenados para serlo por las enseñanzas hambrientas de ventas de un puñado de industrias inclinadas hacia la dominación del mercado”² (p.9).

El consumismo y los desechos están presentes en la búsqueda constante del ser humano de definiciones más frescas y actuales de la individualidad y, por lo tanto, el modelo contemporáneo del capitalismo se alimenta de este modo social de insatisfacción serial (Chapman, 2005). La magnitud de los desechos a nivel nacional se puede observar de manera cuantificable, en el *Informe del Estado del Medio Ambiente (IEMA)* del año 2020, elaborado por Ministerio del Medio Ambiente, en donde se concluye que en el año 2018 se generaron 19,6

² En su idioma original: “(...) consumers of the 1900s were not born wasteful, they were trained to be so by the sales-hungry teachings of a handful of industries bent on market domination.”

millones de toneladas de residuos, contabilizando 436 kilos por persona al año en desechos municipales, lo que significa un aproximado de 1,19 kilos al día por habitante.



[Fig 3] Ilustración de María Jesús Contreras para artículo "Beware the luxury beach resort" de Lauren Groff para The Atlantic, sobre el impacto ambiental de los resort (2022).

SUSTENTABILIDAD

La sustentabilidad ha sido foco de discusión obligada al hablar de la relación entre las personas, el entorno y la degradación del medio ambiente. Como base se puede establecer como la cualidad de *sustentable*, "Que se puede sustentar o defender con razones" (Real Academia Española, s.f., definición 1).

Resulta pertinente aclarar que bajo el sistema actual es imposible tener un concepto de sustentabilidad, menos aún una

sociedad sostenible, la cual se pudiese mantener sin agotar los recursos. "En términos reales, para que un sistema sea clasificado como realmente sustentable debe tener la habilidad de mantenerse infinitamente y debe ser capaz de continuar hasta el infinito" ³ (Chapman, 2005, p.173). Este autor también establece características del término, en primer lugar, la sustentabilidad muchas veces representa un concepto bastante amplio, el cual puede ser aplicable a cualquier cosa que comparta vagamente la ideología, por ejemplo, puede existir una mala utilización y emplearse casi como un *slogan* o una técnica de venta, actuando como un pase para el ego y una liberación mental, desviándose de la sustentabilidad como algo gradual y constante que debe construirse y mantenerse. Además, la utilización de la palabra como un atributo, no debería considerarse como un avance, sino que esta debería ser una característica intrínseca. Finalmente, el término implica de manera errónea que los individuos somos los responsables de criar o nutrir el planeta.

La Tierra no nos pertenece, ni necesita el cuidado como un cachorro enfermo. Solo quiere que la dejen bien sola para que pueda continuar con la lenta y ardua tarea de reponerse. Somos simplemente otra especie viviendo en esta Tierra, y parece obvio que eventualmente llegará el fin de nuestros días. (p.173) ⁴

DESNATURALIZACIÓN

Resulta interesante la distancia que se establece cada vez más con la naturaleza en sí, el modelo actual de producción y consumismo es incompatible con los sistemas naturales (Chapman, 2005), ya que este aleja la naturaleza como algo

³ En su idioma original: "In real terms, for a system to be classified as being truly sustainable it must possess the ability to be maintained indefinitely and must be capable of continuation and infinitum."

⁴ En su idioma original: "Earth does not belong to us, nor does it need nursing like some sick puppy. It just wants to be left well alone so that it can get on with the slow and arduous task of replenishing itself. We are simply just another species living on this Earth, and it seems obvious that an end to our days will eventually come."

ajeno, ignorando su complejidad y magnitud. La naturaleza es vista como una fuerza opuesta la cual debemos controlar. Con esta postura se ha aprendido a convertir recursos naturales en materiales homogéneos de producción y cuando se identifica el daño de estos en la naturaleza se crean nuevos materiales que ni siquiera son reconocibles por los microorganismos que degradan las sustancias, creando soluciones absurdas y que no coinciden con los sistemas naturales.

PRÁCTICAS

Existen ciertas prácticas que dicen buscar contrarrestar los desechos y la degradación de nuestro entorno, sin embargo, estas no representan una solución efectiva. Chapman destaca prácticas como el reciclaje y la producción de objetos biodegradables, en donde la primera muchas veces se utiliza solo como una tarjeta ética para librarse de la culpa y no se realiza de manera consciente, generando así más desechos; y la segunda funciona solamente en teoría, ya que la biodegradabilidad no llega a contrarrestar la producción y la generación de desechos con la misma rapidez.

Los consumidores conscientes del medio ambiente continúan derrochando, solo que ahora lo hacen con materiales reciclados en lugar de vírgenes. Aunque da un paso notable en la dirección correcta, reciclar no es una solución integral para la producción y el consumo sustentable (p.184).⁵

Es necesario comprender que las prácticas son pequeños actos que en su conjunto representan un avance, ya que actualmente, las actitudes pasivas de las personas frente a esta

crisis, son reforzadas por la creencia de que se deben cambiar y/o sacrificar todos los hábitos para generar realmente un impacto. Esta noción, potenciada cada vez más por la presión social, no es un aporte en el camino hacia la sustentabilidad, sino que representa todo lo contrario.

2.1.3 DIMENSIÓN AFECTIVA

APEGO ENTRE PERSONAS Y OBJETOS

El apego o vínculo afectivo entre personas y objetos, es una de las dimensiones más interesantes al momento de explorar las relaciones del individuo con los objetos, ya sea como una ventaja para conocer mejor al futuro consumidor, un mejor entendimiento cualitativo y abstracto del individuo, o como estrategia de permanencia y generación de un vínculo sustentable con el entorno; siendo estas últimas dos las más relevantes en el presente análisis.

En primer lugar debemos comprender el concepto de *apego* en un contexto de relaciones interpersonales, en donde Bowlby, uno de los pioneros en la teoría del apego, lo entiende como un vínculo cargado de emociones entre dos personas (Mugge, 2007). Con esta base, Mugge establece el *Product Attachment* como la fuerza del vínculo emocional que el consumidor experimenta con un producto en específico, es decir, la existencia de una fuerte relación entre el individuo y el objeto (p. 12).

Existe un crecimiento hacia el enfoque emocional que provoca que los consumidores busquen cada vez más un producto que además de cumplir su función, despierte emociones y placer y se desencadene una experiencia positiva. La búsqueda del placer es uno de los principales vínculos hacia la afectividad

⁵ En su idioma original: "Environmentally-aware consumers continue wastefully forth, only now they do so with recycled materials instead of virgin ones. Although it makes a noteworthy stride in the right direction, recycling is not a one-stop solution to sustainable production and consumption."

a un producto (Jacob, 2017). No obstante, existen otras motivaciones mencionadas por el autor para generar un vínculo antropomorfista ⁶ con objetos, tales como la falta de control de los productos, la simplificación de tecnologías complejas, la carencia de relaciones afectivas y referencias físicas del objeto.



[Fig 4] Fotografía del documental "Married to the Eiffel Tower" (2008), dirigido por Agnieszka Piotrowska. Erika Eiffel (Erika Labrie) se casó con la torre Eiffel en 2007, y mantiene una relación romántica y sexual.

Bajo la premisa de que las posesiones actúan como significantes de un estatus y que la presión individual por pertenecer a un grupo siempre estará presente siendo los productos muchas veces quienes nos otorgan los significados para poder conectar con el mundo en un nivel abstracto (Chapman, 2005), existen ciertas características en torno al apego hacia productos que son compartidas entre la literatura estudiada; este se genera de manera gradual en el tiempo, al igual que el resto de las relaciones humanas, también es un proceso que ocurre a largo plazo y muchas veces incluso antes de la misma ad-

quisición del producto. Jacob (2017), establece que las funciones que cumplan los objetos serán las determinantes de los roles y afectos que desarrollemos con ellos, inclusive pueden llegar a verse como una amistad, donde se deposita lealtad y confianza. Además, determina que en los objetos nuevos la determinante del apego es la funcionalidad y en los antiguos, los recuerdos, es decir, la emotividad. Este vínculo decanta en una desmercantilización del objeto, al otorgar un significado especial, el objeto pierde su condición de bien y se vuelve invaluable. Esta desmercantilización es finalmente la que construye la cultura, ya que esta prevalece las singularidades, generando un inventario simbólico en la sociedad, el cual se protege para no ser mercantilizado (Kopytoff, 1986).

Schultz et al. (1989), Wallendorf y Arnould (1988) y Mugge (2007), establecen categorías similares para referirse a lo que conlleva el vínculo entre personas y productos. Este refleja estructuras individuales y sociales de cada individuo, según su cultura determinada, roles de género y su desarrollo en un momento en específico. Para Schultz et al. el vínculo se refleja en tres dimensiones: *Integración* (con los demás), *Diferenciación* (del resto) y *Orientación temporal* (espacio y tiempo determinado); esta última dimensión para Wallendorf y Arnould condiciona el significado que se le asigna a un objeto, ya que este dependerá siempre de la cultura. Mugge también establece como base 4 determinantes que pueden afectar la fuerza del apego hacia los productos: *Self Expression* (autoexpresión), *Group Affiliation* (social), *Memories* (recuerdos) y *Pleasure* (placer), las cuales pueden coexistir y cambiar en el tiempo, ya sea por el grado de cada una o la importancia que se le otorga.

Finalmente, la gran diferencia entre las relaciones interpersonales y las relaciones entre personas y objetos, consiste en

⁶ Considerar y personificar las cosas con características humanas.

que estas últimas son asimétricas y unidireccionales, por lo que no poseen la complejidad que caracteriza a las relaciones interpersonales y su reciprocidad directa (Jacob, 2017). Sin embargo, el apego para Schultz et al. no es algo de la persona o del objeto, sino que corresponde a la interacción entre los dos, y es esta interacción la cual es deseable estudiar, ya que un aumento de la empatía entre el sujeto y el objeto tiene el potencial de alargar un periodo de *luna de miel* de manera emocionalmente enriquecedora. La relación finalmente, evoluciona con la ilusión de crecimiento mutuo (Chapman, 2005).

EL APEGO COMO INSTRUMENTO DE CAMBIO

Durante las últimas décadas el enfoque del consumo sustentable se ubica en la durabilidad para poder batallar el consumo excesivo, y es cierto que esta debe y puede ser diseñada, sobre todo ahora que las personas se encuentran más activas en la búsqueda de crear significados éticos. Pero resulta urgente el dejar de lado el estudio centrado en el uso y desechos, considerando la posibilidad de evaluar la afectividad y el apego como una estrategia que desarrolla discusiones sustentables (Errázuriz et al., 2020), ya sea para el individuo como para el medio ambiente.

Existen ciertas prácticas como la reparación y reutilización de objetos que logran encaminar al individuo como co-creador hacia una re-configuración de los afectos con los objetos. Asimismo, al realizar estas prácticas, va a existir siempre, de manera intencionada o no, el surgimiento de un discurso de sustentabilidad. El pensar los individuos como co-autores, más allá que consumidores, va de la mano con la premisa mencionada inicialmente: el consumo es un proceso en constante reconstrucción y desarrollo, por lo que resulta coherente ver a la persona

como parte principal de este proceso. En pocas palabras, se debe avanzar en la comprensión de la relación objeto-sujeto, explorando cómo prácticas de reparación y reutilización funcionan como medios de re-significación identitarias mediante objetos durables, fortaleciendo a su vez, una relación más ética y sustentable con el entorno, desde lo doméstico e individual de cada individuo (Errázuriz et al., 2020).

2.1.4 FACETAS PROYECTUALES DE LA INFORMACIÓN

MUSEO

Los inicios del concepto (Linarez, 2008) se remontan a la palabra *Museion* de origen en el griego antiguo Μουσείον, donde se utilizaba en referencia al culto rendido hacia las musas en los templos. En el antiguo egipto, el término era utilizado más bien hacia el conocimiento en general, mostrando los primeros indicios de estudios ligados a lo académico e interdisciplinar, lo cual se ve manifestado en la Biblioteca de Alejandría⁷. Con la instauración del Imperio Romano, se muta al latín *musēum*, refiriéndose a el lugar que servía para discusiones filosóficas y exhibición de objetos y piezas curiosas, fomentando el interés por la admiración y el valor histórico de estas. En la Edad Moderna se da un giro hacia el coleccionismo, marcado fuertemente por el cristianismo, para que luego en el Renacimiento se establezca el museo como un espacio físico, el cual en un comienzo se refiere a colecciones privadas de la aristocracia y los llamados *Cuartos de maravillas* o *Gabinetes de Curiosidades*⁸, los cuales luego serían adquiridos para formar las bases de diversos Museos de Historia Nacional y Museos de Arte; dando inicio de forma más masiva a los de museos de índole más pública⁹. Así, en los comienzos de la Edad Contem-

⁷ La Biblioteca de Alejandría fue uno de los centros de información más grandes de la antigüedad, durante el periodo helenístico en el Antiguo Egipto. Es reconocida también por los mitos en torno a su desaparición, entre los cuales encontramos: un incendio provocado por Julio César, el ejército musulmán, deterioro natural, etc.

⁸ Habitaciones en recintos privados de aristócratas, científicos y comerciantes europeos, en donde se guardaban objetos exóticos de todas partes del mundo, actuando como enciclopedias físicas.

⁹ El *Capitoline Museum*, fundado por el Papa Sixto IV en 1471 en Roma, es catalogado como el primer museo público del mundo, el cual fue abierto al público general en 1743, por órdenes del Papa Clemente XII.

poránea el museo europeo se encuentra consolidado, y su foco principal pasa a ser la expansión globalizada y adquisición de bienes de distintas culturas¹⁰. En 1946, se crea el Consejo Internacional de Museos (ICOM) en Francia, asentando las bases y parámetros a seguir para la conservación del patrimonio y las buenas prácticas museales. “El ICOM es la organización internacional de museos y profesionales de los museos cuya finalidad es investigar, perpetuar, perennizar y transmitir a la sociedad el patrimonio cultural y natural mundial, presente y futuro, tangible e intangible” (Misiones y objetivos, s.f).

[Fig 5] Grabado de Ferrante Imperato, Dell'Historia Naturale (Naples 1599). Primera representación de una colección de historia natural realizada por su propio dueño.



[Fig 6] Moai Hoa Hakananai'a. Fotografía del Museo Británico.



¹⁰ El Museo Británico es uno de los más polémicos en cuanto a sus piezas y las vías de obtención de estas, como botines logrados mediante expediciones violentas hacia las diversas culturas, más que algo legítimamente cedido al museo. Muchos países han exigido la devolución de las piezas, incluyendo Chile (*Moai Hoa Hakananai'a*), pero el Museo se respalda en una ley que prohíbe su salida del país.

Teniendo en consideración las nociones básicas de la historia del museo, es necesario ahondar en las diversas definiciones sobre qué es y cuál es su propósito. Desde una perspectiva tradicional, George Brown Goode¹¹ en 1895, define en su libro *The principles of Museum Administration* el museo como “Una institución para la preservación de aquellos objetos que mejor explican los fenómenos de la naturaleza y la obra del hombre, y la civilización de éstos para el aumento del saber y para la cultura y la ilustración del pueblo” (p.3), una definición influenciada por su formación bajo el contexto histórico de la Ilustración, en donde el rol del museo es conservar y preservar para poder instruir y culturizar al público. En 1946, para el ICOM, la palabra museo comprende colecciones abiertas al público de cualquier área e incluye jardines y zoológicos, sin embargo, excluye las bibliotecas, excepto si dentro de ellas existen colecciones permanentes; estableciendo así una primera definición de museo de una manera institucionalizada, ligada a los espacios físicos que este comprende. Desde un punto de vista más contemporáneo, en el año 2008, Tereza Scheiner¹² define al museo como “Instancias de consagración de identidades (locales, nacionales, regionales).” (p.25). La autora además plantea que es posible que el museo en el siglo XXI se logre comprender finalmente como “un evento, un acontecimiento que no se agota en el formato institucionalizado de las organizaciones ortodoxas y cuya existencia trascenderá siempre los conjuntos de formas inanimadas en espacios cristalizados” (p.27); observándose una perspectiva más subjetiva y holística del museo en sí, no es definido por su trabajo y/o funciones concretas, sino por sus resultados e impacto; lo cual marcará un giro y cambio en el museo contemporáneo.

¹¹ Científico y zoólogo reconocido en el ámbito museal por su organización y catalogación científica de diversas colecciones, como director de museo y teórico del aspecto museal.

¹² Tereza Scheiner es una museóloga brasileña, de las más destacadas a nivel Latinoamericano. Ha participado como miembro de la ICOM, y ha sido presidenta y vicepresidenta de la ICOFOM (Comité Internacional para la Museología), en donde continúa como consultora permanente.

Dentro de las definiciones actuales de museo, podemos ver un contraste entre la RAE y el ICOM. La primera, dentro de sus descripciones presenta aún la perspectiva tradicional del museo como un lugar físico, el cual adquiere, conserva y expone, muchas veces atrae al público con un fin más bien turístico, o como un lugar de estudio¹³. Por otro lado, el ICOM mantiene vigente la definición aprobada en la Asamblea General de Viena del año 2007, la cual involucra el rol del museo en la sociedad, su impacto y su relevancia en el patrimonio.

Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo. (ICOM, s.f)

En el Código de deontología del ICOM para los museos, documento creado en 1986 y revisado en el año 2004, se estipulan los parámetros básicos para un buen funcionamiento museal. Este se estructura en diversas categorías y principios, sentando las bases para su desarrollo a nivel internacional. A grandes rasgos se menciona sobre los museos:

1. Garantizan la protección, documentación y promoción del patrimonio natural y cultural de la humanidad.
2. Los que poseen colecciones las conservan en beneficio de la sociedad y de su desarrollo.
3. Poseen testimonios esenciales para crear y profundizar conocimientos.
4. Contribuyen al aprecio, conocimiento y gestión del patrimonio natural y cultural.
5. Poseen recursos que ofrecen posibilidades para otros servicios y beneficios públicos.

6. Trabajan en estrecha colaboración con las comunidades de las que provienen las colecciones, así como con las comunidades a las que prestan servicios.
7. Actúan ateniéndose a la legalidad.
8. Actúan con profesionalidad.

Es importante mencionar que Chile pertenece a la ICOM desde los años 50, contando actualmente con 82 socias y socios, 65 naturales y 17 institucionales, quienes velan por el buen funcionamiento museal. En cuanto a la situación concreta del país, en el informe *Panorama de los museos en Chile: Reporte 2021*, elaborado desde la Subdirección Nacional de Museos, parte del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, se puede encontrar que Chile cuenta con 357 museos que han sido registrados en el Registro Museos Chile (RCM)¹⁴, un 11% más que en el año 2020. Los museos se encuentran distribuidos de manera altamente desigual en la región Metropolitana (24%) y Valparaíso (13%). Y un dato no menor, es que un 58% de los museos pertenecen a privados. Todos estos datos generales sobre los museos nacionales, nos da un indicio del contexto actual del museo contemporáneo.

MUSEOLOGÍA

La museología “(...) se interesa por el aspecto teórico de cada actividad individual o colectiva en relación con la protección, la interpretación y la transmisión del patrimonio cultural y natural. También estudia el contexto social en el que la relación hombre/objeto se sitúa” (ICOM, s.f). Es decir, constituye las dimensiones crítico-teóricas presentes en lo museal. Si bien existen antecedentes previos sobre la utilización del concepto, como en la obra de P. L. Martin *Praxis der Naturgeschichte* en 1869, o la aparición del término en diccionarios en 1931 (Van Mensch, 1995); para Linarez (2008) la museología surge a

¹⁴ Este sitio es parte de la Subdirección Nacional de Museos, busca la visibilización y formalización de los Museos a lo largo de todo el país. Los museos que se inscriben forman parte de los estudios levantados anualmente, difusión, apoyo y acceso a un intercambio de información.

¹³ 1. Lugar en que se conservan y exponen colecciones de objetos artísticos, científicos, etc.
2. Institución, sin fines de lucro, cuya finalidad consiste en la adquisición, conservación, estudio y exposición al público de objetos de interés cultural.
3. Lugar donde se exhiben objetos o curiosidades que pueden atraer el interés del público, con fines turísticos.
4. Edificio o lugar destinado al estudio de las ciencias, letras humanas y artes liberales.

partir de la necesidad e inquietud por profesionalizar el área, ya que el museo se encaminaba hacia una formalización de la actividad museística debido a los cambios en el siglo XIX, por lo que resulta urgente una unificación de términos y un dominio compartido de los conocimientos dentro de los actores de la actividad museal.

Existen ciertas perspectivas predominantes en el estudio del concepto, las cuales son rescatadas en la publicación *Conceptos claves de la museología*¹⁵ del ICOM, (2010).

1) MUSEOLOGÍA COMO “TODO LO QUE CONCIERNE AL MUSEO” (P. 57). Es una definición bastante amplia y poco específica, incorpora todo lo referente a la materia sin hacer distinción; generalmente se da en países anglófonos y por consecuencia, en latinoamérica.

2) MUSEOLOGÍA COMO EL ESTUDIO DEL MUSEO. Acercamiento más académico, donde la Museología se desliga de otros conceptos y toma su propio camino. Si bien latinoamérica se suma a este cambio, los angloamericanos no son partícipe de esta separación y prefieren llamarlo Estudios de Museo o *Museum Studies*, refiriéndose en conjunto a lo museal. Dentro de esta categoría, se encuentra la definición de Georges Henri Riviére.

La museología es una ciencia aplicada, la ciencia del museo. Estudia su historia y su rol en la sociedad; las formas específicas de investigación y de conservación física, de presentación, de animación, de difusión; de organización y de funcionamiento; de arquitectura nueva o musealizada; los sitios recibidos o elegidos; la tipología; la deontología. (Riviére, 1981)

En el siglo XIX con la consolidación del museo moderno en Europa, se instala con más fuerza el concepto de museología

y Alemania es uno de los focos del estudio racional de las problemáticas del museo, surgiendo un interés cada vez mayor por el “establecimiento de los principios de la ciencia de museología” (Fernández, 1999, p.22). Es postguerras, que el concepto se establece y comienza a expandirse, sin embargo, “Tanto el término como el carácter científico de esta disciplina no han adquirido reconocimiento unánime universal ni siquiera después de la primera mitad de nuestro siglo XX” (p.23).

3) MUSEOLOGÍA COMO CAMPO CIENTÍFICO DE INFORMACIÓN. En los años '80s y '90s, se enfoca hacia su objeto de estudio, “(...) una ciencia que examina la relación específica del hombre con la realidad y consiste en la colección y la conservación consciente y sistemática en la utilización científica, cultural y educativa de objetos (...) que documentan el desarrollo de la naturaleza y la sociedad” (Gregórova, 1980). Esta postura es respaldada por Stransky, quien considera que no es posible que el objeto de la museología sea el museo en sí, sino que este es solo el medio, siendo la museología un camino posible para el estudio de la aproximación del hombre a la realidad.

4) LA NUEVA MUSEOLOGÍA. En los años 70 's existen cambios radicales y el foco se sitúa en su carácter social e interdisciplinario, impulsado por los nuevos tipos de museos que surgen como oposición a lo tradicional. La valoración identitaria del siglo XIX, sienta bases tangibles para el desarrollo de un cambio.

(...) desarrollar la actividad museística no como una acción intelectual, sino como una ‘iniciativa comunitaria’, valorizada de identidades de grupos específicos, así como analizar en profundidad las relaciones entre museo, multiculturalismo y diversidad cultural. (Scheiner, 2008, p.29)

¹⁵ Dado a conocer en la XXII Conferencia General del ICOM, desarrollada el año 2010 en Shanghai. Surge de la “necesidad de ofrecer al público un registro de términos museales que constituya un verdadero material de referencia (...)” (p. 11).

El rol de latinoamérica en estos cambios es fundamental, ya que el año 1972 se realiza la Mesa Redonda de Santiago, en donde se delimita el objeto de estudio de la museología: la sociedad; y se sientan las bases para la instauración del concepto de *museo integral* y luego *ecomuseos*, los cuales son un cambio radical dentro de la institucionalidad (Scheiner, 2008). Esta museología comunitaria reivindica la participación comunitaria, fomenta el carácter público del museo y abre las puertas a más formas de realizar museos (talleres, cursos, bibliotecas, etc). Sin embargo, a pesar de haber sido el centro mundial de cambio, debido a la posterior dictadura en Chile y en otros países del cono sur, actualmente en latinoamérica continúa la predominancia de patrones antiguos de musealidad.

5) El conjunto de las descripciones antes mencionadas decanta en un posibilidad de considerar una **PERSPECTIVA ABIERTA**, que considere toda experiencia referida al campo de museológico (ICOM, 2010). Como lo indica Bernard Deloche (2001), la museología sería una *filosofía de lo museal*.

Finalmente, los conceptos museológicos más relevantes que competen a esta disciplina en formación, para el ICOM y el ICOFOM, corresponden a: Arquitectura, Colección, Comunicación, Educación, Ética, Exposición, Gestión, Institución, Investigación, Mediación, Museal, Musealización, Museo, Museografía, Objeto (de museo) o musealia, Patrimonio, Preservación, Profesión, Público, Sociedad. Con esta base teórica, es totalmente evidente la importancia del estudio y profundización de esta disciplina, ya que “Bien hecha, la museología puede ser profundamente transformadora, ya que se trata de la producción del conocimiento y de la constitución de nuevas estrategias del saber” (Scheiner, 2008, p.31).

MUSEOGRAFÍA

La museografía es definida como la sistematización física, concreta y objetual de la museología, siendo la técnica que aplica los conocimientos de esta (Fernández, 1999), es decir, la base sobre la cual se desarrolla el entendimiento museológico, complementándose mutuamente (Such, 1997). Para Varine (2020), la museografía comprende un “conjunto de técnicas y prácticas de recolección, conservación, presentación y educación, implementadas por el museo y sus profesionales científicos y técnicos” (p.220).

Sin embargo, este concepto no siempre ha estado presente de manera autónoma y ligado hacia las competencias prácticas de lo museal. El primer antecedente de un trabajo sobre museografía surge a comienzos del siglo XVIII, en el año 1727 por Neickel, quien publica *Museografía u orientación para la adecuada presentación y conveniente ordenación de los museos o cámaras de curiosidades*, notoriamente influenciado por el siglo de las luces, el autor expone “(...) indicaciones sobre clasificación, ordenación y conservación de las colecciones. Igualmente se encuentran en él referencias concretas a la forma de las salas de exposición, la orientación de la luz, la distribución de los objetos artísticos y los especímenes de historia natural” (Such, 1997, p.49); como menciona Luis Alonso Fernández, en su libro *Museología y Museografía* (1999), este tratado apunta hacia el contexto de la época, en donde el coleccionismo y las cámaras de curiosidades de la aristocracia era lo más prestigioso, y por ende, el foco de las investigaciones.

Bajo estos parámetros, la museografía también era utilizada para referirse a lo actualmente conocido como lo museológico; era un concepto mucho más amplio, y abarcaba simultán-

eamente lo teórico y lo práctico; la diferenciación de ambos conceptos comienza cuando se deshacen las colecciones y cámaras de curiosidades y se da un auge a los museos modernos, así, en el siglo XIX ya se presentan avances museográficos independientes. Esta separación se concreta finalmente de mano de una re-significación museal luego de la Segunda guerra mundial, en donde el término para la naciente ciencia de los museos pasa a llamarse museología (Fernández, 1999).

Dentro de otros antecedentes mencionados por Fernández, se encuentra la creación de la publicación *Muséographie*, como la “(...) primera publicación internacional sobre esta materia” (p.23), publicada por la Sociedad de Naciones¹⁶ en 1934, sin embargo, este organismo internacional dejó de existir, por lo que recién en 1946, con la creación de el ICOM, se vuelve a tener una publicación trimestral titulada *Museum*, en donde se incorpora la museografía como una de sus principales aristas a difundir. Sin duda, hoy la museografía representa una base fundamental para el estudio, la manifestación y la generación de una comunicación apropiada de los discursos museales, instalando al espacio museográfico como un “dispositivo de la memoria cultural” (Ávila, 2015, p.16).

¹⁶ Organismo internacional creado posterior al Tratado de Versalles. Su finalidad era “(...) promover la cooperación internacional y para lograr la paz y seguridad” (ONU, s.f).

III. FUNDAMENTACIÓN

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN /46

3.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN /49

3.3 PREGUNTA(S) DE LA INVESTIGACIÓN /53

3.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN /53

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“La sociedad de consumo medra en tanto y en cuanto logre que la no satisfacción de sus miembros (lo que en sus propios términos implica la infelicidad) sea perpetua.”

ZYGMUNT BAUMAN

En la actualidad se observan cada vez más discursos en torno a la sustentabilidad y el consumo, esto debido a una fatiga del sistema capitalista neoliberal ¹⁷ bajo el cual se encuentra el país, el que ha instaurado la noción del consumo como un deseo hedonista ¹⁸ (Moulian, 1998) y como equivalente de progreso, entregando cosas más rápidas, nuevas e inteligentes, estimulando la demanda de los consumidores por más, manteniendo así la ilusión de un avance superficial mediante la innovación constante. Sin embargo, el progreso nunca se logra, y esto solo condiciona a la población a una insatisfacción interminable y una búsqueda desesperada del yo y de un posicionamiento entre otros (Chapman, 2005).

Este sistema, presenta dentro de sus consecuencias un deterioro dual; por un lado afecta al medio ambiente, producto de la homogeneización de productos y serialización de procesos. A modo de ejemplo, Chile actualmente se encuentra en el lugar número 11 a nivel mundial, en cuanto a la generación de residuos de plásticos de un solo uso, con 51 kilos per cápita, siendo el líder en Latinoamérica (The Minderoo Foundation, 2021). El impacto de estas cifras radica en que entre el 60% y el 80% de la basura encontrada en el océano, corresponde a plásticos, estimando 9 millones de toneladas al año, es decir, un camión de basura por minuto, provocando un impacto medioambiental incuantificable, manifestado en la pérdida de hábitats, el

aumento de temperatura, la extinción de especies y un riesgo para la salud humana (Ministerio del Medio Ambiente, 2020).

Por otra parte, también existe un deterioro en el desarrollo interpersonal de los individuos. Esto es observable en la promoción de la individualización, para Yopo (2013) el proceso de individualización entendido como el construirse a sí mismo, es probable que en Chile tenga un carácter imperativo e involuntario, ya que está condicionado a seguir mandatos culturales altamente individualizados, existiendo una presión constante para construir la vida y el yo en torno a estos. Es así, como este enfoque genera una gran responsabilidad, lo cual podría “derivar en síntomas de vacío interior y ausencia de propósito en la vida de los individuos” (p. 10). Asimismo, se afecta también la calidad de vida de las personas, tomando como ejemplo el agua en el país, la cual se encuentra privatizada, se observa que un 76% del territorio nacional posee un grado de sequía, aproximadamente 16 millones de habitantes o un 90% de la población (Sud-Austral Consulting SpA, 2016) y se estima que más de 350.000 personas no cuentan con acceso a agua potable (Greenpeace), es decir, no tan solo se deteriora toda dimensión de la vida cotidiana debido a la sequía (a nivel social, económico e incluso educacional), sino que directamente no se garantiza el derecho básico de acceso al recurso hídrico.

Para contrarrestar la crisis climática y los desechos actuales, se promueven de manera masiva prácticas como el reciclaje, sin embargo, este no llega a compensar las proporciones y la rapidez del acelerado consumo actual (Chapman, 2005), por lo que finalmente muchas veces resulta sólo en teoría. De manera más concreta, se estima que desde 1950 se han producido más de 8.3 billones de toneladas de plástico, pero solo un 9% ha sido reciclada (UNEP, 2018), cifra que no logra representar un equilibrio o una solución efectiva.

¹⁷ John Hollowoy menciona que aunque exista evidencia de que los capitalistas son los gestantes de las crisis, siempre se responsabilizará a la población, aunque la verdad, es que si el sistema capitalista se encuentra en una crisis, no es por una desobediencia, sino porque estamos diciendo ‘no, no más’ (2010, p. 250).

¹⁸ El hedonismo como búsqueda del placer y el bienestar de la manera más inmediata posible, es una de las principales características de las sociedades latinoamericanas con ideología neoliberal para Moulian.

Es así, como el enfoque del consumo contemporáneo presenta un problema, siendo urgente la generación de un punto de vista holístico, el cual esté centrado en las personas y sus dimensiones éticas, morales, sociales e incluso filosóficas, más que verlas solamente como un usuario y futuro consumidor, apuntando hacia la construcción de una cultura con el consumo ligado no solamente al deseo, sino que también al autocontrol, con valores comunitarios y considerando las realidades sociales (Moulian, 1998). Además, este enfoque debe velar por la promoción de otras prácticas para contrarrestar lo que el ser humano se ha dedicado a destruir¹⁹, las cuales no deben actuar como antídoto, sino que como procesos de (re) significaciones en el tiempo, ya que la sustentabilidad es un viaje a largo plazo, que busca conseguir métodos más eficientes para vivir en este planeta, y sirve para atender problemas sociales, económicos, y ambientales (Chapman, 2005).

Esta investigación busca examinar las discusiones en torno al consumo e indagar en prácticas con perspectivas integrales y el cómo estas impactan a las personas tanto en un nivel afectivo, como en uno ligado al entorno; para finalmente, llegar a comprender la repercusión y el alcance que estas pueden llegar a tener en una dimensión afectiva y sustentable.

¹⁹ Todas las problemáticas ambientales derivadas de la intervención humana han llevado a catalogar el periodo geológico actual como Antropoceno, con la persona en el centro como ente omnipresente, situándose incluso por sobre la misma naturaleza.

3.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Bajo el entendimiento de que la forma en la que se practica el consumo y la importancia que se le da a este presentan el centro de la problemática, es relevante indagar las prácticas existentes que buscan resistir las actitudes dañinas impuestas en la sociedad, como lo son el reciclaje y la biodegradabilidad, las que sencillamente no son suficientes en comparación con el consumo y los desechos desmedidos. Existe una cifra de residuos anuales en el país correspondiente a 19.6 millones de toneladas (2018), de las cuales un 42% corresponde a residuos municipales no peligrosos (8.177.448,4 toneladas) y es dentro de estos, donde se puede observar que el reciclaje y la reutilización corresponden solamente a un 0.40% y 0.15% respectivamente, es decir, el 99.45% de los residuos municipales son desechados directamente en vertederos y/o rellenos sanitarios (MMA, 2020). Esta cantidad de residuos ha llegado a extremos incontrolables, como lo podemos ver en generación de Islas de Plástico, la más grande de ellas ubicada en el Océano Pacífico, posee una magnitud de 1.6 millones de km², lo que equivale a más de dos veces el territorio completo de Chile continental²⁰. También se puede observar este desenfreno en el cementerio de textiles en la zona de Alto Hospicio en Iquique, en donde los cerros de ropa desechada parecen no tener límites ni poder ser cuantificables²¹. Igualmente, es pertinente destacar la participación de grandes empresas, las cuales utilizan las prácticas de reciclaje y/o biodegradabilidad como una estrategia de mercado, ocultándose detrás de un discurso de sustentabilidad, cayendo finalmente en el *Greenwashing*²².

La masificación errónea que han tenido estas prácticas, en donde se responsabiliza a la población constantemente por la

²⁰ Actualmente son cinco las Islas de plástico en los océanos, ubicadas en el Pacífico Norte, Pacífico Sur, Atlántico Norte, Atlántico sur y el Océano Índico.

²¹ La industria textil es una de las más preocupantes, por ejemplo, cada año utiliza 93.000 millones de metros cúbicos de agua, lo cual cubriría el consumo de cinco millones de personas (Fundación Ellen MacArthur).

²² Este término se utiliza para referirse al uso por parte de empresas, de discursos que presentan a sus productos como sustentables y amigables con el medio ambiente solo como una estrategia, ya que estos no lo son.

23 Relacionado con el concepto de individualización instaurado por el sistema, mencionado anteriormente.

24 Incluso Zygmunt Bauman en *Vida de Consumo*, menciona que se determina a las personas como los culpables debido a la terciarización de la responsabilidad por parte del sistema, en donde los individuos deben preservar, promocionar y hacer atractivos los productos, sin saber que el producto son ellos mismos.

25 En Japón existe una técnica denominada *Kintsugi*, la cual consiste en reparar los objetos de cerámica, adornando sus cicatrices, lo que llega incluso a ser una filosofía, creando un vínculo inquebrantable.

26 Dentro de las legislación actual en torno a sustentabilidad en Chile, encontramos la relevancia de la Ley REP (Responsabilidad Extendida del Productor), la cual busca la reducción del residuo y el aumento de su reciclaje, reutilización y valorización.

destrucción del medio ambiente²³, crean un cargo de conciencia acerca de las actividades diarias, lo que solo resulta en actitudes pasivas de parte de los individuos, quienes piensan que deben sacrificar todo para realmente hacer un cambio (Chapman, 2005), por lo que no llegan a participar de ninguna manera, siendo nuevamente víctimas de la aceleración del sistema, el cual no permite su colaboración en los cambios.²⁴

Nace así, la inquietud de buscar nuevas conductas para mejorar las relaciones entre las personas, sus objetos y el entorno. Las prácticas de reparación y reutilización presentan un foco relevante para poder lograr este objetivo, ya que se alejan de crear soluciones desde las consecuencias (como lidiar con los desechos y efectos climáticos ya consolidados) y se enfoca en establecer una relación lo más recíproca entre la persona y su objeto, asegurando una permanencia y una resignificación constante a lo largo del tiempo, causando una irremplazabilidad del artículo, ya que este al poseer un significado, su descuido, extravío o reemplazo representaría una pérdida significativa para la persona²⁵, porque el apego va más allá del producto en sí (Mugge, 2007). Además, es posible posicionar a la persona como co-autor de este vínculo, incorporando al individuo como ente participante dentro de las narrativas de consumo actuales, logrando mayores posibilidades de un cambio mucho más efectivo, elocuente y duradero (Chapman, 2005).

Resulta interesante el estudio de estas prácticas desde todas las áreas y el establecimiento de una vasta cantidad de políticas públicas²⁶, que puedan velar por su promoción. Sin embargo, es esencial su estudio desde la disciplina del diseño, como una de las cómplices del consumo²⁷ y soporte para el modelo capitalista.

Una cosa parece clara: en el preciso momento en que se pensaba que el lazo consumista no podía estrecharse más en su lógica narcisista, lo hizo: el diseño es cómplice de un circuito casi perfecto de producción y consumo, sin mucho «margen de maniobra» para nada más (Foster, 2004).

El potencial de la disciplina radica en que el diseño posee estrategias²⁸ para incidir en la existencia del objeto, teniendo un impacto no tan solo en la adquisición de este, sino que también en su consumo, en el vínculo entre persona y objetos y en los diversos cambios que este sufra en el tiempo, influyendo en toda su vida útil, “(...)es fundamental la investigación sobre la afectividad humana para plantear propuestas que acerquen la disciplina del diseño a las personas, más allá de los aspectos meramente prácticos y funcionales” (Jacob, 2017).

Actualmente el estudio de estas prácticas desde la disciplina, proviene en su mayoría desde el diseño industrial, de productos y servicios, el que busca una reflexión en torno a los modos actuales de diseño y producción de objetos. Sin embargo, existe una carencia de una perspectiva desde el diseño visual o gráfico, en donde sería valioso el estudio de estas prácticas, para comprender en un nivel más profundo la responsabilidad de la disciplina y buscar nuevas perspectivas del rol de esta rama del diseño en los paradigmas de producción y masificación. Considerando que el cerebro humano solo demora 13 milisegundos en procesar imágenes (Potter et al., 2014), es relevante explorar la fuerza que posee específicamente el diseño de información como un medio visual de exposición de datos, cuyo “objetivo asegura la efectividad de las comunicaciones mediante la facilitación de los procesos de percepción,

27 Tal como plantea Chapman (2005), el diseño se ha vuelto una práctica sin contenido, que vela por la apariencia, el éxito financiero y crece en torno a la tecnología en pos de la eficiencia y no del ser humano.

28 Los diseñadores pueden influir principalmente en las determinantes de la autoexpresión (mediante la personalización y el co-diseño con las personas) y el placer, para fomentar el apego objetual (Mugge, 2007).

lectura, comprensión, memorización y uso de información presentada” (Frascara, 2011, p.9). Esto se debe a su alto grado de persuasión, el cual está presente sin importar las preferencias de aprendizaje de la persona o su grado de literatura visual, entendiendo esta como el grado de autoconciencia que posee el individuo al interpretar una imagen, el cual se encuentra siempre enmarcado en un contexto cultural (Lazard y Atkinson, 2014). Además, el diseño de información explorado desde un área como lo es el diseño de exposiciones, otorga un soporte firme y seguro a la difusión de los conocimientos, ya que la función educativa museal cobra real importancia al actuar como un espejo que refleja la sociedad²⁹ (Téllez, 2002). Existe así, una memoria colectiva sustancial resguardada en los museos, que cobra relevancia cuando se habla de tópicos éticos y de la relación del ser humano con su existencia.

Es por esto, la urgencia de explorar el diseño de información como medio y el diseño de exposiciones como soporte para lograr la difusión efectiva y eficaz, de la importancia e impacto de las prácticas de reutilización y reparación, en cuanto a las dimensiones afectivas de los individuos y los discursos que estos construyen entorno a la sustentabilidad y la relación con el medio ambiente, otorgando una posibilidad de cambio.

²⁹ “Es aquí cuando la ‘declaración de principios’ de este tipo de institución [Museo] se debe materializar y ‘educar y entregar información al público’, imponiéndose redimensionar el museo como un recurso de conocimiento y medio para la comunicación, ‘al servicio de una relación positiva y creadora entre los hombres y entre estos y su medio ambiente.’” (Téllez, 2002, p.3).

3.3 PREGUNTA(S) DE LA INVESTIGACIÓN

¿Es posible comprender la repercusión y el alcance de las prácticas de reparación y reutilización en un ámbito afectivo y sustentable? ¿Existe la posibilidad de gestar desde el diseño de información y de exposición, una instancia para la difusión de este impacto?

3.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1 GENERAL

Contribuir desde el diseño a la difusión del impacto de las prácticas de reparación y reutilización, en cuanto a las dimensiones afectivas y sustentables de las personas.

3.4.2 ESPECÍFICOS

- **INDAGAR** los conceptos relevantes y la literatura existente sobre el consumo, relaciones afectivas persona-objeto, nociones de sustentabilidad, museología y museografía, para lograr la base teórica de la investigación.
- **ELABORAR** un modelo de categorización de información visual, a partir de los datos recopilados por los investigadores en entrevistas, generando fichas descriptivas infográficas de los itinerarios de cada objeto estudiado.
- **CONSTRUIR** una propuesta de exposición museal para la visualización de las prácticas de reparación y reutilización en la vida cotidiana, teniendo como base las fichas descriptivas realizadas.

IV. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 MARCO METODOLÓGICO /56

4.1 MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación es de carácter cualitativo, en donde se busca la adquisición de un “pensamiento orientado más hacia el descubrimiento que hacía la comprobación” (Quintana, 2006, p.55), y es realizada principalmente mediante la técnica de análisis documental y dirigida hacia el estudio, comprensión y visualización del impacto de las prácticas de reparación y reutilización, es decir, un enfoque interpretativo y descriptivo. Esto a través de disciplinas proyectuales como el diseño de información y el diseño de exposiciones, las cuales son relevantes al momento de la difusión de los efectos que las prácticas desencadenan en el cotidiano vivir. Este estudio puede clasificarse en cuatro etapas distintivas, las cuales se explican a continuación.

ETAPA 1: ANÁLISIS TEÓRICO

- › Teoría relacionada al Fondecyt
- › Teoría diseño de exposiciones



Exploración de la literatura existente, la cual “constituye un referente teórico que sirve de guía indicativa y provisional para apoyar la construcción conceptual” (Quintana, 2006, p.55). Se estudia la teoría, perspectivas y narrativas, en primera instancia en torno a las temáticas relacionadas con el proyecto FONDECYT. Y luego, se hace una búsqueda de teoría en torno a todo lo que involucre el diseño de exposiciones, para poder comprender su origen histórico, etimológico y funcional.

ETAPA 2: ESTUDIO DE CONTEXTO

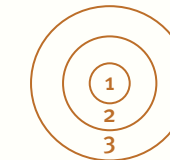
- › Antecedentes
 - * Colectivo Cosas Maravillosas
- › Referentes
 - * Conceptuales
 - * Funcionales
 - * Visuales



Recopilación de antecedentes en torno a los proyectos e investigaciones gestadas por las y los investigadores y búsqueda de referentes para acercar el trabajo teórico a la disciplina.

ETAPA 3: PROPUESTA VISUAL

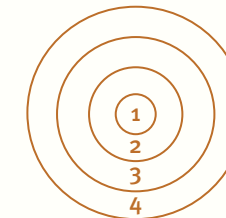
- › Fichas itinerarios biográficos
 - * Arquitectura de la información
 - * Construcción visual



Realización de la propuesta visual gráfica para las fichas descriptivas solicitadas por el equipo Fondecyt, desde un tratamiento léxico, hasta llegar a la visualidad adecuada.

ETAPA 4: GESTACIÓN PROYECTUAL

- › Exposición
 - * Guión museológico
 - * Guión museográfico



Esta fase se concentra en la creación de la propuesta museal desde su ideación museológica, hasta los aspectos más concretos y técnicos de la museografía.

V. RESULTADOS

5.1 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN /60

5.1 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Resulta evidente la urgencia de una perspectiva de diseño holística, que vaya más allá de las necesidades tecnológicas y/o funcionales y vele por las necesidades significativas y afectivas de las personas. Para lograr esto, la sustentabilidad dentro de las metodologías actuales de diseño debe dejar de ser vista como un pase ético o desde el ego, y desplazarse hacia una visión de la sustentabilidad como algo constante, que se da de manera gradual. Además, el diseño desde lo afectivo conlleva un entendimiento de que este no termina con la compra, sino que es un proceso que está en continuo desarrollo, en donde el usuario será un co-autor y no una figura pasiva; esto demuestra la clara necesidad de dimensionar el impacto de la disciplina, la cual va más allá de lo funcional, e incluso puede ser parte de la construcción de la identidad de un individuo, en este caso, mediante sus objetos domésticos. También es importante destacar que el material estudiado proviene de áreas ligadas a la psicología y a la sociología, y los textos levantados desde la disciplina de diseño nacen desde una rama industrial, debido a su característica objetual. Es por esto, que resulta intrigante su estudio desde el área visual, sobre todo desde el diseño de información como el canalizador de información desde la data a la visualidad y del diseño de exposiciones, como el catalizador de reacciones y aprendizaje hacia un público determinado.

Por lo tanto, considerando el diseño como una de las disciplinas partícipes del modelo actual que condiciona al consumismo, es relevante explorar si es posible su utilización en la difusión de las prácticas que participan de la creación de significados y de vínculos duraderos y significativos entre las

personas y sus objetos domésticos, logrando una extensión de la vida de estos, y por ende, el fortalecimiento de un vínculo más sostenible con el entorno.

VI. PROYECTO

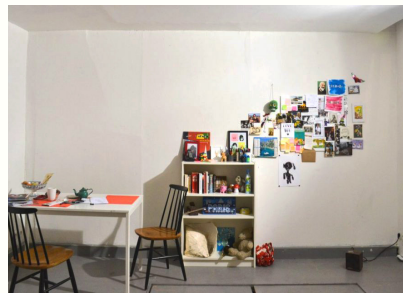
6.1 ANTECEDENTES /64

6.2 REFERENTES /66

6.3 INTRODUCCIÓN AL PROYECTO /69

6.1 ANTECEDENTES

Es relevante destacar que parte del equipo Fondecyt (Florencia Muñoz, Ricardo Greene y Tomás Errázuriz), componen desde 2018 el colectivo *Cosas Maravillosas*, el cual busca la promoción de un cotidiano vivir sustentable con los objetos que componen nuestro entorno, a través de la investigación y la difusión de prácticas como la reutilización, reparación, recuperación y conservación.



LA PERENNIZACIÓN DE LO COTIDIANO (2014)

Trabajo de etnografía realizado en la Galería de Arte *The Window* de París, a partir de los objetos de residentes.



USO DIARIO (2018)

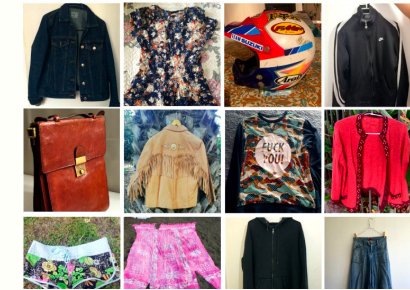
Exposición sobre todas las opciones para el uso del papel de diario, visibilizando su relevancia y versatilidad en la cotidianidad.



TERRITORIOS EN MOVIMIENTO

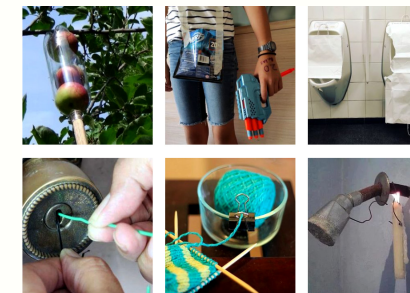
Foto ensayo enfocado en regiones, que estudia cómo los teléfonos inteligentes han afectado las diversas formas de vivir y coexistir.

[Fig 7-12] Fotografías del colectivo *Cosas Maravillosas*.



PRENDAS REGALONAS

Se recolectan fotografías y relatos sobre prendas, para comprender las motivaciones para su conservación.



INSTAGRAM

@ALBUMDECHISPEZAS

Recopilación de fotografías sobre cosas cotidianas que han sido reutilizadas, cambiando su propósito.



COSAS MARAVILLOSAS: TEMPORADA 2021

Exposición realizada en el CCLM, sobre la vida de las cosas y la resistencia de estas en la vida cotidiana.



COSAS MARAVILLOSAS: TEMPORADA 2022

Versión 2022 de la exposición, adaptada e inaugurada en el Campus Creativo de la UNAB.

[Fig 13] Fotografía de autoría propia.

6.2 REFERENTES

6.2.1 CONCEPTUALES

Tienen una relación con las temáticas generales de la investigación, en este caso la afectividad hacia objetos, la reutilización, reparación y sustentabilidad.



GREEN GLASS

Empresa dedicada a la reutilización de botellas de vidrio, transformándolas en colecciones de vasos ilustrados por artistas nacionales.

Photo Gallery



NOTHROW DESIGN

Colectivo europeo sobre ecodiseño de ambientes y mobiliario. Incluso difunden los planos de su diseños de manera gratuita.



MUSEUM OF BROKEN

RELATIONSHIPS

Objetos sin valor aparente, representan historias complejas y emotivas sobre rupturas en general.

[Fig 14] Fotografías de Green Glass.

[Fig 15] Página web NoThrow design.

[Fig 16] Fotografías de Museum of Broken relationships.

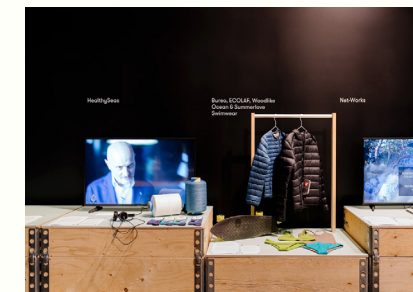
6.2.2 FUNCIONALES

Se relacionan directamente con el tipo de formato o soporte a utilizar, como lo es el diseño de información y el diseño de exposiciones.



STUDIO PATTEN

Estudio caracterizado por su trabajo editorial, infográfico e ilustrativo. Su visualidad está compuesta por colores sólidos y formas simples.



MARES DE PLÁSTICO

Exposición que busca generar conciencia sobre el problema del uso excesivo del plástico y sus consecuencias en el océano.



MUSEUM OF US

Este museo en Londres fue creado de manera colaborativa para que la comunidad pudiese tener un espacio de expresión y representación.

[Fig 17] Imagen de proyecto de Studio Patten.

[Fig 18] Fotografía de Enric Badrinas.

[Fig 19] Fotografía de Suki Dhanda.

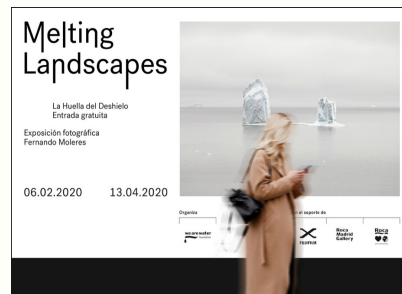
6.2.3 VISUALES

Configuran una apariencia atractiva y adecuada para el desarrollo del proyecto. No necesariamente coincide con el soporte o formato, ni tampoco conceptualmente con el proyecto.



HAPPY DATA (2020)

Giorgia Lupi busca datos esperanzadores en pandemia, utilizando fotografías intervenidas con color e ilustraciones.



MELTING LANDSCAPES

Identidad gráfica realizada por el Estudio Setze para una exposición fotográfica. Se caracteriza por su simplicidad.



CUERVO CAFÉ

Gráficas realizadas por Hueso Studio para un café, destaca por el uso de color vibrante, su diseño simple y concreto.

6.3 INTRODUCCIÓN AL PROYECTO

Este proyecto se compone de dos etapas principales, a realizarse luego del periodo de búsqueda teórica y bibliográfica.

PRIMERA ETAPA:

A. BIOGRAFÍA DE LAS COSAS. VISUALIZACIÓN GRÁFICA PARA FONDECYT.

Corresponde al trabajo gráfico realizado para el proyecto Fondecyt. Este tarea, la cual fue la razón de la incorporación como tesista, consiste en la realización de fichas sobre los objetos estudiados y sus correspondientes características, según la información elaborada por los investigadores, con la finalidad de catalogar de manera visual los datos, con un lenguaje gráfico apropiado y que marque una identidad del proyecto, la cual pueda utilizarse en futuras instancias y etapas de investigación.

SEGUNDA ETAPA:

B. LOVE.JECTS. PROPUESTA MUSEOLÓGICA Y MUSEOGRÁFICA.

Responde a la decisión autónoma de utilizar las fichas y el lenguaje creado en la primera etapa, para crear una propuesta de exposición, con la finalidad de difundir la relevancia y el impacto de las prácticas de reparación y reutilización en los objetos y la vida cotidiana de los individuos, de manera más masiva e inmersiva.

[Fig 20] Giorgia Lupi para Happy data.

[Fig 21] Setze Studio.

[Fig 22] Hueso Studio.

		2021										2022								
		03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06	07	08	
ANÁLISIS TEÓRICO	TEORÍA Y BIBLIOGRAFÍA																			
	ESTUDIO DE CONTEXTO	ANTECEDENTES Y REFERENTES																		
		PROPUESTA VISUAL	[FICHAS] A. PRIMERA ETAPA: BIOGRAFÍA DE LAS COSAS																	
			GESTACIÓN PROYECTUAL	[EXPOSICIÓN] A. SEGUNDA ETAPA: LOVE.JECTS																

● [Receso académico]



A. PRIMERA PARTE: BIOGRAFÍA DE LAS COSAS.

VISUALIZACIÓN GRÁFICA PARA FONDECYT.

A.1 PLANIFICACIÓN /74

A.2 DESARROLLO DE LA ETAPA /79

A.3 CONCLUSIONES DE LA ETAPA /103

A.1 PLANIFICACIÓN

A.1.1 DESCRIPCIÓN

Visualización gráfica realizada para el proyecto Fondecyt que comprende la realización de fichas infográficas que recopilen la información esencial adquirida por los investigadores, con el propósito inicial de procesar los datos de manera más visual (características generales de los objetos; el perfil de la persona asociada a ellos y el hogar donde conviven; afectos y significados; y procesos de reparación y reutilización), para posteriormente ser transmitidos a la población general. Se logra así, colaborar al objetivo del proyecto Fondecyt que consiste en el análisis del poder transformador de prácticas como la reparación y reutilización, respecto a las relaciones afectivas que los sujetos establecen con sus objetos domésticos durables y sus discursos sobre sustentabilidad.

Al crear estas fichas se debe componer un lenguaje visual adecuado, el cual coincida con los propósitos e ideales de la investigación. Para esto, se trabaja desde los conocimientos teóricos y plásticos adquiridos en etapas previas, y también desde los requerimientos entregados por el equipo, como las propuestas de formato y la información a incluir en estas, acompañado del acceso a material (fotografías, videos e información recopilada). Todo el trabajo pasa por sesiones de retroalimentación con el equipo, en donde se realizan las modificaciones necesarias ya que la ejecución de esta tarea va en paralelo con el levantamiento de información del Fondecyt, por lo que debe haber un margen para los posibles cambios y mejoras, para lograr la creación de un lenguaje óptimo materializado en las fichas, el cual pueda dar paso a una difusión y un entendimiento del proyecto en su totalidad.

A.1.2 OBJETIVOS DE LA ETAPA

GENERAL

Crear fichas descriptivas infográficas para la difusión de los itinerarios biográficos de objetos domésticos y su mutabilidad afectiva en torno las prácticas de reparación y/o reutilización, a partir de la información recopilada por los investigadores Fondecyt.

ESPECÍFICOS

- **ANALIZAR** los datos entregados por el equipo de investigadores, para poder establecer los requerimientos bases para la construcción de las fichas.
- **ELABORAR** un sistema de información visual gráfica para la composición y visualización de las fichas, siguiendo los lineamientos anteriormente determinados.
- **MOSTRAR** el trabajo al equipo Fondecyt para la obtención de una retroalimentación y una comunicación constante sobre el avance de la etapa.

A.1.3 METODOLOGÍA



ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

- › Establecer criterios
- › Trabajo léxico

Se analiza la información recopilada por los investigadores en las entrevistas sobre cada objeto estudiado. Con este fin, se tiene acceso a un formulario de Google Docs “FONDECYT - Ficha de personas, objetos y relaciones” [Anexo A.1], en donde los investigadores clasifican los aspectos relevantes de cada uno de estos, el cual se debe ser descomponer para decidir qué categorías o elementos son esenciales para la construcción de la ficha, además de realizar un trabajo léxico para poder lograr un lenguaje visual de manera coherente y acertada.



CONSTRUCCIÓN VISUAL

- › Formato y soporte
- › Tipografía
- › Diagramación
- › Color
- › Trabajo fotográfico

Esto se realiza de manera exploratoria, mediante bocetos y maquetado en primer lugar de manera análoga y luego digital, hasta lograr llegar a los requerimientos establecidos por el equipo, con una categorización de la información visual adecuada, tanto en aspectos formales (colores, tipografía, diagramación), como en aspectos conceptuales, que coincidan con los lineamientos y la intencionalidad de la investigación en sí. Además, se realiza un trabajo fotográfico propio para comprender la ficha en uso y para etapas posteriores.

A.1.4 SOCIALIZACIÓN

En esta etapa se cuenta con clientes, quienes corresponden al equipo Fondecyt conformado por Tomás Errázuriz, Ricardo Greene, Rubén Jacob y Florencia Muñoz, ya que se busca satisfacer un pedido de diseño solicitado por ellos, y por lo tanto son agentes directos en el desarrollo de esta primera fase.

En cuanto a los beneficiarios, en primera instancia se encuentran los beneficiarios inmediatos, que sería el equipo del Fondecyt, quienes se favorecen del trabajo, al ver proyectada su información desde otra perspectiva. Y a largo plazo, se puede establecer que los beneficiarios serían el público en general que tendrá acceso a la difusión de este proyecto basándose en las fichas como manifestación principal de lo estudiado; también investigadores, estudiantes y académicos de variadas disciplinas que presenten un interés tanto en la manifestación visual de la información, como en el estudio de las afectividades y las prácticas de reparación y reutilización entre personas y sus objetos domésticos.

A.1.5 RECURSOS Y SOPORTES TECNOLÓGICOS

A lo largo de esta etapa, se utilizaron los siguientes recursos y herramientas.

- **EQUIPOS:** Computador, Celular, iPad, Apple pencil, Mouse, Adaptador usb-c, Impresora, Cámara fotográfica.

- **PROGRAMAS:** Adobe (Illustrator, Photoshop, Lightroom), Procreate.

- **MATERIALES:** Lápices, Libreta, Hojas de papel, Destacadores, Tijeras, Cortacartón.

A.1.6 GESTIÓN ESTRATÉGICA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto se realiza bajo la calidad de Tesista desde el año 2021 [Anexo 2], en un proyecto del Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondecyt), administrado por la Comisión Nacional de Investigación, Científica y Tecnológica (CONICYT) del Ministerio de Educación. Se trata de *1201546 Reparar y reutilizar: re-configurando las relaciones afectivas con los objetos domésticos*, adjudicado el año 2020 a nombre de Tomás Pablo Errázuriz Infante, perteneciente a la Universidad Andrés Bello y bajo la categoría de Artes y Arquitectura.

COSTOS

Los costos atribuidos a esta etapa se pueden dividir de la siguiente manera.

- **HONORARIOS PROFESIONALES:** La participación como tesista del proyecto comprende el pago de un monto equivalente a \$1.000.000, el cuál fue distribuido en dos pagos, al comienzo del proyecto y al finalizar este.

- **COSTOS OPERATIVOS:** Estos involucran todas las herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades.

› Licencias Adobe Plan Anual (Illustrator, Photoshop, In-Design): \$24.276 mensuales durante 16 meses, equivale a un total de \$388.416 pesos.

› Internet hogar Movistar Fibra Óptica: \$16.000 mensuales durante 15 meses, equivale a un total de \$256.000 pesos.

A.2 DESARROLLO DE LA ETAPA

A.2.1 DEFINICIÓN DE CONTENIDOS

Para la determinación de los contenidos a incorporar en la ficha, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos solicitados por el equipo, como los requerimientos generales para la realización del trabajo.

	FICHA GENERAL	FICHA VISUAL
CONTENIDO	Aspectos esenciales del objeto, su contexto, y modificaciones.	Variante de la anterior, con información aún más general, menos estructurada, pensada para una exposición.
FORMATO	A4 o algo más bien similar a un folleto, o tamaño de placa de museo, que las personas se puedan llevar para acceder a la información.	Un formato más grande que el anterior.
PÚBLICO	Público general que quiera conocer más detalles sobre la información recopilada de los objetos en la investigación.	Público general que quiera conocer aspectos más visuales y resumidos sobre la información recopilada de los objetos en la investigación.

ESTABLECER CRITERIOS

1) **SELECCIÓN:** Clasificación de los elementos que deben ir en la ficha a partir del Google docs. Esto se lleva a cabo de manera autónoma y en conversaciones con el equipo, para llegar a un acuerdo en qué aspectos son los esenciales a difundir.

/ LISTADO FONDECYT ORIGINAL

1. CARACTERIZACIÓN PERSONAS	2. INFORMACIÓN TÉCNICA DE LOS ARTEFACTOS	3. INFORMACIÓN AFECTIVA PERSONAS-ARTEFACTOS
Código o seudónimo grupo familiar/hogar	Código de la persona relacionada al artefacto	Modificación realizada
Código o seudónimo individuo	Código del hogar o grupo familiar relacionados al artefacto	Propiedad sobre el objeto
Edad	Número/código del artefacto	Categoría de la modificación
Género	Descripción del artefacto	Fecha de la modificación
Nacionalidad	Tipología	Motivación para iniciar esa modificación
Estado civil	Categorías del artefacto	Tiempo invertido en la modificación
Ciudad/comuna de residencia	Función principal del artefacto (la original)	Costo estimado de la modificación
Tipo de urbanización	Función principal del artefacto (la actual)	Nivel de apego o aprecio declarado por el objeto
Ciudad/comuna de donde proviene	Valor monetario estimado (real, aproximado)	Personalización - Nivel de esfuerzo físico
Profesión u ocupación principal	Valor monetario asignado (afectivo, aproximado)	Personalización - Nivel de esfuerzo intelectual
Nivel de estudios	Proceso de adquisición	Personalización - ¿Quién inició el proceso?
Número de integrantes grupo familiar	Año de adquisición	Personalización - Objetivo del proceso
Tipo de vivienda	Ubicación habitual en el hogar (habitación/área)	Personalización - Flexibilidad
Metros cuadrados aproximados de la vivienda	Visibilidad del objeto en el hogar	Rol del artefacto antes de la modificación
Ingreso familiar mensual aproximado	Fabricante y/o marca (si se conoce)	Rol del artefacto después de la modificación
Situación laboral	Año de fabricación (si se conoce)	Emociones negativas provocadas por el artefacto
Pasatiempos	País de procedencia (si se conoce)	Observaciones sobre las emociones negativas
¿Cuenta con un espacio de taller en su casa?	Material principal	Emociones positivas provocadas por el artefacto
¿Cuenta con herramientas en su casa?	Material secundario	Observaciones sobre las emociones positivas
	Acabado del artefacto	Emociones neutras provocadas por el artefacto
	Estado de conservación	Observaciones sobre las emociones neutras
	Tamaño (percepción general)	Observaciones generales finales
	Dimensiones aproximadas	
	Formas predominantes (máximo 3)	

/ SELECCIÓN FINAL

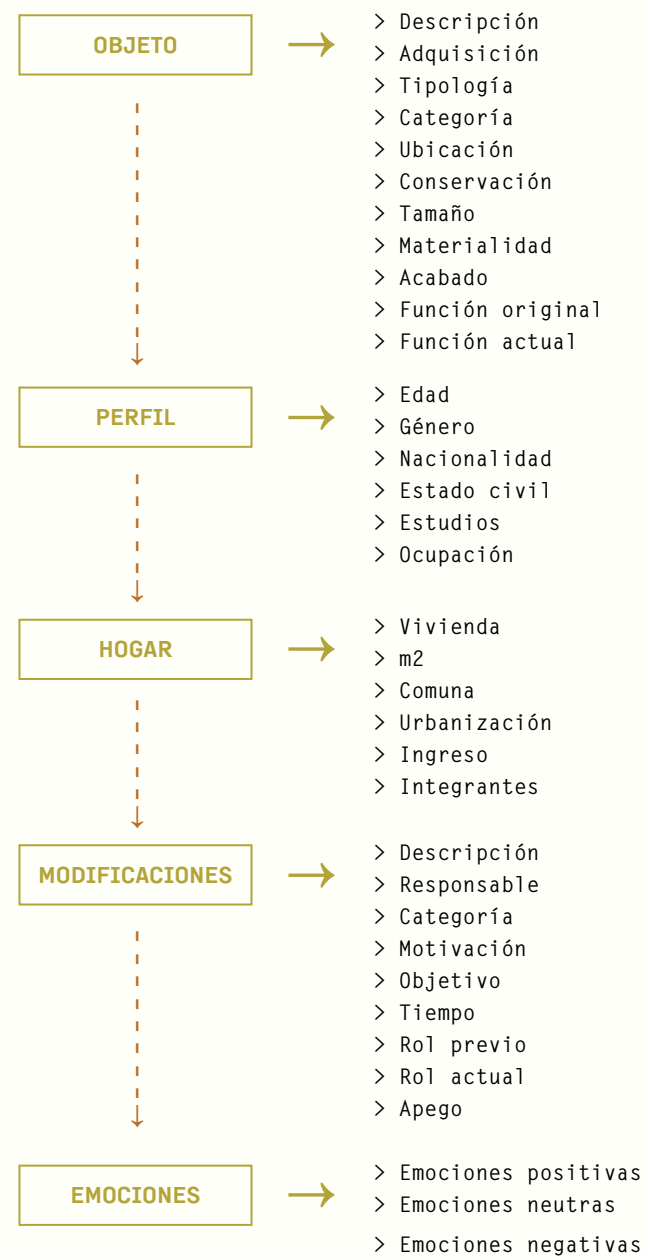
1. CARACTERIZACIÓN PERSONAS	2. INFORMACIÓN TÉCNICA DE LOS ARTEFACTOS	3. INFORMACIÓN AFECTIVA PERSONAS-ARTEFACTOS
Edad	Descripción del artefacto	Modificación realizada
Género	Tipología	Propiedad sobre el objeto
Nacionalidad	Categorías del artefacto	Categoría de la modificación
Estado civil	Función principal del artefacto (la original)	Motivación para iniciar esa modificación
Ciudad/comuna de residencia	Función principal del artefacto (la actual)	Tiempo invertido en la modificación
Tipo de urbanización	Proceso de adquisición	Nivel de apego o aprecio declarado por el objeto
Profesión u ocupación principal	Ubicación habitual en el hogar (habitación/área)	Personalización - Objetivo del proceso
Nivel de estudios	Material principal	Rol del artefacto antes de la modificación
Número de integrantes grupo familiar	Material secundario	Rol del artefacto después de la modificación
Tipo de vivienda	Acabado del artefacto	Emociones negativas provocadas por el artefacto
Metros cuadrados aproximados de la vivienda	Estado de conservación	Emociones positivas provocadas por el artefacto
Ingreso familiar mensual aproximado	Tamaño (percepción general)	Emociones neutras provocadas por el artefacto

2) CATEGORÍAS Y SECCIONES: Luego de tener completa la selección de secciones a incluir, se realiza una distribución de estos en nuevas categorías, con la finalidad de reorganizar de la mejor manera para lograr una comunicación efectiva de la información.

/ CATEGORÍAS Y SECCIONES RESPECTIVAS

OBJETO	PERFIL	HOGAR	MODIFICACIONES	EMOCIONES
Descripción del artefacto	Edad	Tipo de vivienda	Modificación realizada	Emociones positivas provocadas por el artefacto
Proceso de adquisición	Género	Metros cuadrados aproximados de la vivienda	Propiedad sobre el objeto	Emociones neutras provocadas por el artefacto
Tipología	Nacionalidad	Ciudad/comuna de residencia	Categoría de la modificación	Emociones negativas provocadas por el artefacto
Categorías del artefacto	Estado civil	Tipo de urbanización	Motivación para iniciar esa modificación	
Ubicación habitual en el hogar (habitación/área)	Nivel de estudios	Ingreso familiar mensual aproximado	Personalización - Objetivo del proceso	
Estado de conservación	Profesión u ocupación principal	Número de integrantes grupo familiar	Tiempo invertido en la modificación	
Tamaño (percepción general)			Rol del artefacto antes de la modificación	
Material principal			Rol del artefacto después de la modificación	
Material secundario			Nivel de apego o aprecio declarado por el objeto	
Acabado del artefacto				
Función principal del artefacto (la original)				
Función principal del artefacto (la actual)				

3) **JERARQUÍA:** Finalmente se asigna una jerarquía para la lectura de la información, que va desde lo central y lo más concreto, hacia lo más abstracto y emocional.



TRABAJO LÉXICO

1) **CARACTERES:** Se realiza una serie de arreglos para disminuir la cantidad de caracteres en las secciones sin que estas pierdan su sentido, y logren ser directas y precisas. Además, se hace una catalogación del tipo de respuesta para cada una de ellas según el Google Forms, y los caracteres estimados para las correspondientes, a fin de tener un parámetro máximo para diseñar el espacio de las fichas de manera correcta.

/ EJEMPLO, LISTADO COMPLETO EN [ANEXO A.3]

ANTES	DESPUÉS	RESPUESTA	OPCIONES	Nº ALTERNATIVAS	CARACTERES MÁXIMOS
Proceso de Adquisición	Adquisición	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Compra <input type="radio"/> Obsequio <input type="radio"/> Hallazgo <input type="radio"/> Herencia <input type="radio"/> Préstamo <input type="radio"/> Compra <input type="radio"/> Otro <input type="radio"/> No aplica	1	-
Ubicación habitual en el hogar (habitación / área)	Ubicación	Abierta de texto corto	Ejemplo: Dormitorio	-	20 caracteres
Nivel de estudios	Estudios		<input type="radio"/> Postgrado <input type="radio"/> Universitario <input type="radio"/> Educación media <input type="radio"/> Educación básica <input type="radio"/> Sin escolarización <input type="radio"/> Otro <input type="radio"/> No aplica	1	-
Profesión u ocupación principal	Ocupación	Abierta de texto corto	Ejemplo: Arquitecto	-	60 caracteres
Metros cuadrados aproximados de la vivienda	m2	Abierta de texto corto	Ejemplo: 100-100m2 aprox.	-	15 caracteres
Tipo de urbanización	Urbanización	Alternativas cerradas	<input type="radio"/> Rural <input type="radio"/> Suburbana <input type="radio"/> Urbana	1	-
Modificación realizada	Descripción	Abierta de texto largo	Ejemplo: Se cosieron partes con hilo, ya que se estaba sacando el relleno del peluche.	-	160 caracteres

A.2.2 PROCESO DE DESARROLLO Y CRITERIOS DE DISEÑO

CONSTRUCCIÓN VISUAL

1) **FORMATO Y SOPORTE:** Cumpliendo con el requerimiento establecido por el equipo respecto a una ficha que pudiera ser de un formato manejable y posible de ser llevado por las personas, se decide un formato postal de 10x15cms, impreso sobre papel couché blanco de 260 grs que asegure una firmeza para el traslado de ésta; en donde el tiro impreso a láser color corresponde a la fotografía del objeto en su contexto determinado en el hogar, y el retiro impreso en láser monocromático a la ficha con la información detallada del artículo correspondiente.



TIRO
Formato de 10x15cms,
con fotografía de
9x14cms.



RETIRO
Formato de 10x15cms,
Ficha abarca 9x14cms.

2) **TIPOGRAFÍA:** La tipografía en el diseño de formularios o fichas debe ser una fuente bastante completa debido a la cantidad de información que se va a manejar, con esto en mente, se elige trabajar con URW Din Condensed de URW Type Foundry; una condensada para poder incorporar la mayor cantidad de información en un espacio acotado. Esta se utiliza en sus variantes Light, Bold y Black.

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklnñ

opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklnñ

opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

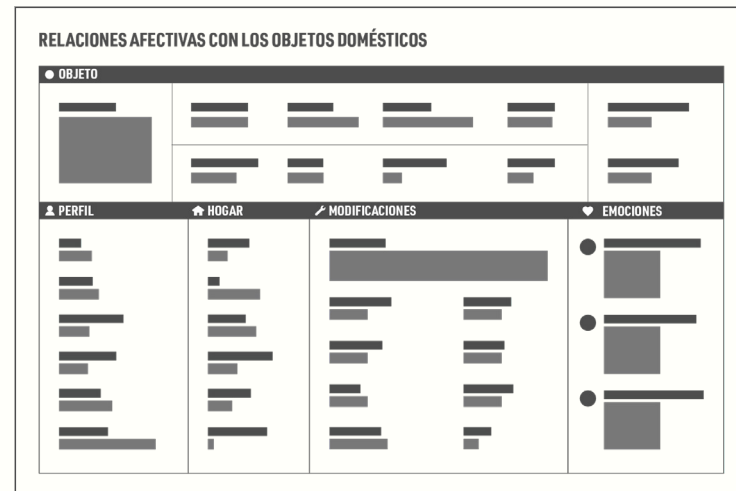
abcdefghijklnñ

opqrstuvwxyz

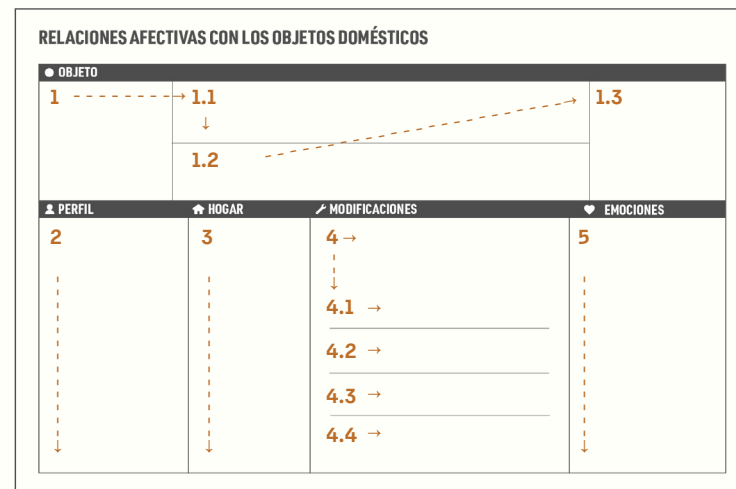
3) DIAGRAMACIÓN: La disposición de la información se construye en torno a cuatro grandes áreas principales: Perfil, Hogar, Objeto y Modificaciones. Tanto estas, como las secciones dentro de cada una de ellas, van en un orden jerárquico para su lectura, el cual fue establecido previamente y es dictado por distintos valores de línea y bloques de color. Además, se añaden iconos al costado de cada categoría para orientar al lector sobre la información a encontrar en la parte indicada.

4) COLOR: El trabajo de color en el tiro de las fichas es full color, pero el retiro es de carácter monocromático, es un gris resultante de un negro al 70%, para no crear un contraste completamente duro con el sustrato blanco al momento de imprimir, y así facilitar la lectura de datos de manera más amena.

Ejemplo bloques de texto



Lectura



RGB

R: 77
G: 77
B: 77

CMYK

C: 65%
M: 58%
Y: 57%
K: 37%

HEX

#4d4d4d

5) **TRABAJO FOTOGRÁFICO:** Debido a que el proyecto Fondecyt aún no llega a la recopilación visual e informativa de todos sus objetos, para el levantamiento de este proyecto se opta por elaborar las fotografías para simular la ficha completa, buscando objetos que posean cualidades que coincidan con categorías y secciones correspondientes. Las fotos fueron sacadas con una cámara Nikon D5100, con un lente de 50mm 1.8 y pasan posteriormente por edición digital en el programa Lightroom.

ANTES



DESPUÉS



[Fig 23-26] Fotografías de autoría propia.

A.2.3 REPRESENTACIÓN FINAL DE LA PROPUESTA

A continuación se muestra una previsualización digital del trabajo realizado en la etapa, el cual logra con los requerimientos establecidos por el equipo Fondecyt, tales como: que exista una selección de los encuentros más representativos y relevantes en torno a los objetos estudiados; que esta selección pueda ser entregada al público de manera precisa y eficaz; y finalmente, el obtener un formato el cual pueda ser transportable e irse con un futuro visitante de una exposición o instancia en donde los investigadores estén presentando sus hallazgos, transformándose en un recurso en cierta parte educacional y que cause la curiosidad suficiente como para catalizar un pensamiento crítico en las personas.



RELACIONES AFECTIVAS CON LOS OBJETOS DOMÉSTICOS

● OBJETO

DESCRIPCIÓN
Libro que se tiene desde la infancia y ha estado por generaciones.

ADQUISICIÓN
Herencia

TIPOLOGÍA
Producto seriado

CATEGORÍA
Elemento cultural

UBICACIÓN
Living

FUNCIÓN ORIGINAL
Lectura

CONSERVACIÓN
Regular

TAMAÑO
Pequeño

MATERIALIDAD
Papel / Cartón / Plástico

ACABADO
Recubrimiento

FUNCIÓN ACTUAL
Lectura y recuerdo

👤 PERFIL

EDAD
23 años

GÉNERO
Femenino

NACIONALIDAD
Chilena

ESTADO CIVIL
Soltera

ESTUDIOS
Educación media

OCUPACIÓN
Estudiante universitaria

🏠 HOGAR

VIVIENDA
Departamento

M2
60m2 aprox.

COMUNA
Santiago centro

URBANIZACIÓN
Urbana

INGRESOS
Bajo

INTEGRANTES
1

🔧 MODIFICACIONES

DESCRIPCIÓN
Con el tiempo se ha puesto scotch en las partes que se han despegado, para su mantención.

RESPONSABLE
Es "de la familia"

CATEGORÍA
Reparación

MOTIVACIÓN
Utilidad y simbolismo

OBJETIVO
No aplica

TIEMPO
Minutos

ROL PREVIO
Guía

ROL ACTUAL
Familia

APEGO
Muy alto

❤️ EMOCIONES

😊 **EMOCIONES POSITIVAS**

Deleite
Curiosidad / Interés
Calma

😐 **EMOCIONES NEUTRAS**

Melancolía
Contención
Nostalgia

😞 **EMOCIONES NEGATIVAS**

Soledad

RELACIONES AFECTIVAS CON LOS OBJETOS DOMÉSTICOS

● OBJETO		ADQUISICIÓN		TIPOLOGÍA	CATEGORÍA	UBICACIÓN	FUNCIÓN ORIGINAL
DESCRIPCIÓN Figura a escala de automóvil mini cooper, obtenida luego de adquirir el auto.	Compra	Producto seriado	Juguetes y juego	Sala de estar	FUNCIÓN ORIGINAL Decoración		
	CONSERVACIÓN Bueno	TAMAÑO Pequeño	MATERIALIDAD Metal	ACABADO Pintura / Barniz	FUNCIÓN ACTUAL Decoración		
👤 PERFIL		🏠 HOGAR		🔧 MODIFICACIONES		❤️ EMOCIONES	
EDAD 47 años	VIVIENDA Departamento	DESCRIPCIÓN Se pintó el techo de la figura con esmalte de uñas negro para que fuera como el auto real.		EMOCIONES POSITIVAS No aplica			
GÉNERO Masculino	M2 120m2	RESPONSABLE Es de un familiar	CATEGORÍA Personalización	EMOCIONES NEUTRAS Nostalgia Melancolía			
NACIONALIDAD Chileno	COMUNA Las Condes	MOTIVACIÓN Identidad o autoexpresión	OBJETIVO No aplica	EMOCIONES NEGATIVAS Fascinación Satisfacción Agrado			
ESTADO CIVIL Divorciado	URBANIZACIÓN Urbana	TIEMPO Minutos	ROL PREVIO Autoextensión				
ESTUDIOS Postgrado	INGRESOS Desempleado	ROL ACTUAL Amigo	APEGO Intermedio				
OCUPACIÓN Ingeniero comercial	INTEGRANTES 2						





Figura de ángel obsequiada en la graduación de kinder el año 2005.		CONSERVACIÓN Muy bueno		Tamaño Pequeño	
MODIFICACIONES					
PERFIL			HOGAR		
EDAD	23 años	VIVIENDA	Casa	DESCRIPCIÓN	No se han realizado mayores modificaciones, se mantiene con una limpieza continua.
GÉNERO	Femenino	M2	90m2 aprox.	RESPONSABLE	No aplica
NACIONALIDAD	Chilena	COMUNA	Providencia	MOTIVACIÓN	No aplica
ESTADO CIVIL	Soltera	URBANIZACIÓN	Urbana	TIEMPO	No aplica
ESTUDIOS	Universitario	INGRESOS	Medio	ROL ACTUAL	Autoextensión
OCUPACIÓN	Estudiante y vendedora	INTEGRANTES	2	ROL PREVIO	No aplica
			CATEGORÍA		No aplica
			OBJETIVO		No aplica
			APEGO		Alto
			EMOCIONES POSITIVAS		
			Agrado		
			Serenidad		
			EMOCIONES NEUTRAS		
			Melancolía		
			Nostalgia		
			EMOCIONES NEGATIVAS		
			No aplica		



RELACIONES AFECTIVAS	
OBJETO	
DESCRIPCIÓN Figura de ángel obsequiada en la graduación de kinder el año 2005.	
PERFIL	
EDAD	23 años
GÉNERO	Femenino
NACIONALIDAD	Chilena
ESTADO CIVIL	Soltera
ESTUDIOS	Universitario
OCUPACIÓN	Estudiante



RELACIONES AFECTIVAS CON LOS OBJETOS DOMÉSTICOS					
OBJETO		ADQUISICIÓN		TIPOLOGÍA	
DESCRIPCIÓN Figura de ángel obsequiada en la graduación de kinder el año 2005.		Obsequio		Producto seriado	
		CONSERVACIÓN		TAMAÑO	
		Muy bueno		Pequeño	
PERFIL			HOGAR		
EDAD	23 años	VIVIENDA	Casa	DESCRIPCIÓN	No se han realizado mayores modificaciones, se mantiene con una limpieza continua.
GÉNERO	Femenino	M2	90m2 aprox.	RESPONSABLE	No aplica
NACIONALIDAD	Chilena	COMUNA	Providencia	MOTIVACIÓN	No aplica
ESTADO CIVIL	Soltera	URBANIZACIÓN	Urbana	TIEMPO	No aplica
ESTUDIOS	Universitario	INGRESOS	Medio	ROL ACTUAL	Autoextensión
OCUPACIÓN	Estudiante y vendedora	INTEGRANTES	2	ROL PREVIO	No aplica
			CATEGORÍA		No aplica
			OBJETIVO		No aplica
			APEGO		Alto
			EMOCIONES POSITIVAS		
			Agrado		
			Serenidad		
			EMOCIONES NEUTRAS		
			Melancolía		
			Nostalgia		
			EMOCIONES NEGATIVAS		
			No aplica		

RELACIONES AFECTIVAS CON LOS OBJETOS DOMÉSTICOS					
OBJETO		ADQUISICIÓN		TIPOLOGÍA	
DESCRIPCIÓN Figura de ángel obsequiada en la graduación de kinder el año 2005.		Obsequio		Producto seriado	
		CONSERVACIÓN		TAMAÑO	
		Muy bueno		Pequeño	
PERFIL			HOGAR		
EDAD	23 años	VIVIENDA	Casa	DESCRIPCIÓN	No se han realizado mayores modificaciones, se mantiene con una limpieza continua.
GÉNERO	Femenino	M2	90m2 aprox.	RESPONSABLE	No aplica
NACIONALIDAD	Chilena	COMUNA	Providencia	MOTIVACIÓN	No aplica
ESTADO CIVIL	Soltera	URBANIZACIÓN	Urbana	TIEMPO	No aplica
ESTUDIOS	Universitario	INGRESOS	Medio	ROL ACTUAL	Autoextensión
OCUPACIÓN	Estudiante y vendedora	INTEGRANTES	2	ROL PREVIO	No aplica
			CATEGORÍA		No aplica
			OBJETIVO		No aplica
			APEGO		Alto
			EMOCIONES POSITIVAS		
			Agrado		
			Serenidad		
			EMOCIONES NEUTRAS		
			Melancolía		
			Nostalgia		
			EMOCIONES NEGATIVAS		
			No aplica		



A.2.4 TESTEO

El proyecto Fondecyt no cuenta con toda la información necesaria para la realización las fichas con los objetos correspondientes en su totalidad al momento de la entrega de esta memoria. Es por esto que el testeo y la validación de las fichas realizadas para alguna instancia de difusión, queda pendiente de realización.

A.3 CONCLUSIONES DE LA ETAPA

Recapitulando el trabajo realizado en esta primera etapa es necesario destacar inicialmente el trabajo como tesista en el proyecto Fondecyt, lo cual fue una nueva aproximación y por lo tanto, existe una modificación en el proceso de diseño personal y en los tiempos que este implica. Como el equipo no presenta toda la información al momento de iniciar el trabajo de diseño, sino que se trabaja de manera paralela en el tiempo, se debe ser más flexible a los cambios y alargar el periodo de exploración y definición de la información, lo cual es un desafío. Son evidentes las modificaciones que sufre el proceso al ser un trabajo interdisciplinario, y la mutabilidad de este ante situaciones que escapan de las manos.

Además, se corrobora la necesidad del diseño de información como herramienta para complementar información investigativa teórica tanto cualitativa como cuantitativa, que posea una alta complejidad, ya sea por su contenido, como por su volumen. Esto es relevante para futuros alcances en torno al cómo hacer accesible información para un entendimiento transversal, hacia distintas personas y comunidades y en campos interdisciplinarios, para la generación de un pensamiento crítico en los futuros receptores de la información, desde la disciplina del diseño como catalizadora.



B. SEGUNDA PARTE: LOVE.JECTS.

PROPUESTA MUSEOLÓGICA Y MUSEOGRÁFICA.

B.1 PLANIFICACIÓN /106

B.2 DESARROLLO DE LA ETAPA /114

B.3 CONCLUSIONES DEL PROYECTO /149

B.1 PLANIFICACIÓN

B.1.1 DESCRIPCIÓN

LOVE.JECTS. Relaciones afectivas entre las personas y sus objetos cotidianos, es una propuesta preliminar, que busca aportar desde el diseño a la difusión de los resultados de la investigación Fondecyt, para la comprensión de cómo las prácticas alteran y modifican los contextos habituales y personales, además de exponer la relevancia de la relación entre personas y sus objetos cotidianos. Esto mediante la composición de una propuesta de exposición, a través de las fichas realizadas; las fotografías tomadas y frases de las personas a las que les pertenecen los objetos, para apelar a la emotividad y a la fuerza del vínculo afectivo entre persona-objeto. Siempre teniendo en cuenta que:

Una exposición memorable se concibe en la mente, se compone en el espacio y se experimenta con el cuerpo.
(Roca, 2012, p.36).

Entendiendo este universo afectivo de los objetos en la cotidianidad, la disciplina del diseño de información en conjunto con el diseño de exposiciones, logran ser un aporte en la construcción de un análisis y crítica colectiva desde el público, generando tanto la difusión de la información, discursos en torno a las temáticas mencionadas y una introspección respecto a cómo se comunica el individuo con sus objetos. La exposición finalmente, cumple el rol de ser un lugar de análisis, tanto como para el universo material de objetos, como para el universo de afectividades que se construye en torno a estos.

B.1.2 OBJETIVOS DE LA ETAPA

GENERAL

Construir una propuesta expositiva para la difusión del impacto de las prácticas de reparación y reutilización a nivel afectivo y sustentable dentro de los contextos cotidianos de las individualidades.

ESPECÍFICOS

- **EXPLORAR** los conceptos básicos y bibliografía correspondiente para sentar las bases teóricas y prácticas para la construcción de la exposición.
- **IDENTIFICAR** parámetros teóricos tales como el relato de la exposición y el guión museológico, y aspectos técnicos, como el guión museográfico.
- **DISEÑAR** la visualización y los elementos gráficos de la exposición en sí, siguiendo el lenguaje visual utilizado en las fichas para el Fondecyt.
- **PROYECTAR** el cómo sería la realización de esta exposición considerando el conjunto de elementos planeados a lo largo del proyecto.

B.1.3 METODOLOGÍA

Para la creación de la propuesta museal desde su ideación museológica, hasta los aspectos más concretos y técnicos de la museografía se utilizan como parámetro *Manual básico de montaje museográfico*, elaborado por Paula Dever y Amparo Carrizosa, desde la División de museografía del Museo Nacional de Colombia el año 2020 [Anexo B.1]; el libro *Museología, curaduría, gestión y museografía: Manual de producción y montaje para las Artes Visuales*. Elaborado por el Ministerio de Cultura de Colombia el año 2012 [Anexo B.2] y *El guión museológico, una herramienta para la seducción*, artículo de Luis Adrián Galindo publicado en la Revista de museología nº71 de la Asociación Española de Museólogos, el año 2018 en Madrid.



GUIÓN MUSEOLÓGICO

- › Estructura narrativa
- › Guión

Primero, es necesario definir que comprende un guión museológico, para Galindo (2018)

Un guión museológico es una interpretación de la realidad de acuerdo con las ideas, valores y conocimientos de sus organizadores. El guión no pretende atrapar la realidad y traerla al Museo u exposición, por lo cual la Exposición es una puesta en escena de ideas, conceptos y valores que construyen su propia realidad: la realidad expográfica.

(p.2)

El mismo autor también identifica los principales objetivos del guión como la capacidad que este posee para la construcción e ideación colectiva de manera interdisciplinar; su cualidad de establecer de manera previa lo que sucederá en la exposición, así como su factibilidad y limitaciones; finalmente este guión facilita la sistematización del proceso creativo, lo cual puede ser utilizado con posterioridad como objeto de estudio. La columna vertebral para que el guión museológico presente una estructura coherente para la comprensión de la realidad expográfica, corresponde a la *estructura narrativa*, siendo su principal dimensión el *núcleo de la exposición*. Es así como para la realización de esta primera etapa se deben sentar las bases más subjetivas de la exposición de manera detallada y crítica, en un comienzo realizando la estructura narrativa con el núcleo de la exposición correspondiente, para luego componer el guión museológico.



GUIÓN MUSEOGRÁFICO

- › Guión
- › Definición de elementos

La exposición es un texto, es decir, un mensaje que se expresa en términos visuales. El montaje de una exposición puede, a través de recursos museográficos tales como el color, la disposición de paneles, la iluminación y la escenografía museal, generar un clima que condicione y comunique la muestra. (Roca, sf).

Esta etapa comprende la organización y construcción de todos los recursos disponibles para realizar un espacio físico que sea coherente con el espacio mental establecido anteriormente en el guión museológico. Esto incluye la selección de piezas y todas sus características, elementos de ayuda, etc.

B.1.4 SOCIALIZACIÓN

Resulta importante volver a destacar que esta es una propuesta inicial de exposición, la cual se manifestará de manera física a modo de muestra al momento de la defensa de esta memoria, pero es más bien una idea a largo plazo, debido a que el proyecto Fondecyt aún no llega a su fin, por lo que es mutable en el tiempo. Sin embargo, la realización de una exposición es algo que se encuentra dentro de las proyecciones del equipo y se realiza este primer acercamiento con su conocimiento.

- **ASISTENTES:** Teniendo en consideración las exposiciones anteriores realizadas por el colectivo Cosas Maravillosas, “*Cosas Maravillosas: Temporada 2021*” realizado en el Centro cultural la moneda, y “*Cosas Maravillosas: Temporada 2022*” realizada en el Campus creativo de la Universidad Andrés Bello, los asistentes que estas tuvieron, el perfil de personas que frecuentan esas instituciones y además que esta exposición sigue temáticas que continúan con las investigaciones presentadas en estas instancias anteriores, se puede inferir una exposición abierta al público general, pero con foco en personas que cuenten con un interés autónomo para asistir a eventos culturales, ya sea manejando la temática o no; estudiantes de educación superior y académicas y/o académicos que también frecuentan estos espacios o que se encuentren interesados en alguno de los tópicos tratados (sustentabilidad, reparación, reutilización, afectividad, apego y cotidianidad); o bien, personas con disciplinas afines a las que gestan el proyecto y puedan comprender su perspectiva a un nivel más profundo, por ejemplo, sociólogas y sociólogos, antropólogas o antropólogos, diseñadoras y diseñadores en general, entre otros.

- **BENEFICIARIOS:** Los beneficiarios inmediatos, tan solo con esta propuesta inicial, corresponden al equipo Fondecyt, quienes se favorecen de esta primera perspectiva hacia una exposición, la cual pueden tomar y ejecutar como parte de la finalización de la investigación. Como proyección, los beneficiarios a largo plazo, serían los asistentes anteriormente mencionados, quienes pueden obtener algo a cambio al asistir a la exposición: la generación de una reflexión y un pensamiento crítico; la introspección y la auto extensión de su individualidad hacia lo que se presenta en la exposición; utilizar lo observado para alguna investigación o interés propio, o simplemente, poder conocer algo nuevo y ver los objetos cotidianos desde otra perspectiva, satisfaciendo su curiosidad.

- **PARTICIPANTES Y COLABORADORES:** Considerando solamente esta primera muestra a baja escala de la exposición, las y los participantes corresponden a quienes dan acceso a sus hogares, objetos e historia de ellos. Y en cuanto a los colaboradores estos serían encargadas y encargados de los servicios de impresión, enmarcación y carpintería, a realizarse en el futuro cercano, además de las personas que ayuden en el montaje de la muestra. Su mención detallada se puede encontrar en el Anexo B.3.

B.1.5 RECURSOS Y SOPORTES TECNOLÓGICOS

Se describen aspectos que tienen que ver solo con la ideación de la propuesta.

- **EQUIPOS:** Computador, Celular, iPad, Apple pencil, Mouse, Adaptador usb-c, Impresora, Cámara fotográfica, Tarjeta de memoria.
- **PROGRAMAS:** Adobe (Illustrator, Photoshop, Lightroom, Indesign), Procreate.
- **MATERIALES:** Lápices, Libreta, Hojas de papel, Destacadores.
- **HERRAMIENTAS:** Tijeras, Cortacartón, Regla, Huincha.

B.1.6 GESTIÓN ESTRATÉGICA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Como esta propuesta inicial de exposición considera la investigación y lineamientos de la investigación Fondecyt, así como el trabajo realizado para ellos en la etapa anterior, se continúa el trabajo como tesista en el proyecto 1201546 *Reparar y reutilizar: re-configurando las relaciones afectivas con los objetos domésticos.*

COSTOS

Estos corresponden a los costos preliminares de la etapa, los costos en sí de la realización de la muestra museográfica, se encuentran con sus cotizaciones correspondientes en el Anexo B.5.

-**COSTOS OPERATIVOS:** Estos involucran todas las herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades.

› Licencias Adobe Plan Anual (Illustrator, Photoshop, InDesign): \$24.276 mensuales durante 7 meses, equivale a un total de \$169.932 pesos.

› Internet hogar Movistar Fibra Óptica: \$16.000 mensuales durante 15 meses, equivale a un total de \$112.000 pesos.

B.2 DESARROLLO DE LA ETAPA

B.2.1 DEFINICIÓN DE CONTENIDOS

GUIÓN MUSEOLÓGICO

ESTRUCTURA NARRATIVA

-NÚCLEO DE LA EXPOSICIÓN

Para Galindo (2018), la definición de la estructura narrativa se realiza mediante la creación del núcleo de la exposición, el cual cuenta con 5 elementos principales. Si bien este es un modelo a utilizar para exposiciones más extensas, con más salas y contrastes, resulta relevante un primer acercamiento hacia él tanto para la muestra inicial como para instancias futuras.

PLANTEAMIENTO

A modo de introducción y/o contextualización sobre las temáticas a tratar se debe conocer la dualidad de los discursos de sustentabilidad actuales. Por un lado, se mantienen perspectivas en torno las prácticas a realizar para mejorar, y por otro, el enfoque se desplaza hacia las afectividades entre las personas y sus objetos. Si bien se tratan ambas perspectivas, el enfoque se encontrará en el universo afectivo de los objetos, y la relevancia que la relación recíproca entre persona-objeto cobra en la cotidianidad, generando impactos emocionales y al mismo tiempo, de manera implícita, discursos en torno a sustentabilidad.

DESARROLLO

En cuanto al despliegue de la trama para la exposición, esta se apoya en la interacción de diversos elementos, los cuales deben generar un diálogo tanto entre ellos, como con las y los visitantes. En esta instancia los elementos en donde se debe enfocar la museografía corresponden a: objetos físicos, fotografía del objeto; frase sobre la afectividad de la persona hacia el artículo; ficha visual sobre aspectos relevantes de la investigación Fondecyt y finalmente postales infográficas, que es el único elemento disponible para llevar por el público general en caso de tener más interés por lo expuesto.

CONFLICTO

Se hace un énfasis en la situación problematizadora mediante un texto de introducción, que plantea las principales incertidumbres en torno a los temas a tratar.

PREGUNTA GENERADORA

Esta se encuentra de manera explícita en el planteamiento del texto introductorio, el cual da rienda al pensamiento de la persona. Por otra parte, de manera implícita, al enfrentarse a cada estación con sus objetos correspondientes, el visitante se encuentra con una invitación a reflexionar y cuestionarse sobre sus propios afectos hacia objetos, modificaciones que haya realizado o simplemente surge un interés en lo presentado, logrando el propósito de la pregunta generadora.

CAMBIO DE GIRO

Una pregunta generadora explícita representa el cambio de giro, se busca retomar al interés enfrentando al visitante al texto al final de la exposición, el cual será la contraparte de la introducción, dando nuevas perspectivas de la problemática, de manera que sea algo que permanezca cuando se abandone la exposición.

GUIÓN MUSEOLÓGICO

<p>TÍTULO DE LA EXPOSICIÓN LOVE.JECTS</p>
<p>SUBTÍTULO Relaciones afectivas entre las personas y sus objetos cotidianos.</p>
<p>LUGAR Y FECHA DE APERTURA - A CORTO PLAZO: Una muestra de esta será expuesta en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo el día de la defensa de la presente memoria de título. - A LARGO PLAZO: No se cuenta con una fecha ni lugar determinado para la exposición debido a que la investigación Fondecyt aún se encuentra en desarrollo.</p>
<p>JUSTIFICACIÓN La sustentabilidad es un concepto que cada vez se ha instaurado en la sociedad como remedio ante el consumo desmedido, muchas veces asociado a las prácticas de reciclaje o biodegradabilidad. Sin embargo, existen otras prácticas como la reparación y la reutilización, y sobre todo otros vínculos sustentables, tales como el afecto entre persona y objeto, que son parte de nuestro día a día y pasan desapercibidos. Parar y mirar, es todo lo que es necesario para la valorización de estos elementos en el camino de pensamiento crítico hacia una sociedad sostenible.</p>
<p>OBJETIVO GENERAL Visualizar las dimensiones complejas que poseen las personas con sus objetos cotidianos, desde su adquisición, entorno, modificaciones, y sobre todo las afectividades resultantes de la relación entre los dos.</p>

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **REALIZAR** una estructura museológica teórica, como la base dónde construir la exposición.
- **SELECCIONAR** las piezas que serán participantes de la exposición, desde los objetos, hasta los elementos gráficos y posibles las modificaciones que estos conllevan para asegurar su comprensión.
- **IDEAR** un espacio y una realidad expográfica que logre la interacción entre todas las categorías y garantice su correcta difusión mediante elementos museográficos.

PÚBLICO OBJETIVO

- **A CORTO PLAZO:** El público de la muestra inicial corresponderá principalmente a académicas y/o académicos de la área del diseño.
- **A LARGO PLAZO:** Se espera la asistencia de un público general que bien tenga el hábito de asistir a instancias culturales o una curiosidad general; académicos y estudiantes quienes se ven beneficiados por la información; y finalmente profesionales de disciplinas afines quienes pueden encontrarse interesados en temáticas similares de estudio o pueden comprender de manera más profunda lo expuesto (sociólogas y sociólogos, antropólogas o antropólogos, diseñadoras y diseñadores en general, entre otros).

EQUIPO DE TRABAJO

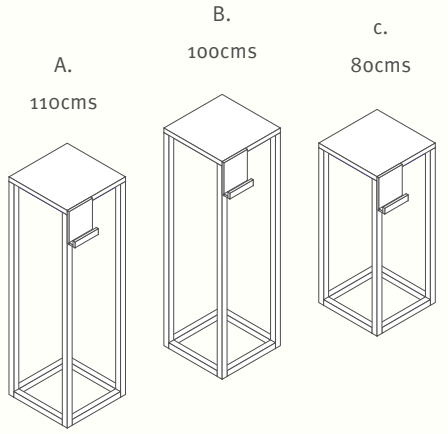

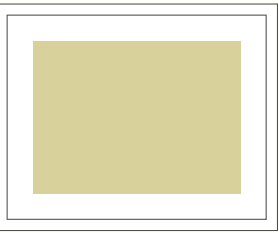
No se puede determinar el equipo de trabajo a largo plazo, ya que es muy probable que este aumente y se deleguen funciones. El equipo para la realización de la muestra consiste en una Licenciada de diseño, personas encargadas de imprimir y/o enmarcar el material gráfico, y además un carpintero quien se encarga de la fase de construcción museográfica.

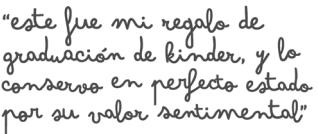

TEMA	SUBTEMAS	CONTENIDOS	APOYOS COMUNICACIONALES	PREFIGURACIÓN MUSEOGRÁFICA	COLECCIÓN
LA AFECTIVIDAD ENTRE LAS PERSONAS Y SUS OBJETOS COTIDIANOS	CONTEXTUALIZACIÓN	TEXTO INTRODUCCIÓN Y CIERRE: Indicadores del recorrido sugerido y encargados de delimitar la exposición.	Apoyos de texto de sala	Gráficas emplacadas en un soporte de foam de 5mm	Introducción Cierre
	MUNDO OBJETUAL	OBJETO: Artículo alrededor del cuál se articula toda la información a exponer.	-	Es necesario un soporte para la muestra del objeto de menor manera	Gorro Ángel Peluche Mini Libro
		FOTOGRAFÍA OBJETO: Imagen que permite contextualizar al objeto en su entorno cotidiano.	Imagen fija	Enmarcar imagen, colgada a la pared	Foto sobre Gorro Foto sobre Ángel Foto sobre Peluche Foto sobre Mini Foto sobre Libro
	MUNDO EMOCIONAL	FRASES: Textos representativos de las afectividades de las personas hacia los objetos.	Imagen fija	Enmarcar imagen, colgada a la pared	Frase sobre Gorro Frase sobre Ángel Frase sobre Peluche Frase sobre Mini Frase sobre Libro
	INVESTIGACIÓN FONDECYT	FICHA BÁSICA POSTAL: Trabajo realizado para el equipo Fondecyt, con su información.	Ficha infográfica, material para consultar y/o llevar	Se debe definir un soporte más pequeño dentro del grande de objetos, para poner las postales	Ficha básica sobre Gorro Ficha básica sobre Ángel Ficha básica sobre Peluche Ficha básica sobre Mini Ficha básica sobre Libro
		FICHA VISUAL MARCO: Adaptación de la ficha anterior a un formato más visual.	Ficha Infográfica, imagen fija	Enmarcar imagen, colgada a la pared	Ficha visual sobre Gorro Ficha visual sobre Ángel Ficha visual sobre Peluche Ficha visual sobre Mini Ficha visual sobre Libro


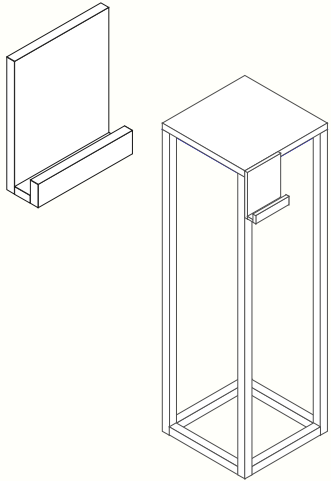

* Se sigue modelo de Galindo (2018)

GUIÓN MUSEOGRÁFICO

DEFINICIÓN DE ELEMENTOS [ANEXO A.4]

	OBJETIVO	PIEZAS	CONTENIDO	MATERIALIDAD	MEDIDAS	SOPORTE	
1. OBJETO	Representación física del elemento sobre el cual se está hablando	1.1_Gorro	-	1.1_Plástico	1.1_Ancho 30cms Alto 10cms Prof. 30cms	Existen 3 soportes que solo se diferencian por su altura, para permitir que los objetos se encuentren visualmente alineados. 	1.1_C
		1.2_Ángel		1.2_Yeso	1.2_Ancho 8cms Alto 10,5cms Prof. 4,3cms		1.2_A
		1.3_Peluche		1.3_Textiles, hilo, plástico	1.3_Ancho 30cms Alto 40cms Prof. 30cms		1.3_C
		1.4_Mini		1.4_Plástico	1.4_Ancho 6,5cms Alto 5cms Prof. 12,5cms		1.4_A
		1.5_Libro		1.5_Papel, cartón, plástico	1.5_Ancho 13cms Alto 18cms Prof. 5cms		1.5_B
2. FOTOGRAFÍA	Contextualizar el diario vivir del objeto.	2.1_Gorro 2.2_Ángel 2.3_Peluche 2.4_Mini 2.5_Libro	Fotografías de los objetos, 1 por cada objeto, ejemplo: 	Revelado digital láser	30x40cms	Marco de madera blanco de 54,2x64,2, con paspartú blanco de 5cm por lado. 	

3. TEXTO	FRASES	Enfocar hacia la emotividad de los afectos entre personas y objetos. Apelar a la empatía.	3.1_Gorro 3.2_Ángel 3.3_Pelucho 3.4_Mini 3.5_Libro	Gráfica de frases dichas por las y los dueños de los objetos y su afectividad, ejemplo:  <small>Maria José, 23 años.</small>	Impresión láser	20x25cms	Marco de madera blanco de 24,2x27,2. 
	TEXTOS DE APOYO	Dar contexto, instaurar instancia de reflexión.	Introducción Cierre	-	Gráficas emplacadas en un soporte de foam de 5mm	-	Se ubica en la pared, al inicio y al cierre de la exposición.

4. FICHAS	FICHA GENERAL	<p>4.1_Gorro 4.2_Ángel 4.3_Peluche</p>	<p>RELACIONES AFECTIVAS CON LOS OBJETOS DOMÉSTICOS</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>OBJETO</th> <th>ADQUISICIÓN</th> <th>OPOLÓGICA</th> <th>CATEGORÍA</th> <th>UBICACIÓN</th> <th>FUNCION OBJETUAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Objeto de regalo, comprado en la producción de la feria 2015.</td> <td>Obsequio</td> <td>Problema personal</td> <td>Adorno y decoración</td> <td>Decoración</td> <td>Decoración</td> </tr> <tr> <td></td> <td>CONSERVACIÓN: Muy buena</td> <td>DAMNOS: Pájaro</td> <td>MATERIALIDAD: Yeso</td> <td>ACABADO: Pulido</td> <td>FUNCION AFECTIVA: Decorativa</td> </tr> </tbody> </table> <p>PERFIL</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>EDAD</th> <th>SEXO</th> <th>INDICACIONES</th> <th>EMOCIONES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>27 años</td> <td>Mujer</td> <td>DESCRIPCIÓN: No se han realizado ningún modificación, se mantiene con sus original colores.</td> <td>EMOCIONES POSITIVAS: Agradecimiento</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>MODIFICACIONES: Ninguna</td> <td>EMOCIONES NEGATIVAS: Ninguna</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>REPARACIONES: No aplica</td> <td>EMOCIONES NEUTRAS: Ninguna</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>REPRODUCCIÓN: No aplica</td> <td>EMOCIONES NEGATIVAS: No aplica</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>TIEMPO: No aplica</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>REL. ACTUAL: Subordinación</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>AFIPEO: Alto</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> 	OBJETO	ADQUISICIÓN	OPOLÓGICA	CATEGORÍA	UBICACIÓN	FUNCION OBJETUAL	Objeto de regalo, comprado en la producción de la feria 2015.	Obsequio	Problema personal	Adorno y decoración	Decoración	Decoración		CONSERVACIÓN: Muy buena	DAMNOS: Pájaro	MATERIALIDAD: Yeso	ACABADO: Pulido	FUNCION AFECTIVA: Decorativa	EDAD	SEXO	INDICACIONES	EMOCIONES	27 años	Mujer	DESCRIPCIÓN: No se han realizado ningún modificación, se mantiene con sus original colores.	EMOCIONES POSITIVAS: Agradecimiento			MODIFICACIONES: Ninguna	EMOCIONES NEGATIVAS: Ninguna			REPARACIONES: No aplica	EMOCIONES NEUTRAS: Ninguna			REPRODUCCIÓN: No aplica	EMOCIONES NEGATIVAS: No aplica			TIEMPO: No aplica				REL. ACTUAL: Subordinación				AFIPEO: Alto		<p>Couché color blanco matte de 260grs, impreso en láser color por el tiro y láser monocromático por el retiro</p>	<p>Ficha: 10x15cms Fotografía y ficha: 9x14cm</p>	<p>Contenedor creado para poner varias fichas en conjunto con el objeto correspondiente, dando la opción de que los visitantes puedan tener acceso a ellas y llevárselas.</p> 
OBJETO	ADQUISICIÓN	OPOLÓGICA	CATEGORÍA	UBICACIÓN	FUNCION OBJETUAL																																																			
Objeto de regalo, comprado en la producción de la feria 2015.	Obsequio	Problema personal	Adorno y decoración	Decoración	Decoración																																																			
	CONSERVACIÓN: Muy buena	DAMNOS: Pájaro	MATERIALIDAD: Yeso	ACABADO: Pulido	FUNCION AFECTIVA: Decorativa																																																			
EDAD	SEXO	INDICACIONES	EMOCIONES																																																					
27 años	Mujer	DESCRIPCIÓN: No se han realizado ningún modificación, se mantiene con sus original colores.	EMOCIONES POSITIVAS: Agradecimiento																																																					
		MODIFICACIONES: Ninguna	EMOCIONES NEGATIVAS: Ninguna																																																					
		REPARACIONES: No aplica	EMOCIONES NEUTRAS: Ninguna																																																					
		REPRODUCCIÓN: No aplica	EMOCIONES NEGATIVAS: No aplica																																																					
		TIEMPO: No aplica																																																						
		REL. ACTUAL: Subordinación																																																						
		AFIPEO: Alto																																																						
	FICHA VISUAL	<p>5.1_Gorro 5.2_Ángel 5.3_Peluche 5.4_Mini 5.5_Libro</p>	<p>CARACTERÍSTICAS</p> <p>DESCRIPCIÓN → Sombrero tipo sombrilla desplegable para el sol</p> <p>ADQUISICIÓN → Obsequio</p> <p>UBICACIÓN → Dormitorio</p> <p>EMOCIONES → Y su nivel de intensidad, de baja a alta.</p> <p>MODIFICACIONES → No se han realizados, solo se limpia</p> <p>ROL ACTUAL → Recuerdo</p> <p>AFIPEO → Bajo</p> <p>EMOCIONES:</p> <p>DISFRUTE: <input type="checkbox"/></p> <p>SORPRESA POSITIVA: <input type="checkbox"/></p> <p>NO APLICA: <input type="checkbox"/></p> <p>ARREPENTIMIENTO: <input type="checkbox"/></p> <p>CONFUSIÓN: <input type="checkbox"/></p>	<p>Impresión láser</p>	<p>20x25cms</p>																																																			

GUIÓN MUSEOGRÁFICO

Para la elaboración de este guión, primero se utiliza parte de la información del texto *Manual básico de montaje museográfico*, elaborado por Paula Dever y Amparo Carrizosa, desde la División de museografía del Museo Nacional de Colombia el año 2020 como referencia.

GENERAL

TIPO DE EXPOSICIÓN

El planteamiento inicial de la exposición está pensado como una exposición itinerante, que pueda ser adaptada cuando el Fondecyt decida realizarla, de manera sencilla y rápida, es por esto que se juega con piezas modulares; cuenta con la característica de agrandar o achicar la exposición según el espacio disponible, etc.

ESPACIO

Para la muestra inicial el espacio será la sala otorgada para cumplir la defensa. A largo plazo, el equipo cuenta con varios espacios a disposición, siendo dos de ellos la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile y el Campus Creativo Andrés Bello. Cuando se cuente con esta determinación, la exposición puede pasar a ser de tipo temporal, y se pueden establecer criterios finales de acuerdo al espacio escogido.

ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE MONTAJE MUSEOGRÁFICO

RELACIÓN METRAJE DE MUROS/OBRA

Con la finalidad de simular la muestra inicial, se utiliza un espacio de 4 metros de alto, por 8 metros de ancho y largo. Las medidas en específico se obtendrán cuando se tenga conocimiento del espacio a utilizar.

RECORRIDO

El recorrido para la muestra inicial consiste en un recorrido sugerido, con un inicio y un final delimitados de forma lineal, pero de todas maneras se puede enfrentar desde otra forma.

ELEMENTOS DE MONTAJE

Los elementos a considerar para la muestra corresponden a:

- Relación metraje muros/obra
- Distribución de los objetos sobre paredes
- Distanciamiento del muro
- Distribución por hileras
- Distribución sobre el muro
- Ubicación de bases

Nociones básicas de estos aspectos se encuentran en el Anexo B.4.

TEXTOS DE APOYO

INTRODUCTORIO

LOVE.JECTS. *Relaciones afectivas entre las personas y sus objetos cotidianos.*

En la actualidad las discusiones en torno a la sustentabilidad y a las prácticas que debemos tomar para contrarrestar el daño hecho hacia el mundo, aumentan cada vez más; sin duda alguna es un tema relevante, pero muchas personas se hacen a diario la pregunta, ¿es suficiente?, la discusión sobre la sustentabilidad muchas veces genera un quiebre, una indiferencia de parte de la sociedad. Quizás lo necesario es enfocarnos en objetos que se encuentran en nuestro alrededor, detenernos, pensar y reflexionar sobre qué rol cumplen en nuestras vidas, cómo nos hemos comportado con ellos, modificaciones efectuadas y quizás vínculos generados. Es así, como dentro de cada espacio cotidiano existe un universo de afectos que pasa desapercibido.

FICHA TÉCNICA

La ficha técnica corresponderá a las postales que se deben encontrar en cada soporte, estas poseen información más específica y completa.

CIERRE

¿Pensaste en algún objeto con el que tengas un vínculo especial? ¿Cómo te hace sentir?

B.2.2 PROCESO DE DESARROLLO Y CRITERIOS DE DISEÑO

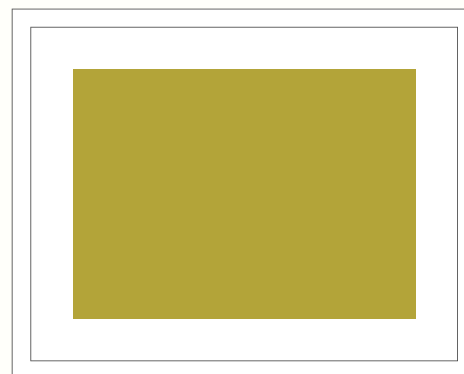
TRADUCCIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS

Se deben adaptar ciertas piezas ya realizadas en etapas anteriores, hacia la exposición, siguiendo su carácter y propósito.

1) FOTOGRAFÍAS DE LOS OBJETOS: Esta debe mostrarse a mayor escala para lograr por un lado contextualizar el objeto que se ve en la exposición teniendo la oportunidad de observar su contexto cotidiano, y por otro, crear una atracción visual hacia la pared para complementar la observación del artículo físico. Para esto solo se debe trabajar el encuadre de las fotografías ya editadas en el nuevo tamaño.



2) FICHA VISUAL: Debe adaptarse la ficha general desde el formato postal de 10x15cms hacia 20x25 cms, de una forma que sea legible en su ubicación en la pared, y que sea más atractivo para las y los asistentes. Para esto se enfoca en los elementos más relevantes para contextualizar la relación de la persona y el objeto, con una predominancia de las emociones que estos comparten.



CARACTERÍSTICAS		
DESCRIPCIÓN» Peluche de perezoso comprado para una ex	MODIFICACIONES» Se cosieron con hilo partes donde se ha roto	
ADQUISICIÓN» Compra	ROL ACTUAL» Amigo	
UBICACIÓN» Living	APERO» Intermedio	
EMOCIONES – Y su nivel de intensidad, de baja a alta.		
COMODIDAD	NO APLICA	DESPICCIÓN
CALIDEZ		TRISTEZA
SERVIDAD		

NUEVAS PIEZAS GRÁFICAS

1) FRASE: Para vincular la parte más funcional como lo son las fichas en las postales y la parte más objetual y visual como lo son los objetos y las fotografías, se decide agregar el factor emocional para dar un énfasis en la conexión y los afectos entre las personas y sus objetos, mediante una frase dicha por las dueñas y dueños de los objetos. Estas frases deben encontrarse contenidas en un formato de 20x25, con un fondo blanco, en dónde se realiza un trabajo tipográfico el cual logre ser coherente tanto como con el objeto, como con la historia que este representa.



"Mi primo chico se compró este gorro en la feria, le dije lo mucho que me gustaba y llegó con uno para mí de regalo"

Vanessa, 23 años.

TIPOGRAFÍAS

> Ruddy Bold
> Dico Mono Bold

FRASE

"Mi primo chico se compró este gorro en la feria, le dije lo mucho que me gustaba y llegó con uno para mí de regalo" Vanessa, 23 años.



"este fue mi regalo de graduación de kinder, y lo conservo en perfecto estado por su valor sentimental"

María José, 23 años.

TIPOGRAFÍAS

- › Bimbo Sharpie
- › Dico Mono Bold

FRASE

"Este fue mi regalo de graduación de kinder, y lo conservo en perfecto estado por el valor sentimental que tiene"

María José, 23 años.



"Cuando cambié el auto a un mini fue una época de cambios en todo sentido, y quería ver eso representado"

Juan, 47 años.

TIPOGRAFÍAS

- › Kegger regular
- › Dico Mono Bold

FRASE

"Cuando cambié el auto a un mini fue una época de cambios en todo sentido, y quería ver eso representado también en mi casa"

Juan, 47 años.



"Mi primo chico se compró este gorro en la feria, le dije lo mucho que me gustaba y llegó con uno para mí de regalo"

Vanessa, 23 años.

TIPOGRAFÍAS

- › Sono Sans Bold
- › Dico Mono Bold

FRASE

"Compré este peluche para regalárselo a mi ex pareja, pero no alcancé a hacerlo antes de separarnos"

Tomás, 25 años.



"Este fue el primer libro 'de grande' que leí y me hizo enamorarme de la lectura hasta el día de hoy, y lo vuelvo a leer cada vez que puedo"

Belén, 23 años.

TIPOGRAFÍAS

- › PP Editorial New Italic
- › Dico Mono Bold

FRASE

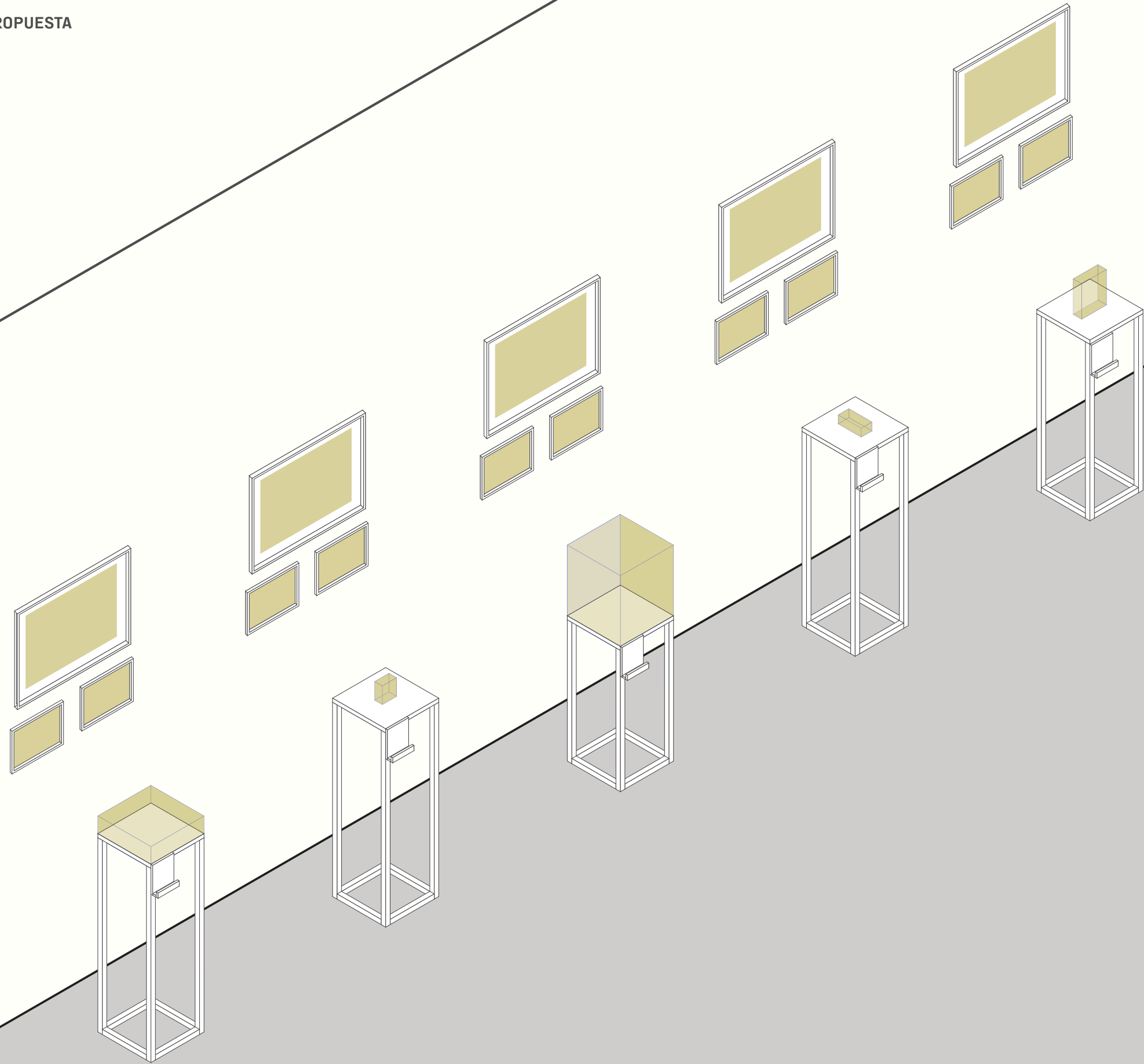
"Este fue el primer libro 'de grande' que leí y me hizo enamorarme de la lectura hasta el día de hoy"

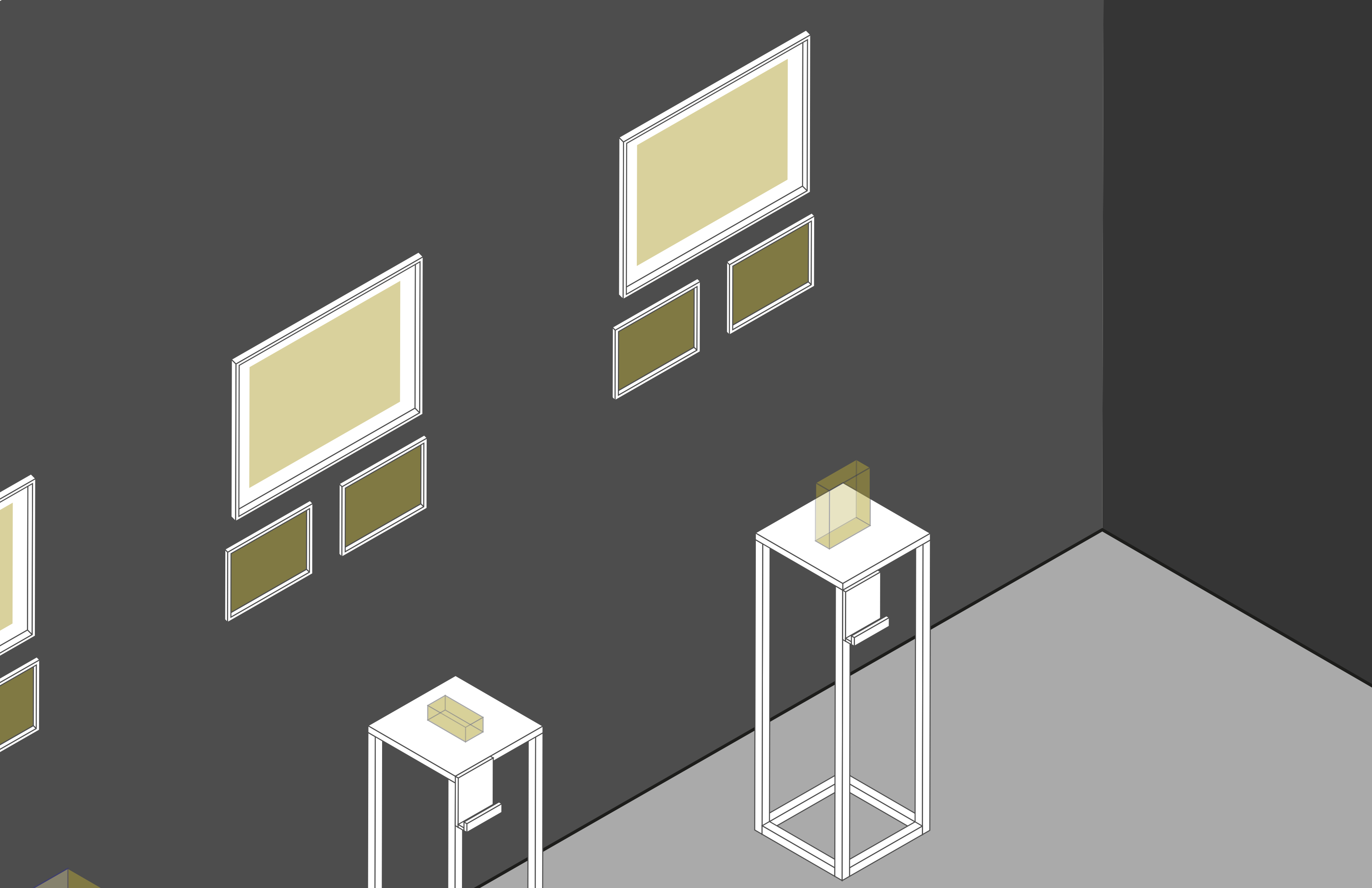
Belén, 23 años.

B.2.3 REPRESENTACIÓN FINAL DE LA PROPUESTA

A continuación en un principio se muestra una previsualización digital previo al montaje de la muestra inicial. Este primer acercamiento al diseño de exposiciones, construye una base sobre la cual el Fondecyt puede adaptarse, modificar y mejorar, al tener parámetros más claros sobre cantidad de objetos, espacio para montar, entre otros elementos, con los cuales no se cuenta actualmente. Finalmente, se muestran imágenes de la muestra realizada el día de la defensa.

SIMULACIÓN DE LA
PROPUESTA





MUESTRA INICIAL EL DÍA DE
LA DEFENSA

¡Eh, ¡eh!
¿Qué es un pájaro?
¿Qué es un animal?
¿Qué es un objeto?
¿Qué es un juguete?
¿Qué es un juguete especial?
¿Qué es un juguete especial?



¿Qué es un pájaro?
¿Qué es un animal?
¿Qué es un objeto?
¿Qué es un juguete?
¿Qué es un juguete especial?
¿Qué es un juguete especial?



¿Qué es un animal?
¿Qué es un objeto?
¿Qué es un juguete?
¿Qué es un juguete especial?
¿Qué es un juguete especial?



¿Qué es un juguete?
¿Qué es un juguete especial?
¿Qué es un juguete especial?



¿Qué es un juguete especial?
¿Qué es un juguete especial?



¿Qué es un juguete especial?
¿Qué es un juguete especial?

¿PENSASTE EN ALGÚN OBJETO CON EL
QUE TENIAS UN JUEGO ESPECIAL?
¿CÓMO SE HACE DENTIST?





"Esta fue mi regla de graduación de kinder, y la conservo en perfecto estado por su valor sentimental"

EXPOSICIÓN
MUSEO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES
CALLE DE LA PATRIOTTA 1000
TEL: 011 4382 4000
WWW.MUSEOCABAJA.COM

"Compré este peluche para regalárselo a mi ex pareja, pero no alcancé a hacerlo antes de separarnos"

EXPOSICIÓN
MUSEO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES
CALLE DE LA PATRIOTTA 1000
TEL: 011 4382 4000
WWW.MUSEOCABAJA.COM

"Cuando recibí el auto a los 16 años fue una gran emoción, pero al año siguiente se lo vendí a un amigo y nunca lo volví a ver"

EXPOSICIÓN
MUSEO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES
CALLE DE LA PATRIOTTA 1000
TEL: 011 4382 4000
WWW.MUSEOCABAJA.COM

"Este fue el primer libro que compré con mi propio dinero, y me gustó mucho"

EXPOSICIÓN
MUSEO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES
CALLE DE LA PATRIOTTA 1000
TEL: 011 4382 4000
WWW.MUSEOCABAJA.COM

¿CÓMO SE CONVIERTE UN OBJETOS EN UNO ESPECIAL?
¿CÓMO SE CONVIERTE EN UNO ESPECIAL?



ECTA
ECTIVAS ENTRE LAS
OBJETOS COTIDIANOS

as discusiones en torno a la
a las prácticas que debemos
rrestar el daño hecho hacia el
cada vez más, sin duda alguna
te, pero muchas personas se
regunta: ¿es suficiente?, la
sustentabilidad muchas veces
una indiferencia de parte de la
o necesario es enfocarnos en
uentran en nuestro alrededor,
r y reflexionar sobre qué rol
as vidas, cómo nos hemos
los, modificaciones efectuadas
enerados. Es así, como dentro
tidiano existe un universo de
esapercibido.



"Mi primo chico se compró este gorro en la feria, le dije lo mucho que me gustaba y llegó con uno para mí de regalo"

Características
Descripción
Materiales
Impacto ambiental



"Este fue mi regalo de graduación de kinder y lo conservo en perfecta estado por su valor sentimental"

Características
Descripción
Materiales
Impacto ambiental



"Compré este peluche para regalárselo a mi ex pareja, pero no alcancé a hacerlo antes de separarnos"

Características
Descripción
Materiales
Impacto ambiental



"Cuando caí en cuenta de lo que me había pasado me arrepentí, y quería tenerlo para recordarlo"

Características
Descripción
Materiales
Impacto ambiental





"Cuando cambié el auto a un animal fue una época de cambios en todo sentido, y quería ver cómo representado"

CARACTERÍSTICAS

MEMORIAS - El primer libro que leí en la infancia.
MEMORIAS - El primer libro que leí en la infancia.
MEMORIAS - El primer libro que leí en la infancia.
MEMORIAS - El primer libro que leí en la infancia.

EMOCIONES - Fue un libro que me enseñó a leer.

FELICIDAD TRISTEZA ENOJO
 AMOR MIEDO ESPERANZA
 SORPRESA CONFUSIÓN RISA
 ENOJO TRISTEZA FELICIDAD
 AMOR MIEDO ESPERANZA
 SORPRESA CONFUSIÓN RISA

"Este fue el primer libro 'de grande' que leí y me hizo enamorarme de la lectura hasta el día de hoy, y lo vuelvo a leer cada vez que puedo"

CARACTERÍSTICAS

MEMORIAS - El libro que me enseñó a leer desde la infancia, por generaciones.
MEMORIAS - El libro que me enseñó a leer desde la infancia, por generaciones.
MEMORIAS - El libro que me enseñó a leer desde la infancia, por generaciones.
MEMORIAS - El libro que me enseñó a leer desde la infancia, por generaciones.

EMOCIONES - Fue un libro que me enseñó a leer.

FELICIDAD TRISTEZA ENOJO
 AMOR MIEDO ESPERANZA
 SORPRESA CONFUSIÓN RISA
 ENOJO TRISTEZA FELICIDAD
 AMOR MIEDO ESPERANZA
 SORPRESA CONFUSIÓN RISA

¿PENSASTE EN ALGÚN OBJETO CON EL QUE TENGAS UN VÍNCULO ESPECIAL?
¿CÓMO TE HACE SENTIR?



B.2.4 TESTEO

Como ya ha sido mencionado, no se encuentra un testeo o validación disponible debido a la extensión del proyecto Fondecyt en comparación con este proyecto de título. Sin embargo, la muestra inicial presentada en la defensa fue una instancia para evaluar la llegada de la exposición, lo que concluye en una retroalimentación respecto a dar un enfoque mayor y más notorio hacia la afectividad, dejando de lado aspectos más duros o cuantitativos como las fichas del Fondecyt. Este proceso ayuda a proyectar la exposición en un futuro, con nuevas organizaciones y diferentes tipos y cantidades de objetos, lo cual significa un valor tremendo para el avance del proyecto.

B.3 CONCLUSIONES DE LA ETAPA Y EL PROYECTO

Como primera afirmación, resulta evidente que la perspectiva desde donde se mira el consumo parece ser la primera piedra que nos impide el comprender un entorno sostenible, se debe considerar el consumo como algo inherente, y el consumismo como algo adquirido. Estos no deben ser vistos como conceptos enemigos, todo lo contrario, el conocerlos y estudiar sobre ellos permite la expansión de conocimiento y crítica, lo cual se aplica a la disciplina del diseño desde su base teórica.

El pensar nuevos espacios desde donde la disciplina puede generar discursos en torno a temáticas tan relevantes como la interacción de las personas con el entorno, es esencial. Sobre todo, la exploración desde un carácter interdisciplinario, holístico y finalmente significativo. El foco no debe estar finalmente, en un diseño del *yo*, sino que desde un conjunto.

Ciertas ramas como el diseño de información y el diseño de exposiciones, demuestran una relevancia tremenda, pero esta aún debe ser explorada, sobre todo desde el diseño visual. La utilización de estos métodos, nos otorga una gran herramienta para abordar problemáticas y reflexiones desde un punto de vista crítico y práctico.

La relevancia de todo lo abordado, radica principalmente en entender que el diseño no termina, las personas que interactúan con lo que es levantado desde la disciplina, tienen la capacidad de seguir re-diseñando constantemente. Este poder de seducción o atracción, es finalmente lo que se debe resaltar para un bien colectivo, en este caso, en el estudio de otras prácticas y otras perspectivas sobre la vida cotidiana, la sustentabilidad y finalmente, el cómo observar el mundo.

VII. AGRADECIMIENTOS



Gracias a mi familia, por todo.

Gracias a mis amigas por siempre estar ahí.

Gracias a mi profesor Roberto Osses,
por siempre saber qué decir y crearme
tranquilidad cuando pensaba que no la había.

Gracias en general a todas las personas que
fueron de una u otra forma parte del proceso,
las infinitas horas de música, podcasts y
litros de té y post its que me acompañaron.

Gracias por hacerme recordar al final que lo
importante además de aprender, es disfrutar
el camino.

VIII. MATERIAL

7.1 ANEXOS /156

7.2 REFERENCIAS /238

7.1 ANEXOS

GENERAL

ANEXO 1: RESUMEN TEÓRICO DE REFERENCIAS PRINCIPALES

TÍTULO	AUTORAS(ES)	AÑO	RESUMEN
FONDECYT			
Fundamentos Teórico-Conceptuales y Estado del Arte que sustentan la propuesta	Errázuriz, T. Greene, R. Jacob, R. Muñoz, F.	2020	Son los fundamentos sobre los cuales el proyecto busca el análisis del poder transformador de las prácticas de conservación (reparación y reutilización) en los sujetos que la ejecutan, tanto respecto a las relaciones afectivas que establecen con objetos domésticos durables, como a sus discursos ético-políticos sobre medioambiente y sustentabilidad.
LITERATURA DESDE EL DISEÑO			
These are a Few of My Favorite Things: Towards an explication of attachment as a Consumer Behavior Construct	Schuitz, S. Kleine, R. Kernan, J.	1989	Este paper presenta un esfuerzo inicial en formalizar el apego como un constructo del comportamiento del consumidor, mediante la exploración de dimensiones del apego.
RE: Definitions of use	Redström, J.	2008	Análisis de las relaciones entre el diseño y el uso, se establece que esta relación debe ser una pregunta no de quién sino cómo.
Afectividad y diseño: Aquello que esperamos de las cosas	Jacob, R.	2017	Abarca la relación entre personas y objetos, la dimensión afectiva entre estos, una comparación con las relaciones interpersonales y una mirada hacia el apego persona-objeto.
My favorite things: A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness, and Social Linkage	Wallendorf, M. Arnould, E.	1988	Los autores exploran el significado y las historias de los objetos favoritos en dos culturas: Estados Unidos y Nigeria. En el primero, se concluye que el significado de las cosas favoritas provienen de recuerdos personales y en el segundo, provienen del estatus social.
El diseño: un obstáculo para eliminar obstáculos / Capítulo 9 en "Filosofía del diseño"	Flusser, V.	1993	Explora los conceptos en torno al objeto como algo que estorba, y el objeto de uso como algo que se crea para sacar a los objetos del camino y como esto es un círculo vicioso de crear de manera desmesurada, ¿es posible perpetuar el progreso disminuyendo la obstaculización?.
La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso / Capítulo 2 en "La vida de las cosas" de Arjun Appadurai	Kopytoff, I.	1986	Se habla de la mercancía como un objeto que puede ser intercambiable, sus características y su relación con las biografías de las cosas.
Product Attachment	Mugge, R.	2007	Establece el concepto de product attachment y sus implicancias, como la fuerza del vínculo emocional que experimenta un consumidor con un producto en específico.

Meaningful product relationships	Tuuli, K.	2003	Este paper presenta una base tentativa de las relaciones significativas con productos desde una perspectiva de diseño.
Riding the emotional roller-coaster: using the circumplex model of affect to model motorcycle riders emotional state-changes at intersections	Olugbenga, S. Walker, G. Salmon, P., etc.	2019	Este estudio busca utilizar el modelo circunplejo del afecto de Russell para examinar si la emoción de los motociclistas depende del ambiente y del comportamiento, ya que si depende de estos factores, resulta en algo predecible, por lo que sería potencialmente utilizable para innovar en la seguridad y utilidad de este medio de transporte.
Reexamining the circumplex model of affect	Remington, N. Visser, P. Fabrigar, L.	2000	Se busca corregir las limitaciones encontradas en el modelo circunplejo del afecto, aplicando el modelo de estructura de covarianza.
Emotionally durable design	Chapman, J.	2005	Este libro es una exploración en la vida de los productos y su relación con las personas y una conversación en torno a los conceptos de sustentabilidad, materialismo y consumismo. Además, proporciona estrategias para diseñadores, para poder extender la vida de los productos y comprender de una manera más holística el impacto subjetivo de estos.
El mundo en las manos: museos y museología en la sociedad globalizada	Scheiner, T.	2008	Se ve el impacto y la reinención de los museos por la globalización, afectado por todas las dimensiones cambiantes, ya sea socio-políticas, como comunitarias e identitarias.
Pensamientos sobre la representación de la memoria traumática en el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos (MMDH), Santiago de Chile, Chile	Wolff, T.	2016	Analiza los dos tipos de estrategias de representación del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos, la documentación de archivo como fuente objetiva y lo simbólico, el cual busca inducir el pensamiento crítico en los visitantes. ¿Realmente estas son las formas más adecuadas para tratar con una memoria traumática?.
El museo, la museología y la fuente de información museística	Linares, J.	2008	Explora la historia, características y dimensiones relevantes en torno a los conceptos de museo, museología y el rol de las fuentes de información y la documentación museológica.
Aproximaciones desde la semiótica de la cultura a la dimensión comunicativa del espacio museográfico	Ávila, N.	2015	Indaga en el vínculo entre la museología y la comunicación desde la semiótica cultural, estableciendo la dimensión comunicativa como algo inherente al proceso museal. Para esto estudia principalmente el término de texto museal en casos de estudio.
Museología y patrimonio: una propuesta de educación interactiva y tangible	C. Francisco Téllez	2002	Explora el museo por su rol de educación informal, pero existe una baja discusión sobre el acceso a personas con discapacidades o espacios construidos hacia niñas y niños.

Redefiniendo la sostenibilidad desde una perspectiva situada: desafíos de museos comunitarios del sur de Chile	Laura Fúquene Giraldo, Gustavo Blanco Wells, Karin Weil G.	2018	Estudia cómo se manifiesta la sostenibilidad en 3 museos de pequeña escala en la Región de los Ríos y cuales son los desafíos que estos aún presentan, explorando aspectos relevantes en cuanto a su interacción con la comunidad, bajo el marco de una nueva museología, más comunitaria, interdisciplinaria y con un marcado rol social
Estrategias museográficas actuales relacionadas con la museología crítica	Jesús Pedro Lorente	2014	Artículo teórico detallado sobre la museología crítica y las distintas características y prácticas que la caracterizan.
Museología y museografía (Capítulo 1).	Luis Alonso Fernández	1999	Historia de la museología y museografía, sus distintas definiciones, perspectivas y cambios durante los años.

ANEXO 2: INFORME DE ACTIVIDADES Y DECLARACIÓN JURADA QUE RESPALDAN LA PARTICIPACIÓN COMO TESISISTA EN EL PROYECTO.



ANEXO N°3

INFORME DE ACTIVIDADES
(Actividades Desarrolladas de Gastos en Personal o Viajes)

Nombre Beneficiario (quien realiza la actividad) : **Javiera Belén Cortés Mercado**

RUT o N° Pasaporte : **19.712.747-3**

Programa de ANID : **FONDECYT**

Código de Proyecto : **1201546**

Etapas y Tipo de Concurso (solo en caso de poseer Etapa) : **2021** **REGULAR**
(solo FONDECYT o Becas) (solo FONDECYT)

Destino (País – Ciudad – Lugar) :
(solo en caso que el informe sea por motivo de un viaje)

Periodo de la Actividad o Viaje (fecha de inicio y término) : Fecha Inicio: 01-08-2021 Fecha Término: 15-03-2022

Motivo principal de las actividades desarrolladas o viaje : **Tesisista**

Descripción de las principales actividades realizadas : Realización de una tesis conducente al grado de Diseñadora con mención visualidad y medios, titulada "La afectividad de lo cotidiano: Representación visual de las relaciones entre individuos y sus objetos domésticos". Entre las actividades se contemplan: Revisión bibliográfica, definición del marco teórico, búsqueda de un modelo de categorización de información visual para la información recopilada por los investigadores y realización de fichas descriptivas infográficas, como la base para realizar una exposición y un catálogo de los resultados obtenidos.



FIRMA
(quien realiza la actividad)

Fecha : 23-08-2021



ANEXO N°6

DECLARACIÓN JURADA SIMPLE
(compatibilidad horaria)

Yo **Javiera Belén Cortés Mercado**, RUT: **19.712.747-3**
Beneficiario (a) del Proyecto Código: **1201546**,
de la etapa **2021** (solo FONDECYT o Becas) y tipo de concurso **REGULAR** (solo FONDECYT), correspondiente al Programa de la ANID **FONDECYT** , declaro que no poseo incompatibilidad o dualidad horaria o de funciones, respecto de mis labores desarrolladas en el proyecto con la jornada laboral como funcionario o empleado dentro de la entidad beneficiaria albergante del proyecto.

Solo en caso de corresponder: (solo llenar en caso de coinvestigadores)

Además, declaro que he cumplido las (N° horas) horas (semanales, mensuales, totales, etc. Indicar según corresponda) comprometidas en la postulación del proyecto o las modificaciones autorizadas en relación a ellas.

La presente declaración se formula para efectos de cumplir con lo dispuesto en el Punto N°9, del Instructivo General de Rendición de Cuentas de la ANID.

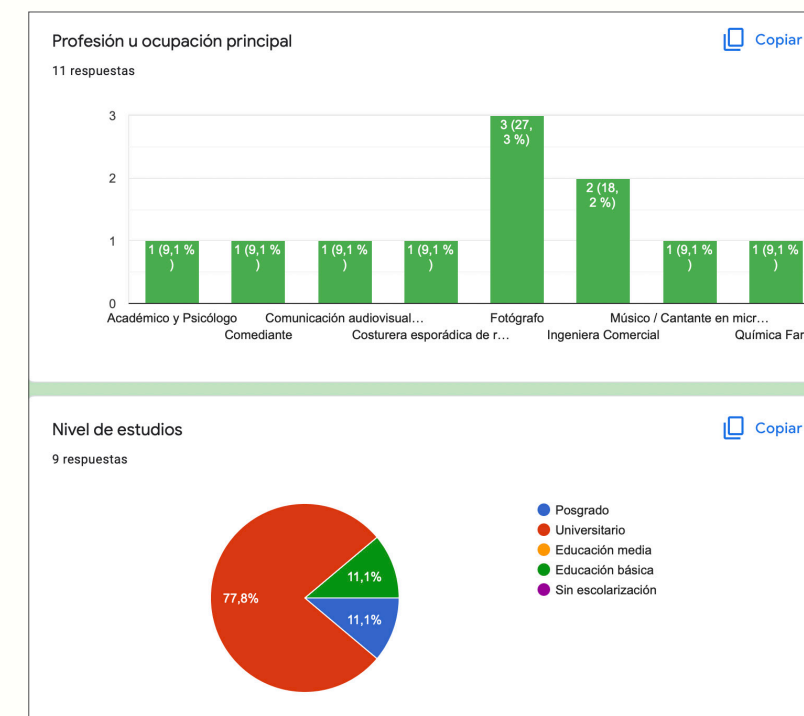
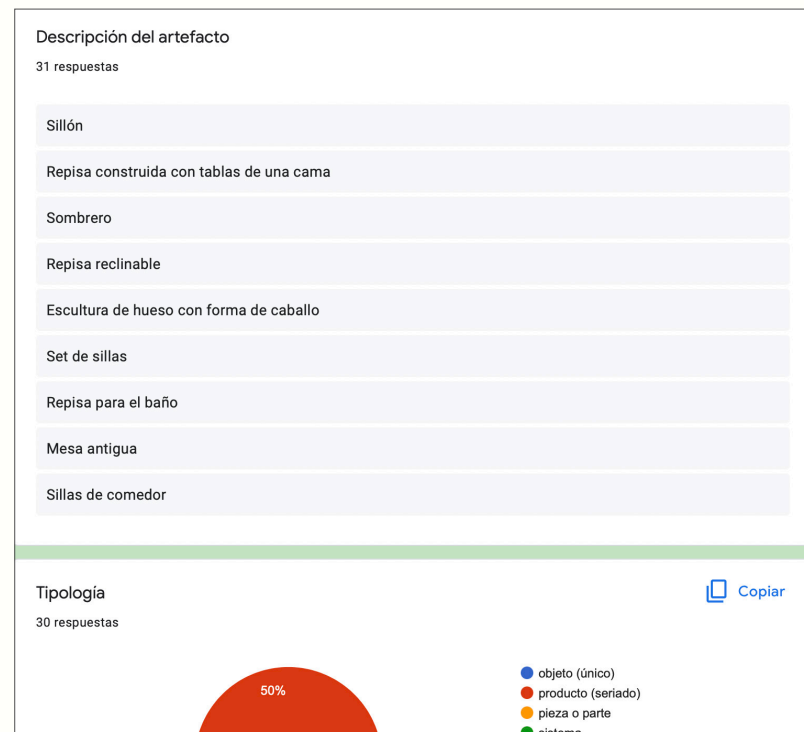


FIRMA
Beneficiario Proyecto

Fecha: 23/08/2021
Nota: Este documento no requiere firma ante notario.

**A. PRIMERA PARTE: BIOGRAFÍA DE LAS COSAS.
VISUALIZACIÓN GRÁFICA PARA FONDECYT.**

ANEXO A.1: EXTRACTOS DE GOOGLE FORMS, "FONDECYT - FICHA DE PERSONAS, OBJETOS Y RELACIONES." ELABORADO Y FACILITADO POR EL EQUIPO FONDECYT.



ANEXO A.2: LISTADO COMPLETO ORIGINAL DE CATEGORÍAS, SECCIONES Y TIPOS DE RESPUESTAS DEL GOOGLE FORMS DEL EQUIPO, ANTERIORMENTE MENCIONADO. FORMULARIO ELABORADO Y FACILITADO POR EL EQUIPO. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA.

FONDECYT - FICHA DE PERSONAS, OBJETOS Y RELACIONES
Este formulario está diseñado para ser llenado por los entrevistadores en paralelo a la entrevista o posterior a ella y en base a las respuestas que surjan naturalmente en la conversación con los entrevistados. en caso de detectar que falta información podrían realizarse a los entrevistados algunas de las preguntas cerradas que forman parte de este mismo formulario.
1. CARACTERIZACIÓN PERSONAS
DATOS DEMOGRÁFICOS, ETNOGRÁFICOS Y OTROS
Código o seudónimo grupo familiar/hogar (si procede):
Código o seudónimo individuo (si procede)
Edad:
Género: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Mujer <input type="radio"/> Hombre <input type="radio"/> Otro:
Nacionalidad:
Estado civil: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Soltero <input type="radio"/> Casado <input type="radio"/> Separado <input type="radio"/> Divorciado <input type="radio"/> Viudo <input type="radio"/> Convive
Ciudad/comuna de residencia:
Tipo de urbanización: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Rural <input type="radio"/> Suburbana <input type="radio"/> Urbana
Ciudad/comuna de donde proviene:

Profesión u ocupación principal:
Nivel de estudios: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Postgrado <input type="radio"/> Universitario <input type="radio"/> Educación media <input type="radio"/> Educación básica <input type="radio"/> Sin escolarización
Número de integrantes grupo familiar:
Tipo de vivienda:
Metros cuadrados aproximados de la vivienda:
Ingreso familiar mensual aproximado (alto, medio, bajo o valor si es que se conoce):
Situación laboral: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Desempleado <input type="radio"/> Jubilado <input type="radio"/> Contratado <input type="radio"/> Independiente regular <input type="radio"/> Independiente esporádico <input type="radio"/> Otro
Pasatiempos:
¿Cuenta con un espacio de taller en su casa?:
¿Cuenta con herramientas en su casa?:
2. INFORMACIÓN TÉCNICA DE LOS ARTEFACTOS
TIPOLOGÍA DE OBJETOS, TAMAÑO, MARCA, CARACTERÍSTICAS DE DISEÑO
Código de la persona relacionada al artefacto (si procede):
Código del hogar o grupo familiar relacionados al artefacto:
Número/código del artefacto:
Descripción del artefacto (señalar “aquello que el artefacto es” actualmente y en relación a su naturaleza original, ej. aspiradora, armario antiguo, maquina de coser convertida en mesa, neumático convertido en columpio, etc):
Tipología: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Objeto (único) <input type="radio"/> Producto (seriado) <input type="radio"/> Pieza o parte <input type="radio"/> Sistema

<input type="radio"/> Otro
Categorías del artefacto (Basada en la clasificación de Locarno, definir a qué categorías pertenecen el artefacto actualmente y originalmente): <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ropa y todo tipo de textiles (incluye bolsos, maletas, zapatos y mercería como botones, cierres) <input type="radio"/> Artículos de cuidado personal (espejos, elementos de tocador, perfumes, etc) <input type="radio"/> Herramientas y quincallería <input type="radio"/> Mobiliario de todo tipo <input type="radio"/> Electrodomésticos de todo tipo (incluye elementos de informática) - Adornos y decoración de todo tipo (incluye objetos o partes resignificadas como decoración) <input type="radio"/> Instrumental de precisión y/o laboratorio (profesional, fotográfico, topográfico, médico, etc) <input type="radio"/> Instrumentos musicales <input type="radio"/> Juguetes y juegos <input type="radio"/> Artículos deportivos (incluye pesca y caza y armas) <input type="radio"/> Artículos para el ocio <input type="radio"/> Artículos de aseo para el hogar <input type="radio"/> Objetos para Iluminación <input type="radio"/> Maquinaria industrial o semi-industrial <input type="radio"/> Vajilla, loza y afines <input type="radio"/> Productos y artículos para animales <input type="radio"/> Material de construcción (placas, ductos, cables, etc)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Elementos de calefacción o ventilación no eléctricos <input type="radio"/> Vehículos de todo tipo <input type="radio"/> Papelería y Oficina (libros, revistas, documentos, cartas, lápices, etc) <input type="radio"/> Envases, contenedores, packaging <input type="radio"/> Otro:
Función principal del artefacto (la original):
Función principal del artefacto (la actual):
Valor monetario estimado (real, aproximado):
Valor monetario asignado (afectivo, aproximado):
Proceso de adquisición: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Compra <input type="radio"/> Obsequio <input type="radio"/> Hallazgo <input type="radio"/> Herencia

<input type="radio"/> Préstamo <input type="radio"/> Otro:
Año de adquisición:
Ubicación habitual en el hogar (habitación/área):
Visibilidad del objeto en el hogar: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> En un lugar destacado <input type="radio"/> A la vista <input type="radio"/> Semi oculto <input type="radio"/> Guardado de fácil acceso <input type="radio"/> Accesible pero no fácilmente <input type="radio"/> En bodega, guardado permanente (en cajas o similares) <input type="radio"/> Otro
Fabricante y/o marca (si se conoce):
Año de fabricación (si se conoce):
País de procedencia (si se conoce):
Material principal: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Metal <input type="radio"/> Madera <input type="radio"/> Plástico <input type="radio"/> Piedra <input type="radio"/> Vidrio <input type="radio"/> Tela
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Cuero <input type="radio"/> Otro:
Material secundario: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Metal <input type="radio"/> Madera <input type="radio"/> Plástico <input type="radio"/> Piedra <input type="radio"/> Vidrio <input type="radio"/> Tela <input type="radio"/> Cuero <input type="radio"/> Otro:
Acabado del artefacto: <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Pintura <input type="radio"/> Pulido <input type="radio"/> Barniz <input type="radio"/> Natural (ej. madera lijada, metal limpio pero no pulido)

<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Textura <input type="radio"/> Forro/tapiz <input type="radio"/> Recubrimiento <input type="radio"/> Sin acabados <input type="radio"/> Otro:
<p>Estado de conservación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy bueno <input type="radio"/> Bueno <input type="radio"/> Regular <input type="radio"/> Malo <input type="radio"/> Muy malo
<p>Tamaño (percepción general):</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy grande (Automóviles, vehículos, etc.) <input type="radio"/> Grande (muebles, sofá, mesa comedor, refrigerador, escritorio, etc) <input type="radio"/> Mediano (amplio rango, impresoras, lámparas, electrodomésticos, etc) <input type="radio"/> Pequeño (herramientas, utensilios manuales, etc) <input type="radio"/> Muy pequeño (anillos, joyas, etc)
<p>Dimensiones aproximadas:</p>
<p>Formas predominantes (máximo 3):</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Cubo <input type="radio"/> Paralelepípedo rectangular <input type="radio"/> Cilindro
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Esfera <input type="radio"/> Toroide <input type="radio"/> Pirámide <input type="radio"/> Cono <input type="radio"/> Elipsoide <input type="radio"/> Paraboloide <input type="radio"/> Otro:
<p>3. INFORMACIÓN AFECTIVA PERSONAS-ARTEFACTOS</p>
<p>RELACIONES ENTRE LAS PERSONAS Y LAS COSAS, AFECTOS, EMOCIONES, APEGO E HISTORIAS</p>
<p>Modificación realizada (descripción de la modificación realizada al artefacto):</p>
<p>Propiedad sobre el objeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Dueño <input type="radio"/> Es de un familiar

<p>Propiedad sobre el objeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Dueño <input type="radio"/> Es de un familiar <input type="radio"/> Es “de la familia” <input type="radio"/> Es de un amigo <input type="radio"/> “No es de nadie” <input type="radio"/> Otro:
<p>Categoría de la modificación</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Resignificación <input type="radio"/> Reutilización <input type="radio"/> Reparación <input type="radio"/> Personalización <input type="radio"/> Reciclaje <input type="radio"/> Otro:
<p>Fecha de la modificación:</p>
<p>Motivación para iniciar esa modificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Identidad / autoexpresión <input type="radio"/> Vinculación / pertenencia <input type="radio"/> Representación / memorias <input type="radio"/> Atributos de forma <input type="radio"/> Atributos de utilidad <input type="radio"/> Estética / placer <input type="radio"/> Valor económico <input type="radio"/> Simbolismo <input type="radio"/> Personificación / Antropomorfización <input type="radio"/> Conservación / reutilización vista como virtud <input type="radio"/> Atesorar el objeto “porque se puede”
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Su buen estado de conservación <input type="radio"/> Otro:
<p>Tiempo invertido en la modificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Minutos <input type="radio"/> Horas <input type="radio"/> Días <input type="radio"/> Semanas <input type="radio"/> Meses <input type="radio"/> Años
<p>Costo estimado de la modificación:</p>
<p>Nivel de apego o aprecio declarado por el objeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> 1. Muy bajo

<input type="radio"/> 2. Bajo <input type="radio"/> 3. Intermedio <input type="radio"/> 4. Alto <input type="radio"/> 5. Muy alto
Personalización - Nivel de esfuerzo físico:
Personalización - Nivel de esfuerzo intelectual:
Personalización - ¿Quién inició el proceso?: <input type="radio"/> Propietario <input type="radio"/> Familiar <input type="radio"/> Vendedor <input type="radio"/> Fabricante <input type="radio"/> Amigo <input type="radio"/> Otro:
Personalización - Objetivo del proceso: <input type="radio"/> Apariencia <input type="radio"/> Utilidad <input type="radio"/> Ambas <input type="radio"/> Otro:
Personalización - Flexibilidad: <input type="radio"/> Autoextensión (parte de mi) <input type="radio"/> Pareja <input type="radio"/> Familia <input type="radio"/> Amigo <input type="radio"/> Mascota <input type="radio"/> Vecino <input type="radio"/> Compañero trabajo <input type="radio"/> Ayudante <input type="radio"/> Autoridad
<input type="radio"/> Profesional <input type="radio"/> Dependiente <input type="radio"/> Otro:
Rol del artefacto antes de la modificación: <input type="radio"/> Autoextensión (parte de mi) <input type="radio"/> Pareja <input type="radio"/> Familia <input type="radio"/> Amigo <input type="radio"/> Mascota <input type="radio"/> Vecino <input type="radio"/> Compañero trabajo <input type="radio"/> Vecino

<input type="radio"/> Compañero trabajo <input type="radio"/> Ayudante <input type="radio"/> Autoridad <input type="radio"/> Profesional <input type="radio"/> Dependiente <input type="radio"/> Otro:
Rol del artefacto después de la modificación: <input type="radio"/> Autoextensión (parte de mi) <input type="radio"/> Pareja <input type="radio"/> Familia <input type="radio"/> Amigo <input type="radio"/> Mascota <input type="radio"/> Vecino <input type="radio"/> Compañero trabajo <input type="radio"/> Ayudante <input type="radio"/> Autoridad <input type="radio"/> Profesional <input type="radio"/> Dependiente <input type="radio"/> Otro:
Emociones negativas provocadas por el artefacto: <input type="radio"/> Frustración <input type="radio"/> Aburrimiento <input type="radio"/> Sorpresa negativa <input type="radio"/> Decepción <input type="radio"/> Reluctancia / Renuencia <input type="radio"/> Confusión <input type="radio"/> Rechazo <input type="radio"/> Asco <input type="radio"/> Desconfianza <input type="radio"/> Duda <input type="radio"/> Temor / miedo <input type="radio"/> Enojo <input type="radio"/> Vergüenza <input type="radio"/> Culpa <input type="radio"/> Odio <input type="radio"/> Incomodidad <input type="radio"/> Arrepentimiento <input type="radio"/> Tristeza <input type="radio"/> Molestia <input type="radio"/> Desprecio <input type="radio"/> Insatisfacción

<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Soledad <input type="radio"/> Antipatía <input type="radio"/> Indiferencia <input type="radio"/> Frialdad / distancia <input type="radio"/> Ansiedad <input type="radio"/> Ira <input type="radio"/> Agobio / Congoja <input type="radio"/> Dolor <input type="radio"/> Celos <input type="radio"/> Envidia <input type="radio"/> Inquietud <input type="radio"/> Crueldad <input type="radio"/> Sobresalto <input type="radio"/> Shock <input type="radio"/> Otro:
<p>Observaciones sobre las emociones negativas (Habían otras emociones, ¿cuáles?, estaban presentes antes o después de la modificación, cuál era su intensidad, etc):</p>
<p>Emociones positivas provocadas por el artefacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Logro / éxito <input type="radio"/> Diversión <input type="radio"/> Sorpresa positiva <input type="radio"/> Ilusión <input type="radio"/> Curiosidad / Interés <input type="radio"/> Seguridad <input type="radio"/> Atracción <input type="radio"/> Deleite <input type="radio"/> Confianza <input type="radio"/> Certeza <input type="radio"/> Valor / valentía <input type="radio"/> Alegría <input type="radio"/> Orgullo <input type="radio"/> Paz <input type="radio"/> Amor <input type="radio"/> Comodidad <input type="radio"/> Esperanza <input type="radio"/> Alegría <input type="radio"/> Agrado <input type="radio"/> Admiración <input type="radio"/> Satisfacción <input type="radio"/> Compañía

<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Simpatía <input type="radio"/> Fascinación <input type="radio"/> Calidez <input type="radio"/> Calma <input type="radio"/> Euforia <input type="radio"/> Alivio <input type="radio"/> Placer <input type="radio"/> Inspiración <input type="radio"/> Benevolencia <input type="radio"/> Serenidad <input type="radio"/> Compasión <input type="radio"/> Encanto <input type="radio"/> Respeto <input type="radio"/> Gratitud <input type="radio"/> Deseo <input type="radio"/> Ensoñación <input type="radio"/> Energía <input type="radio"/> Excitación <input type="radio"/> Gozo <input type="radio"/> Virtuosidad <input type="radio"/> Adoración <input type="radio"/> Otro:
<p>Observaciones sobre las emociones positivas (habían otras emociones, ¿cuáles?, estaban presentes antes o después de la modificación, cuál era su intensidad, etc):</p>
<p>Emociones neutras provocadas por el artefacto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Lujuria <input type="radio"/> Melancolía <input type="radio"/> Desafío <input type="radio"/> Contención <input type="radio"/> Recato
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Nostalgia <input type="radio"/> Otro:
<p>Observaciones sobre las emociones neutras (Habían otras emociones, ¿cuáles?, estaban presentes antes o después de la modificación, cuál era su intensidad, etc.):</p>
<p>Observaciones generales finales (Fin de la ficha, escriba aquí cualquier observación que considere que no quedó recogida durante el llenado de la ficha):</p>

ANEXO A.3: ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN, SELECCIÓN, TRABAJO LÉXICO Y JERÁRQUICO, REALIZADO PARA FACILITAR LA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN. ELABORACIÓN PROPIA.

ANTES	DESPUÉS	RESPUESTA	OPCIONES	Nº ALTERNATIVAS	CARACTERES MÁXIMOS
OBJETO					
Descripción del artefacto	Descripción	Abierta de texto largo	Ejemplo: Refrigerador malo utilizado como mueble para guardar artículos de cocina.	-	70 caracteres
Proceso de Adquisición	Adquisición	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Compra <input type="radio"/> Obsequio <input type="radio"/> Hallazgo <input type="radio"/> Herencia <input type="radio"/> Préstamo <input type="radio"/> Compra <input type="radio"/> Otro: <input type="radio"/> No aplica	1	-
Tipología	Tipología	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Objeto único <input type="radio"/> Producto seriado <input type="radio"/> Pieza o parte <input type="radio"/> Sistema <input type="radio"/> Otro: <input type="radio"/> No aplica	1	-
Categoría del artefacto	Categoría	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Ropa y textiles <input type="radio"/> Artículos de cuidado personal <input type="radio"/> Herramientas y quincallería <input type="radio"/> Mobiliario de todo tipo <input type="radio"/> Electrodomésticos <input type="radio"/> Adornos y decoración <input type="radio"/> Instrumental de precisión y/o laboratorio <input type="radio"/> Instrumentos musicales <input type="radio"/> Juguetes y juegos <input type="radio"/> Artículos deportivos <input type="radio"/> Artículos para el ocio <input type="radio"/> Artículos de aseo para el hogar <input type="radio"/> Objetos para Iluminación <input type="radio"/> Maquinaria industrial o semi-industrial <input type="radio"/> Vajilla, loza y afines <input type="radio"/> Productos y artículos para animales <input type="radio"/> Material de construcción	1	-

			<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Elementos de calefacción o ventilación no eléctricos <input type="radio"/> Vehículos de todo tipo <input type="radio"/> Papelería y Oficina <input type="radio"/> Envases y contenedores <input type="radio"/> Otro: <input type="radio"/> No aplica 		
Ubicación habitual en el hogar (habitación / área)	Ubicación	Abierta de texto corto	Ejemplo: Dormitorio	-	20 caracteres
Estado de conservación	Conservación	Alternativas cerradas	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy bueno <input type="radio"/> Bueno <input type="radio"/> Regular <input type="radio"/> Malo <input type="radio"/> Muy malo <input type="radio"/> No aplica 	1	-
Tamaño (percepción general)	Tamaño	Alternativas cerradas	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy grande <input type="radio"/> Grande <input type="radio"/> Mediano <input type="radio"/> Pequeño <input type="radio"/> Muy pequeño <input type="radio"/> No aplica 	1	-
Material principal / Material secundario	Materialidad	Alternativas abiertas	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Metal <input type="radio"/> Madera <input type="radio"/> Plástico <input type="radio"/> Piedra <input type="radio"/> Vidrio <input type="radio"/> Tela <input type="radio"/> Cuero <input type="radio"/> Otro: 	1-3	-
Acabado del artefacto	Acabado	Alternativas abiertas	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Pintura <input type="radio"/> Pulido <input type="radio"/> Barniz <input type="radio"/> Natural <input type="radio"/> Textura <input type="radio"/> Forro/tapiz <input type="radio"/> Recubrimiento <input type="radio"/> Sin acabados <input type="radio"/> Otro: <input type="radio"/> No aplica 	1-3	-

Función principal del artefacto (la original)	Función original	Abierta de texto corto	Ejemplo: Sentarse y reunirse en torno a la mesa	-	40 caracteres
Función principal del artefacto (la actual)	Función actual	Abierta de texto corto	Ejemplo: Superficie para apoyar y/o hacer diversas cosas	-	40 caracteres
PERFIL					
Edad	Edad	Abierta de texto corto n ^o	Ejemplo: 60 aprox.	-	8 caracteres, numéricos y alfabéticos
Género	Género	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Mujer <input type="radio"/> Hombre <input type="radio"/> Otro:	1	-
Nacionalidad	Nacionalidad	Abierta de texto corto	Ejemplo: Colombiano	-	15 caracteres aprox.
Estado Civil	Estado Civil	Alternativas cerradas	<input type="radio"/> Soltero <input type="radio"/> Casado <input type="radio"/> Separado <input type="radio"/> Divorciado <input type="radio"/> Viudo <input type="radio"/> Convive	1	-
Nivel de estudios	Estudios	Alternativas cerradas	<input type="radio"/> Postgrado <input type="radio"/> Universitario <input type="radio"/> Educación media <input type="radio"/> Educación básica <input type="radio"/> Sin escolarización <input type="radio"/> Otro: <input type="radio"/> No aplica	1	-
Profesión u ocupación principal	Ocupación	Abierta de texto corto	Ejemplo: Arquitecto	-	60 caracteres
HOGAR					
Tipo de vivienda	Vivienda	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Casa <input type="radio"/> Departamento <input type="radio"/> Otro:	1	-
Metros cuadrados aproximados de la vivienda	m2	Abierta de texto corto	Ejemplo: 100-100m2 aprox.	-	15 caracteres
Ciudad / comuna de residencia	Comuna	Abierta de texto corto	Ejemplo: Lo Barnechea	-	20 caracteres
Tipo de urbanización	Urbanización	Alternativas cerradas	<input type="radio"/> Rural <input type="radio"/> Suburbana <input type="radio"/> Urbana	1	-
Ingreso familiar mensual aproximado (alto, medio, bajo o valor si es que se conoce)	Ingreso	Abierta de texto corto \$	Ejemplo: Alto	-	8 caracteres alfabético o numérico (ej:\$1.000.000)

Número de integrantes grupo familiar	Integrantes	Abierta de texto corto nº	Ejemplo: 1	-	2 caracteres numéricos
MODIFICACIONES					
Modificación realizada	Descripción	Abierta de texto largo	Ejemplo: Se cosieron partes con hilo, ya que se estaba saliendo el relleno del peluche.	-	160 caracteres
Propiedad sobre el objeto	Responsable	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Dueña/o <input type="radio"/> Es de un familiar <input type="radio"/> Es "de la familia" <input type="radio"/> Es de un/a amigo/a <input type="radio"/> "No es de nadie" <input type="radio"/> Otro:	1	-
Categoría de la modificación	Categoría	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Resignificación <input type="radio"/> Reutilización <input type="radio"/> Reparación <input type="radio"/> Personalización <input type="radio"/> Reciclaje <input type="radio"/> Otro: <input type="radio"/> No aplica	1	-
Motivación para iniciar esa modificación	Motivación	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Identidad o autoexpresión <input type="radio"/> Vinculación o pertenencia <input type="radio"/> Representación o memorias <input type="radio"/> Atributos de forma <input type="radio"/> Atributos de utilidad <input type="radio"/> Estética o placer <input type="radio"/> Valor económico <input type="radio"/> Simbolismo <input type="radio"/> Personificación o antropomorfización <input type="radio"/> Conservación o reutilización vista como virtud <input type="radio"/> Atesorar el objeto "porque se puede" <input type="radio"/> Su buen estado de conservación <input type="radio"/> Otro: <input type="radio"/> No aplica	1	-
Objetivo del proceso	Objetivo	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Apariencia <input type="radio"/> Utilidad <input type="radio"/> Ambas <input type="radio"/> Otro:	1	-
Tiempo invertido en la modificación	Tiempo	Alternativas cerradas	<input type="radio"/> Minutos <input type="radio"/> Horas <input type="radio"/> Días <input type="radio"/> Semanas	1	-

			<input type="radio"/> Meses <input type="radio"/> Años		
Rol del artefacto antes de la modificación	Rol previo	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Autoextensión <input type="radio"/> Pareja <input type="radio"/> Familia <input type="radio"/> Amigo <input type="radio"/> Mascota <input type="radio"/> Vecino <input type="radio"/> Compañero <input type="radio"/> Ayudante <input type="radio"/> Autoridad <input type="radio"/> Profesional <input type="radio"/> Dependiente <input type="radio"/> Otro:	1	-
Rol del artefacto después de la modificación	Rol actual	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Autoextensión <input type="radio"/> Pareja <input type="radio"/> Familia <input type="radio"/> Amigo <input type="radio"/> Mascota <input type="radio"/> Vecino <input type="radio"/> Compañero <input type="radio"/> Ayudante <input type="radio"/> Autoridad <input type="radio"/> Profesional <input type="radio"/> Dependiente <input type="radio"/> Otro:	1	-
Apego			<input type="radio"/> 1. Muy bajo <input type="radio"/> 2. Bajo <input type="radio"/> 3. Intermedio <input type="radio"/> 4. Alto <input type="radio"/> 5. Muy alto		
EMOCIONES					
Emociones positivas provocadas por el artefacto	Emociones positivas	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Logro / éxito <input type="radio"/> Diversión <input type="radio"/> Sorpresa positiva <input type="radio"/> Ilusión <input type="radio"/> Curiosidad / Interés <input type="radio"/> Seguridad <input type="radio"/> Atracción <input type="radio"/> Deleite		

			<ul style="list-style-type: none"> ○ Confianza ○ Certeza ○ Valor / valentía ○ Alegría ○ Orgullo ○ Paz ○ Amor ○ Comodidad ○ Esperanza ○ Alegría ○ Agrado ○ Admiración ○ Satisfacción ○ Compañía ○ Simpatía ○ Fascinación ○ Calidez ○ Calma ○ Euforia ○ Alivio ○ Placer ○ Inspiración ○ Benevolencia ○ Serenidad ○ Compasión ○ Encanto ○ Respeto ○ Gratitud ○ Deseo ○ Ensoñación ○ Energía ○ Excitación ○ Gozo ○ Virtuosidad ○ Adoración ○ Otro: 	1-3	-
Emociones neutras provocadas por el artefacto	Emociones neutras	Alternativas abiertas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Lujuria ○ Melancolía ○ Desafío ○ Contención ○ Recato 	1-3	-

			<input type="radio"/> Nostalgia <input type="radio"/> Otro:		
Emociones negativas provocadas por el artefacto	Emociones negativas	Alternativas abiertas	<input type="radio"/> Frustración <input type="radio"/> Aburrimiento <input type="radio"/> Sorpresa negativa <input type="radio"/> Decepción <input type="radio"/> Reluctancia / Renuencia <input type="radio"/> Confusión <input type="radio"/> Rechazo <input type="radio"/> Asco <input type="radio"/> Desconfianza <input type="radio"/> Duda <input type="radio"/> Temor / miedo <input type="radio"/> Enojo <input type="radio"/> Vergüenza <input type="radio"/> Culpa <input type="radio"/> Odio <input type="radio"/> Incomodidad <input type="radio"/> Arrepentimiento <input type="radio"/> Tristeza <input type="radio"/> Molestia <input type="radio"/> Desprecio <input type="radio"/> Insatisfacción <input type="radio"/> Soledad <input type="radio"/> Antipatía <input type="radio"/> Indiferencia <input type="radio"/> Frialdad / distancia <input type="radio"/> Ansiedad <input type="radio"/> Ira <input type="radio"/> Agobio / Congoja <input type="radio"/> Dolor <input type="radio"/> Celos <input type="radio"/> Envidia <input type="radio"/> Inquietud <input type="radio"/> Crueldad <input type="radio"/> Sobresalto <input type="radio"/> Shock <input type="radio"/> Otro:	1-3	-

ANEXO A.4: INFORMACIÓN SOBRE LOS OBJETOS SELECCIONADOS PARA LA SIMULACIÓN INICIAL.

LIBRO	
OBJETO	
Descripción	Libro que se tiene desde la infancia y ha estado por generaciones.
Adquisición	Herencia
Tipología	Producto seriado
Categoría	Elemento cultural
Ubicación	Living
Conservación	Regular
Tamaño	Pequeño
Materialidad	Papel / Cartón / Plástico
Acabado	Recubrimiento
Función original	Lectura
Función actual	Lectura y recuerdo
PERFIL	
Edad	23 años
Género	Femenino
Nacionalidad	Chilena
Estado Civil	Soltera
Estudios	Educación media
Ocupación	Estudiante universitaria
HOGAR	
Vivienda	Departamento
m2	60m2 aprox.
Comuna	Santiago centro
Urbanización	Urbana
Ingresos	Bajo
Integrantes	1

MODIFICACIONES	
Descripción	Con el tiempo se ha puesto scotch en las partes que se han despegado, para su mantención.
Responsable	Es “de la familia”
Categoría	Reparación
Motivación	Utilidad y simbolismo
Objetivo	Utilidad
Tiempo	Minutos
Rol previo	Guía
Rol actual	Familia
Apego	Muy alto
EMOCIONES	
Emociones positivas	Deleite Curiosidad / Interés Calma
Emociones neutras	Melancolía Contención Nostalgia
Emociones negativas	Soledad
ÁNGEL	
OBJETO	
Descripción	Figura de ángel obsequiada en la graduación de kinder el año 2005.
Adquisición	Obsequio
Tipología	Producto seriado
Categoría	Adornos y decoración
Ubicación	Dormitorio
Conservación	Muy bueno
Tamaño	Pequeño
Materialidad	Yeso
Acabado	Pulido
Función original	Decorativa
Función actual	Decorativa

PERFIL	
Edad	23 años
Género	Femenino
Nacionalidad	Chilena
Estado Civil	Soltera
Estudios	Universitario
Ocupación	Estudiante y vendedora
HOGAR	
Vivienda	Casa
m2	90m2 aprox.
Comuna	Providencia
Urbanización	Urbana
Ingresos	Medio
Integrantes	2
MODIFICACIONES	
Descripción	No se han realizado mayores modificaciones, se mantiene con una limpieza continua.
Responsable	No aplica
Categoría	No aplica
Motivación	No aplica
Objetivo	No aplica
Tiempo	No aplica
Rol previo	No aplica
Rol actual	Autoextensión
Apego	Alto
EMOCIONES	
Emociones positivas	Agrado Serenidad
Emociones neutras	Melancolía Nostalgia
Emociones negativas	No aplica

FIGURA MINI COOPER	
OBJETO	
Descripción	Figura a escala de automóvil mini cooper, obtenida luego de adquirir el auto.
Adquisición	Compra
Tipología	Producto seriado
Categoría	Juguetes y juego
Ubicación	Sala de estar
Conservación	Bueno
Tamaño	Pequeño
Materialidad	Metal / Plástico
Acabado	Pintura / Barniz
Función original	Decoración
Función actual	Decoración
PERFIL	
Edad	47 años
Género	Masculino
Nacionalidad	Chileno
Estado Civil	Divorciado
Estudios	Postgrado
Ocupación	Ingeniero comercial
HOGAR	
Vivienda	Departamento
m2	120m2
Comuna	Las Condes
Urbanización	Urbana
Ingresos	Desempleado
Integrantes	2
MODIFICACIONES	
Descripción	Se pintó el techo de la figura con esmalte de uñas negro para que fuera como el auto real.
Responsable	Es de un familiar

Categoría	Personalización
Motivación	Identidad o autoexpresión
Objetivo	Apariencia
Tiempo	Minutos
Rol previo	Autoextensión
Rol actual	Amigo
Apego	Intermedio
EMOCIONES	
Emociones positivas	Fascinación Satisfacción Agrado
Emociones neutras	Nostalgia Melancolía
Emociones negativas	No aplica
PELUCHE	
OBJETO	
Descripción	Peluche de perezoso que fue comprado para una ex pareja.
Adquisición	Compra
Tipología	Producto seriado
Categoría	Adornos y decoración
Ubicación	Living
Conservación	Regular
Tamaño	Mediano
Materialidad	Tela / Hilo / Plástico
Acabado	Textura
Función original	Decorativa
Función actual	Decorativa
PERFIL	
Edad	25 años
Género	Masculino
Nacionalidad	Chileno
Estado Civil	Soltero

Estudios	Universitario
Ocupación	Analista de Marketing
HOGAR	
Vivienda	Departamento
m2	75m2 aprox.
Comuna	Santiago centro
Urbanización	Urbana
Ingresos	Medio
Integrantes	3
MODIFICACIONES	
Descripción	Se cosieron con hilo varias partes donde se había abierto y se salía el relleno.
Responsable	Dueño
Categoría	Reparación
Motivación	Conservación
Objetivo	Apariencia y utilidad
Tiempo	Minutos
Rol previo	Amigo
Rol actual	Amigo
Apego	Intermedio
EMOCIONES	
Emociones positivas	Comodidad Calidez Serenidad
Emociones neutras	No aplica
Emociones negativas	Decepción Tristeza
GORRO	
OBJETO	
Descripción	Sombrero tipo sombrilla despegable para el sol.
Adquisición	Obsequio
Tipología	Producto seriado

Categoría	Ropa y textiles
Ubicación	Dormitorio
Conservación	Regular
Tamaño	Mediano
Materialidad	Plástico
Acabado	No aplica
Función original	Proteger del sol
Función actual	Recuerdo
PERFIL	
Edad	18 años
Género	Femenino
Nacionalidad	Chilena
Estado Civil	Soltera
Estudios	Educación media
Ocupación	No aplica
HOGAR	
Vivienda	Casa
m2	100m2 aprox.
Comuna	Providencia
Urbanización	Urbana
Ingresos	No aplica
Integrantes	5
MODIFICACIONES	
Descripción	No se han realizado mayores modificaciones, se mantiene con una limpieza continua.
Responsable	No aplica
Categoría	No aplica
Motivación	No aplica
Objetivo	No aplica
Tiempo	No aplica
Rol previo	No aplica

Rol actual	Recuerdo de familiar
Apego	Bajo
EMOCIONES	
Emociones positivas	Diversión Sorpresa positiva
Emociones neutras	No aplica
Emociones negativas	Arrepentimiento Confusión

ANEXO A.5: COSTOS EXTRA, APARTE DE LOS COSTOS OPERATIVOS YA MENCIONADOS EN LA MEMORIA.

PRUEBAS DE IMPRESIÓN	
PRODUCTO	Impresión láser a color de fichas, en couché tamaño oficio de 300grs
LUGAR	Tramax
UBICACIÓN	Cóndor 926, Santiago Centro
VALOR TOTAL	\$7.000

B. SEGUNDA PARTE: LOVE.JECTS. PROPUESTA MUSEOLÓGICA Y MUSEOGRÁFICA.

ANEXO B.1: ESQUEMA DE ELEMENTOS MENCIONADOS EN EL MANUAL BÁSICO DE MONTAJE MUSEOGRÁFICO ELABORADO POR PAULA DEVER Y AMPARO CARRIZOSA, DESDE LA DIVISIÓN DE MUSEOGRAFÍA DEL MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA EL AÑO 2020. ELABORACIÓN PROPIA.

TIPOS DE EXPOSICIONES
<ul style="list-style-type: none"> ○ Exposición permanente ○ Exposición temporal o transitoria ○ Exposiciones itinerantes ○ Rotación de colecciones por conservación
ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE MONTAJE MUSEOGRÁFICO
A) EL ESPACIO EN FUNCIÓN DE LA PROTECCIÓN DE OBJETOS
<ul style="list-style-type: none"> - Seguridad ante robo - Seguridad contra incendio - Sistemas contra incendio - Control de humedad - Control de temperatura - Control de luz solar
B) RELACIÓN METRAJE DE MUROS/OBRA
C) RECORRIDO
<ul style="list-style-type: none"> - Recorrido sugerido - Recorrido libre - Recorrido obligatorio
ELEMENTOS DE MONTAJE
1) LA ESCALA
2) DISTRIBUCIÓN DE OBJETOS SOBRE PAREDES
<ul style="list-style-type: none"> - Justificado por el centro - Justificado por lo bajo - Justificado por lo alto <ul style="list-style-type: none"> ○ Distanciamiento del muro ○ Distribución por hileras ○ Distribución sobre el muro

3) BASES

- Ubicación de bases
- Tipos de bases

4) PANELES

5) VITRINAS

- Tipos de vitrinas
 - Vitrinas horizontales
 - Vitrinas verticales
 - De pared y empotradas
 - Centrales y de plataforma
- Elementos compositivos
 - Área de servicios
 - Área de exhibición de piezas
 - Área de conservación
 - Cuerpo de la vitrina
 - Área técnica
 - Iluminación
 - La luz
- Tipos de iluminación
 - Fría
 - Cálida
- Seguridad
- Hermeticidad
- Control climático
 - Microclima por sistema mecánico
 - Microclima por control externo
 - Microclima por control interno
- Materiales
- Parámetros estético formales

6) TEXTOS DE APOYO

- Tipos de texto
 - Introdutorios
 - Apoyos de texto
 - Ficha técnica

7) ILUMINACIÓN

- Luz natural
- Luz artificial
- Luz incandescente
- Luz fluorescente

8) PRELIMINARES DEL MONTAJE MUSEOGRÁFICO

- Presupuesto
- Elaboración del cronograma
- Trabajo de montaje museográfico
 - Manipulación de las obras
 - Recomendaciones a tener en cuenta durante el montaje
 - Manipulación de pintura sobre caballete y material enmarcado
 - Manipulación de esculturas y otros objetos tridimensionales
 - Transporte de obras a la sala
 - Distribución
 - Distanciamiento de entre obras sobre muro
 - El uso del color
 - Montaje de obras sobre muro
 - Montaje de obras en vitrina
 - Enfoque de iluminación
 - Montaje de fichas técnicas y apoyo
 - Elementos de protección
 - Limpieza general antes de abrir al público
 - Elementos de protección

ANEXO B.2: ESQUEMA DE ELEMENTOS MENCIONADOS EN EL LIBRO *MUSEOLOGÍA, CURADURÍA, GESTIÓN Y MUSEOGRAFÍA: MANUAL DE PRODUCCIÓN Y MONTAJE PARA LAS ARTES VISUALES*. ELABORADO POR EL MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA EL AÑO 2012. ELABORACIÓN PROPIA.

PRIMERA PARTE: MUSEOLOGÍA, CURADURÍA, GESTIÓN Y MUSEOGRAFÍA**COSAS QUE OCURREN CUANDO LAS PRÁCTICAS ARTÍSTICAS CIRCULAN (JAIME CERÓN)****CONCEPTOS GENERALES DE MUSEOLOGÍA (CARLOS BETANCOURT SALAZAR)**

- Museología
- Coleccionismo y curaduría
- Preservación
- Exposición
- Comunicación y públicos
- Gestión

NOTAS SOBRE LA CURADURÍA AUTORAL (JOSÉ ROCA)

- Curar = Seleccionar
- Curar = Negociar
- Curar = Mediar
 - Textos curatoriales
 - Discurso escrito
 - Exposición
- Curar = Relacionar
 - Texto polisémico
- Curar = Escenificar

MUSEOGRAFÍA: LA EXPOSICIÓN COMO ESPACIO DE NEGOCIACIÓN (LUIS FERNANDO RAMÍREZ)

- Definiciones Museografía y Museología
 - Tipos exposición
 - Exposiciones temporales
 - Exposiciones permanentes
 - Exposiciones itinerantes

- El contenedor. Museo, galería o espacio
- Condiciones ideales de humedad relativa
- El contenedor como interfase
- Adecuación de espacios
 - Medidas básicas
 - Tipos de espacios de exposición
 - Espacio abierto
 - Sucesión de espacios divididos
 - Espacio mixto
 - Espacios de circulación
 - Otros espacios
 - Recorridos
 - Lineal
 - No lineal
- Luz, luminotecnia
 - Consideraciones técnicas
 - Tiempo de exposición
 - Filtros
 - Fuentes lumínicas
 - Led
 - Luz halógena
 - La bombilla incandescente convencional
 - La luz natural
 - Parámetros
 - Temperatura del color
 - Índice de reproducción
 - Tipos de luminaria y recomendaciones
 - Wallwasher
 - Luminarias puntuales
 - Luminarias de recorte
- Dispositivos, color y apoyos museográficos
 - Vitrinas
 - Vitrinas con luz externa
 - Horizontales
 - Inclínadas
 - Vitrinas con luz interna
 - Empotrada

- Alejada de los muros
- Color
- Luz puntual más color saturado
- Apoyos museográficos
 - Pendón exterior
 - Señalizaciones interiores
 - Texto o panel de presentación
 - Texto por grupo temático en el interior de la sala
 - Ficha técnica de la obra
 - Ficha extendida con texto específico sobre algunas obras
- Consideraciones técnicas
- Para hacer de un sueño una realidad (Clemencia Poveda Motta)

SEGUNDA PARTE: MANUAL DE PRODUCCIÓN Y MONTAJE PARA LAS ARTES VISUALES

- Áreas de producción y montaje: roles
- Estrategia de implementación
 - Etapa 1. Planeación: nivel estratégico.
 - Etapa 2. Preproducción: Actividades de preproducción por área.
 - Etapa 3. Producción: Actividades de producción y montaje por área.
 - Etapa 4. Postproducción.
 - Actividades de mantenimiento por área.
 - Actividades de desmontaje por área.
- Normas para el proceso de embalaje

ANEXO B.3: PARTICIPANTES Y COLABORADORES DE LA ETAPA.

NOMBRE	ROL
OBJETOS	
PÍA BARRAZA	Dueña de objeto y permite el acceso a su hogar para preguntas, videos y fotografías correspondientes.
JUAN BARRAZA	Dueño de objeto y permite el acceso a su hogar para preguntas, videos y fotografías correspondientes.
MARÍA JOSÉ ROJAS	Dueña de objeto y permite el acceso a su hogar para preguntas, videos y fotografías correspondientes.
CONSTRUCCIÓN	
MARCOS FOTOS	Elaboración de todos los marcos de fotos.
TALLER MENHIR	Producción de los plintos.
LÁSER COMPLIT	Impresión de fotografías, frases, fichas visuales y textos emplacados.
ORCA TRABAJATORIO	Impresión y corte de las postales.
MONTAJE	
CAROLINA MERCADO	Ayuda en el montaje de la muestra.
PÍA BARRAZA	Ayuda en el montaje de la muestra.
CATALINA BELTRÁN	Ayuda en el montaje de la muestra.
ISIDORA FERRADA	Ayuda en el montaje de la muestra.
MONTSERRAT SALINAS	Ayuda en el montaje de la muestra.

A continuación se muestra la ideación museográfica inicial, la cual no se detalla con lujo debido a los cambios que puede sufrir en el montaje, además no se incluyen ciertas ciertas características por su carácter de muestra inicial, tales como iluminación, acceso universal, temperatura, conservación de las piezas, entre otros. Estos deben ser vistos con mayor detalle al contar con un espacio determinado para la realización de la exposición otorgado por el Fondecyt en un futuro.

ANEXO B.3 : FASE DE IDEACIÓN MUSEOGRÁFICA, MEDIDAS, PERSPECTIVAS Y PROPUESTA INICIAL.

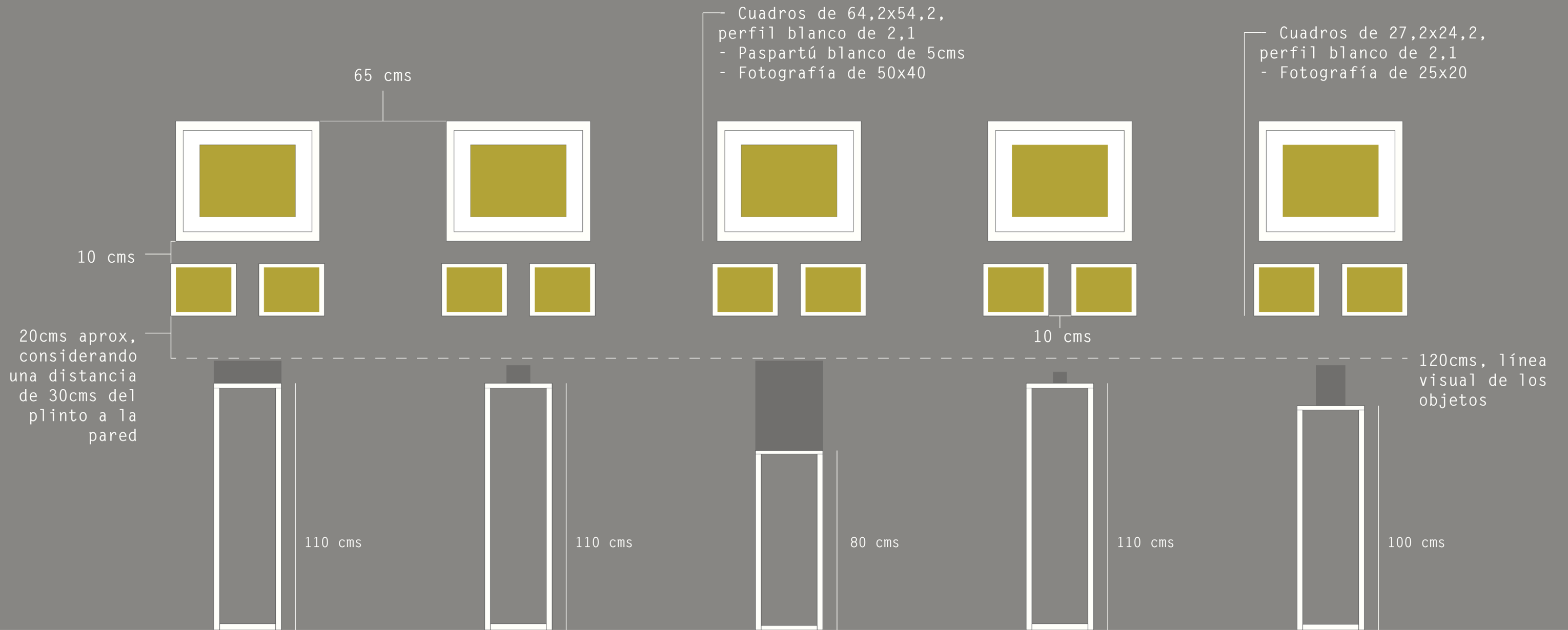
1.
GORRO DE COLORES

2.
FIGURA DE ÁNGEL

3.
PELUCHE DE PEREZOSO

4.
FIGURA MINI COOPER

4.
LIBRO



love.jects | Logo

RELACIONES AFECTIVAS ENTRE LAS PERSONAS Y SUS OBJETOS COTIDIANOS

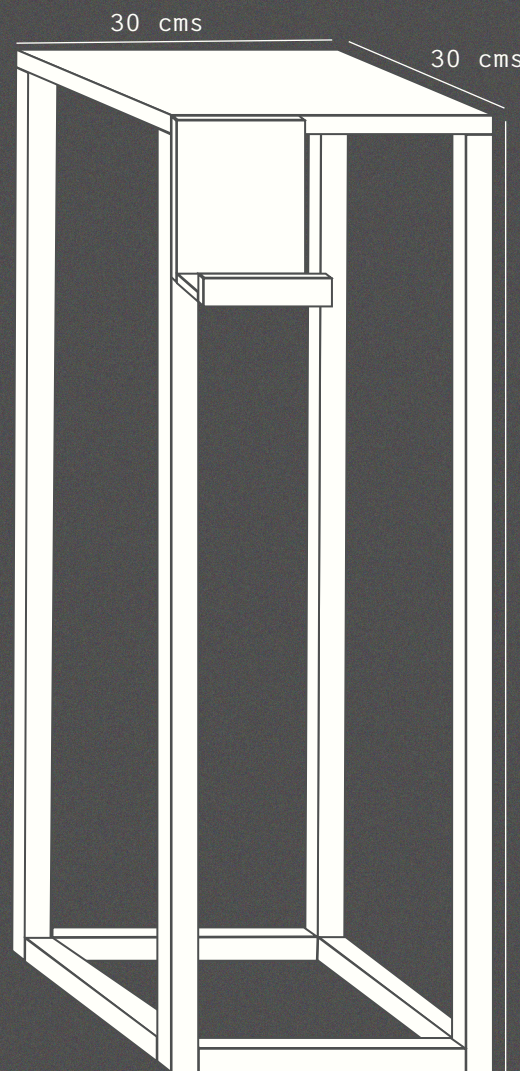
Subtítulo

Margin MVB Semibold versatilas

En la actualidad las discusiones en torno a la sustentabilidad y a las prácticas que debemos tomar para contrarrestar el daño hecho hacia el mundo, aumentan cada vez más. Sin duda alguna es un tema relevante, pero muchas personas se hacen a diario la pregunta, ¿es suficiente?. La perspectiva desde la sustentabilidad muchas veces genera un quiebre, una indiferencia de parte de la sociedad. Quizás lo necesario es enfocarnos en elementos que encontramos alrededor, detenernos, pensar y reflexionar sobre qué rol cumplen en nuestras vidas, cómo nos hemos comportado con ellos, cómo los hemos modificado y quizás qué vínculos hemos generado. Es así, como dentro de cada espacio cotidiano existe un universo de afectos que pasa desapercibido.

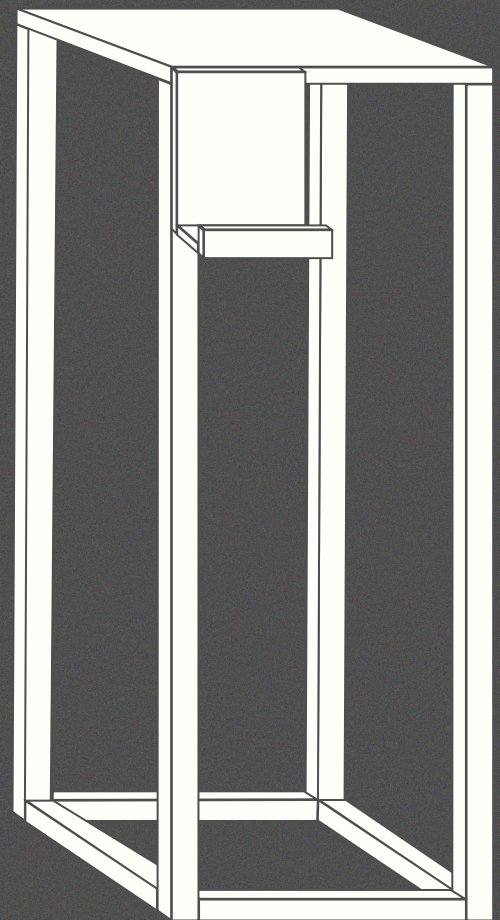
Cuerpo

URW DIN Regular



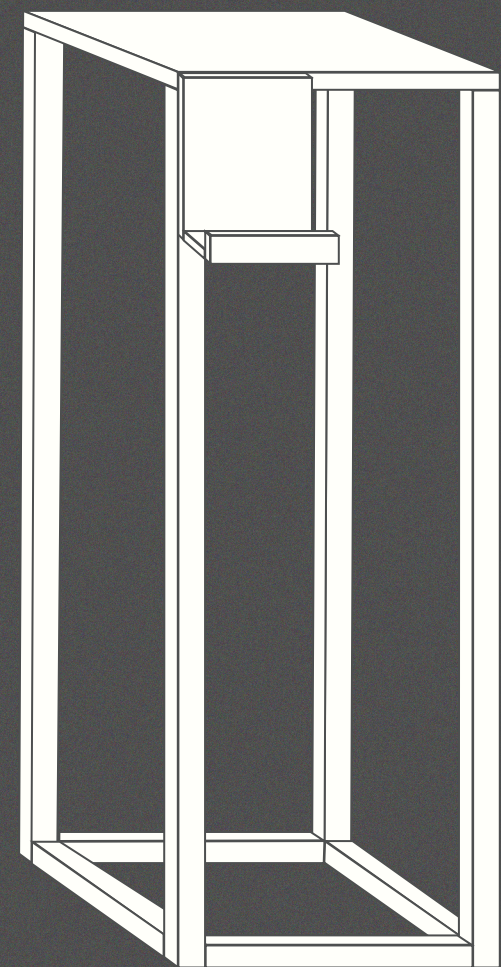
110 cms

3 unidades



80 cms

1 unidad

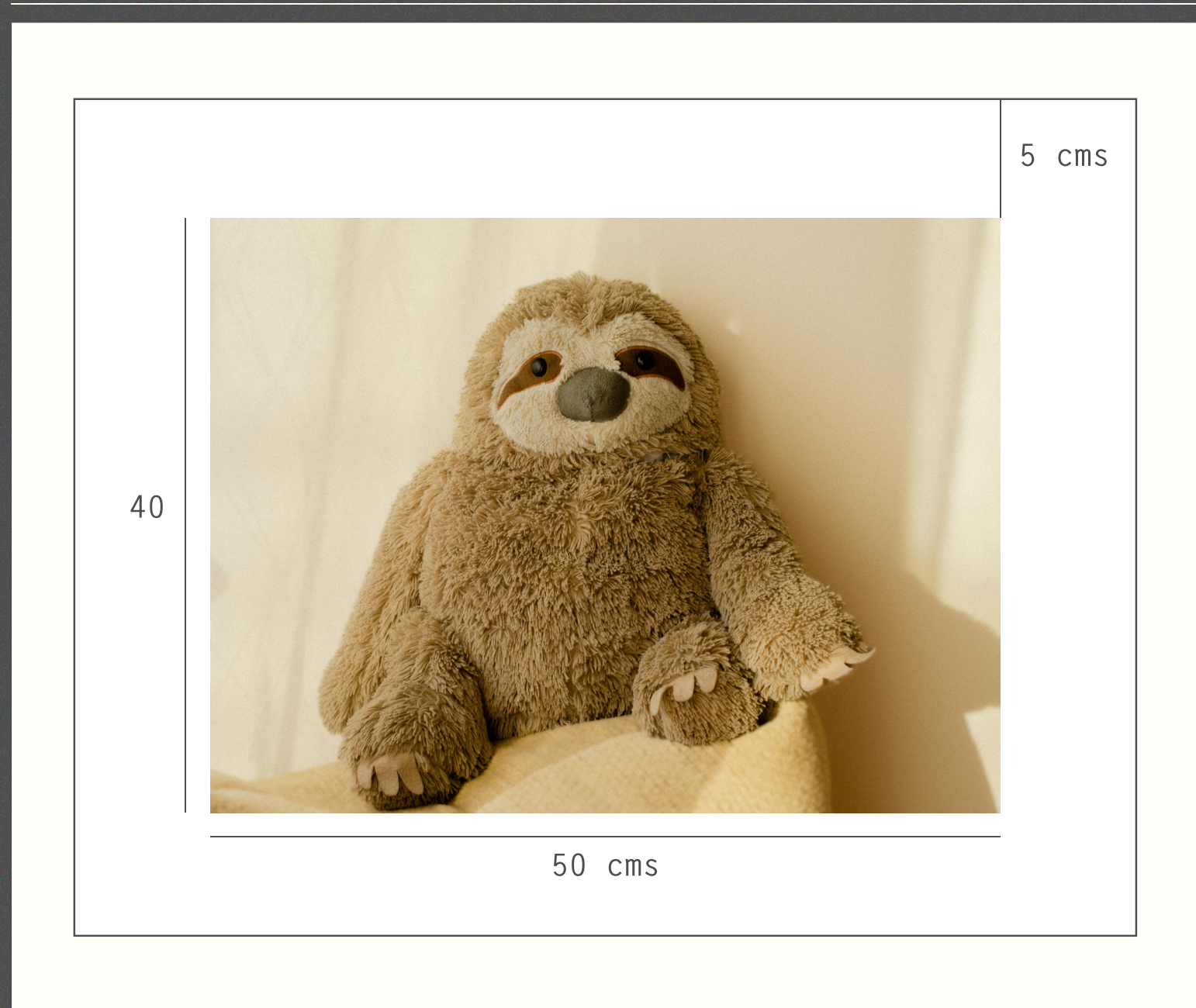


100 cms

1 unidad

FOTOGRAFÍAS

64,2 cms



5 cms

40

50 cms

54,2 cms

2,1cms

FRASES

27,2 cms

20

"este fue mi regalo de graduación de kinder, y lo conservo en perfecto estado por el valor sentimental que tiene"

María José, 23 años.

25 cms

2,1cms

FICHA VISUAL

27,2 cms

20

CARACTERÍSTICAS

DESCRIPCIÓN → Sombrero tipo sombrilla despegable para el sol

MODIFICACIONES → No se han realizado, solo se mantiene con limpieza

ADQUISICIÓN → Obsequio

ROL ACTUAL → Recuerdo de un familiar

UBICACIÓN → Dormitorio

APEGO → Bajo

EMOCIONES

Y su nivel de intensidad, de baja a alta.

 DIVERSIÓN <input type="checkbox"/>	 NOSTALGIA <input type="checkbox"/>	 ARREPENTIMIENTO <input type="checkbox"/>
SORPRESA POSITIVA <input type="checkbox"/>		CONFUSIÓN <input type="checkbox"/>

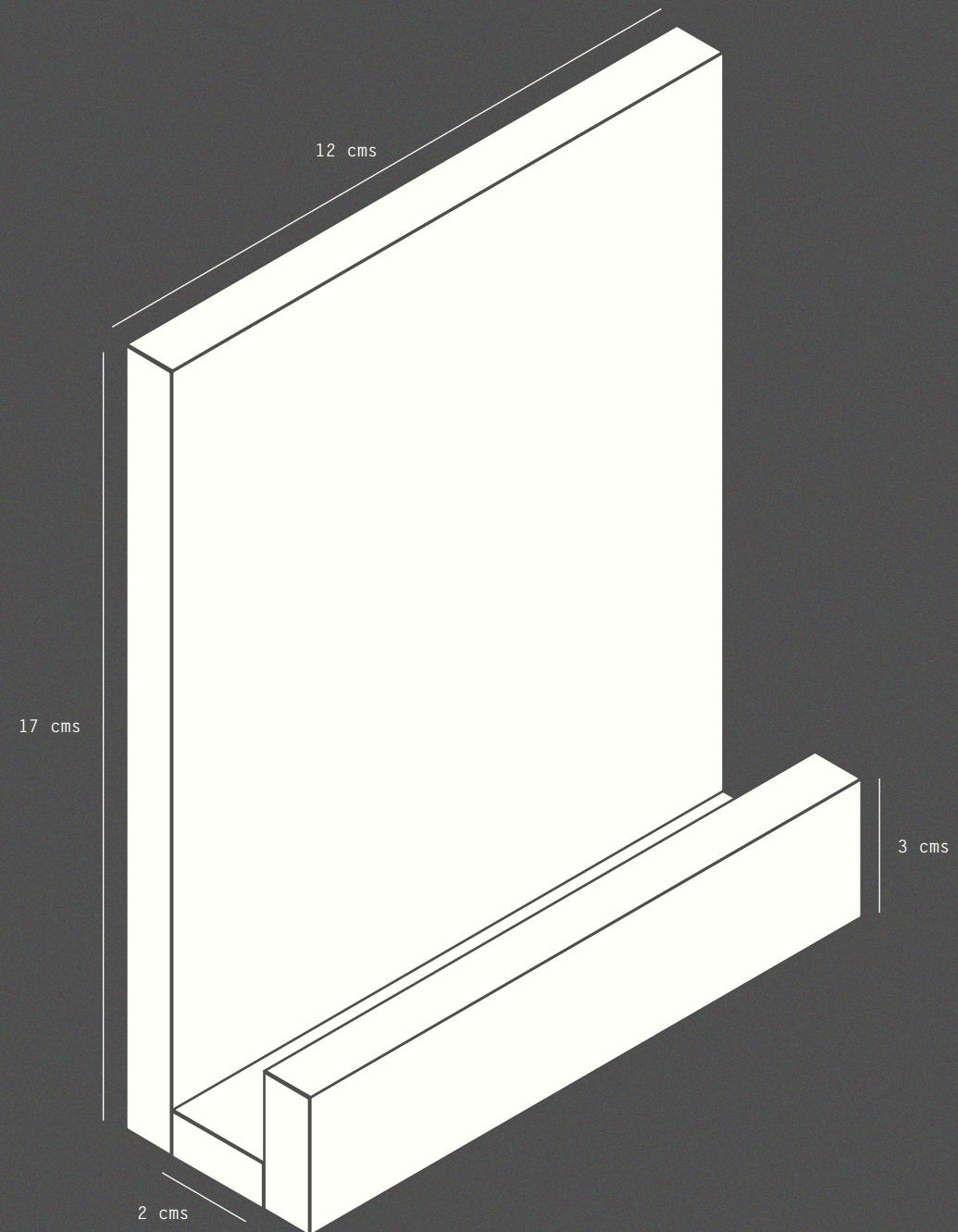
25 cms

2,1cms

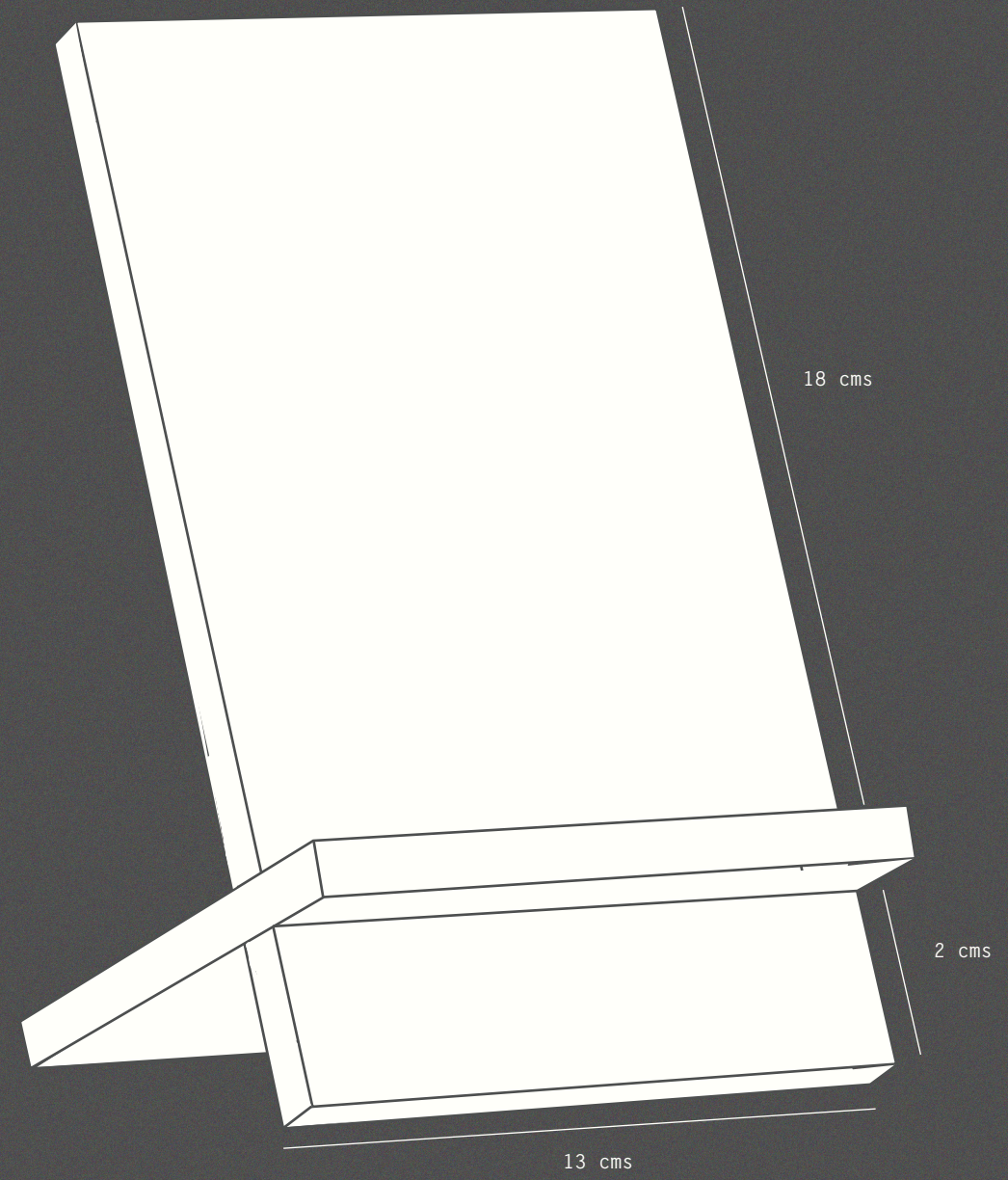
24,2 cms

24,2 cms

SOPORTE POSTALES



SOPORTE PARA LIBRO



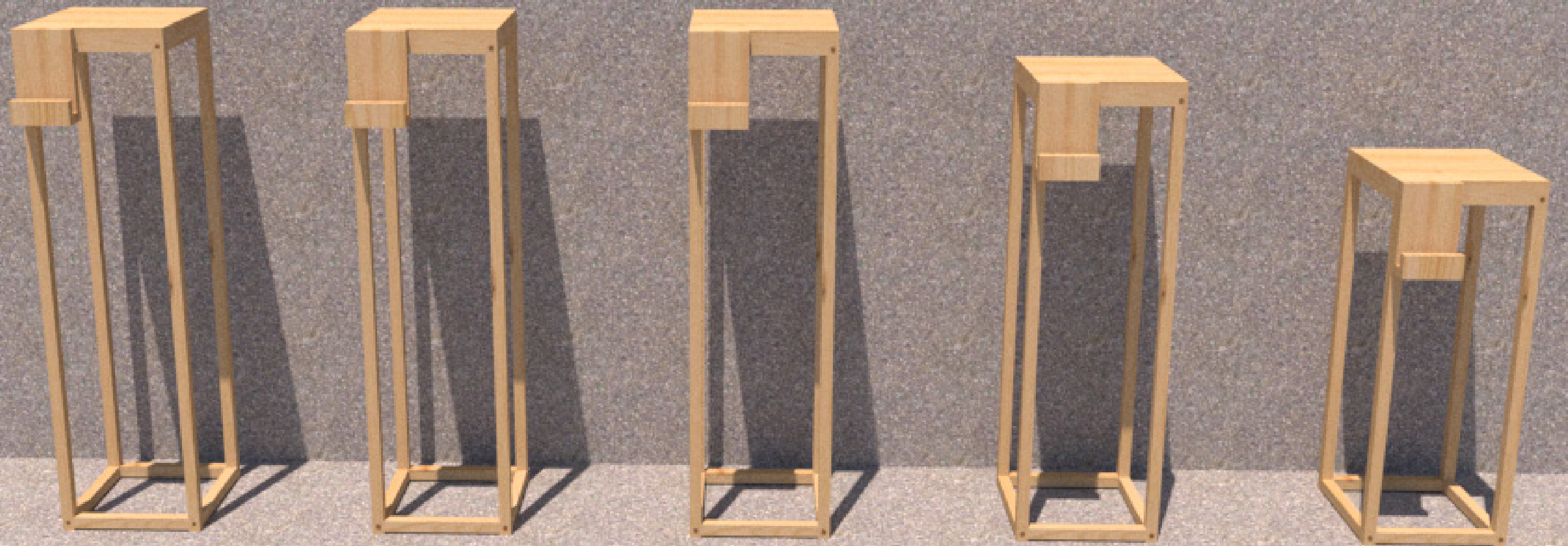
TEXTO DE CIERRE

**¿PENSASTE EN ALGÚN OBJETO CON EL QUE TENGAS UN VÍNCULO ESPECIAL?
¿CÓMO TE HACE SENTIR?**

Margin MVB Semibold versatilas

MODELOS REALIZADOS POR CERRO AÑIL TALLER EN EL PROCESO DE COTIZACIÓN

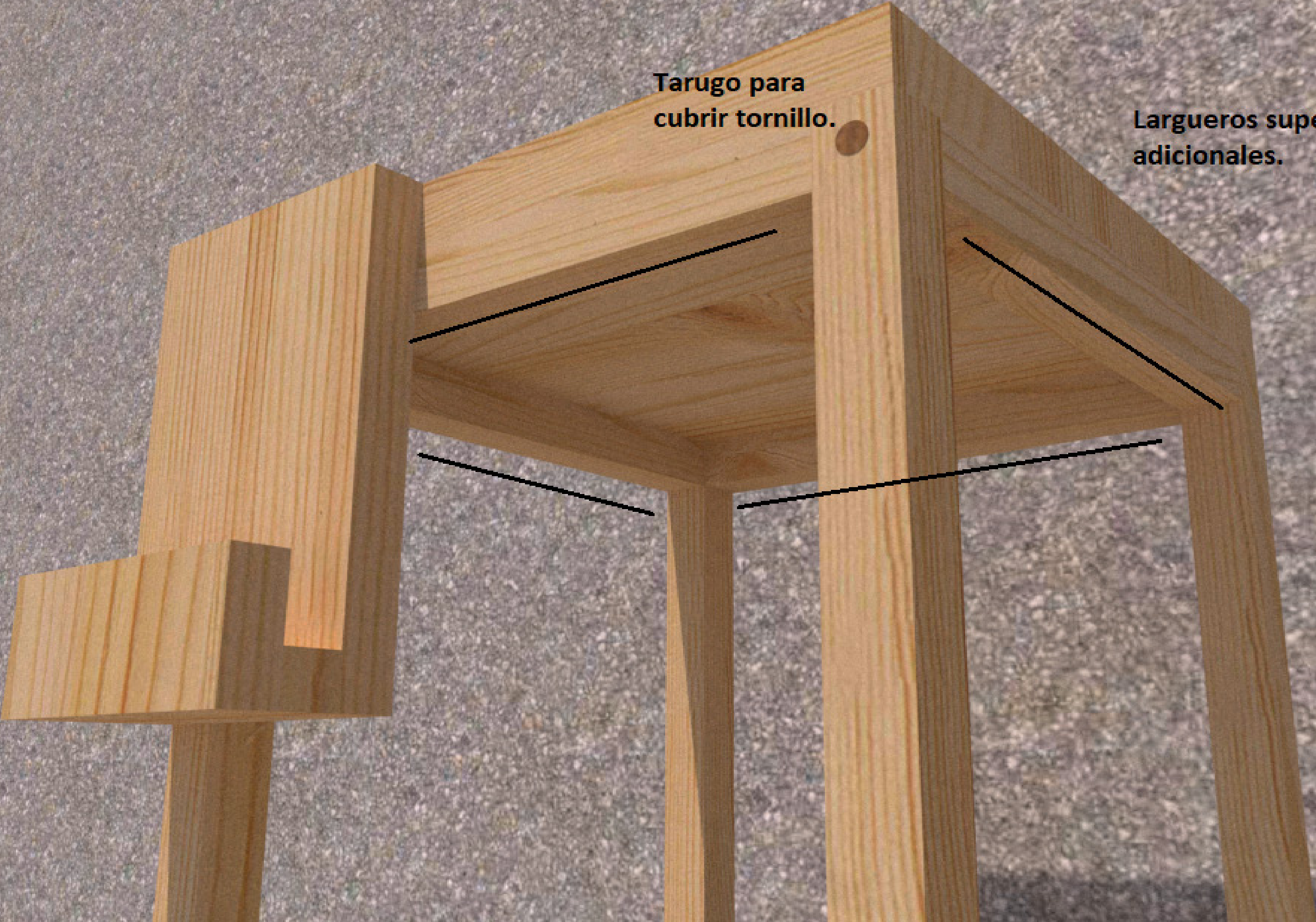






**Tarugo para
cubrir tornillo.**

**Largueros superiores
adicionales.**







Largueros inferiores elevados

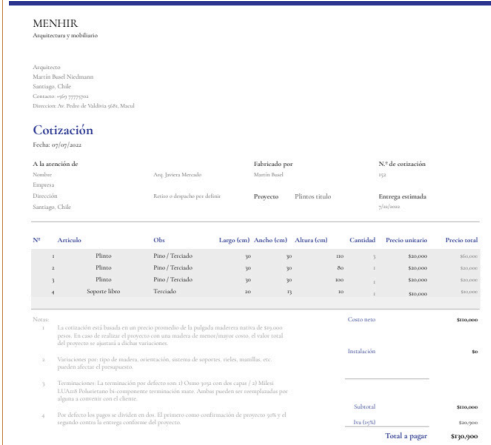
ANEXO B.4: COTIZACIONES DE MARCOS DE FOTOS, SOPORTES EN MADERA Y POSTALES.

A continuación se encuentran las cotizaciones realizadas. El criterio de selección de cada proveedor depende del conocimiento de sus habilidades, fotografías o videos de referencia, entendimiento del encargo, disponibilidad de la materialidad esperada, plazo de respuesta inicial y fecha aproximada de entrega del trabajo.

MARCOS DE FOTO	
PRODUCTO	5 marcos blancos lisos 50x60cms 10 marcos blancos lisos 20x25cms
LUGAR	Artes Renoir, Marcos y Cuadros
UBICACIÓN	Pedro de Valdivia #3249, Ñuñoa
VALORES	60x50 = \$37.400 c/u 20x25 = \$14.500 c/u
VALOR TOTAL	\$332.000
LUGAR	Betel enmarcaciones
UBICACIÓN	Vicuña mackenna #616,Providencia
VALORES	60x50 = \$45.000 c/u 20x25 = \$9.000 c/u
VALOR TOTAL	\$315.000
LUGAR	Marcos Fotos
UBICACIÓN	Membrillar #3780, Recoleta
VALORES	60x50 = \$19.600 c/u 20x25 = \$5.800 c/u Paspartú blanco para cuadros 60x50 = \$6.000 c/u
VALOR TOTAL	\$167.500 (Lugar seleccionado)
POSTALES	
PRODUCTO	50 postales en couché, tiro full color (fotografía y retiro (monocromático))
LUGAR	Akemi Prints
UBICACIÓN	@akemiprints

VALORES	10x15cms = \$350c/u couché matte de 300grs																									
VALOR TOTAL	\$17.500																									
LUGAR	La Catrala. Diseño y Manufactura.																									
UBICACIÓN	@lacatrala_disena																									
VALORES	10x15cms = \$445c/u couché matte de 260 grs																									
VALOR TOTAL	\$26.490																									
<p>Cotización</p> <p>La Catrala - Manufactura & Diseño Servicios de impresión y diseño gráfico Las Heras #2317, Concepción lacatrala@disena.cl</p> <p>Cotización #: 253 Fecha: 08-07-22 Vigente por: 2sem</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>CANTIDAD</th> <th>DESCRIPCIÓN</th> <th>TAMAÑO</th> <th>VALOR UNITARIO</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>10</td> <td>POSTALES / 2 CARAS / MATTE 300GR**</td> <td>10x15</td> <td>\$445</td> <td>\$22.281</td> </tr> <tr> <td colspan="4">SUBTOTAL</td> <td>\$22.281</td> </tr> <tr> <td colspan="4">IMPUESTO 18 %</td> <td>\$4.229</td> </tr> <tr> <td colspan="4">TOTAL</td> <td>\$26.490</td> </tr> </tbody> </table> <p>OBSERVACIONES: ** OPCIÓN DE 300GR DISPONIBLE -> SE DEBE PROBAR (VALOR SUBE A \$400 IVA INCL.) 5 DISEÑOS DISTINTOS -> 10 X DISEÑO</p> <p>Muchas gracias por tu preferencia!</p> <p>CONDICIONES DE SERVICIO</p> <ul style="list-style-type: none"> En caso de requerir el encargo para una fecha específica, por favor dar aviso ANTES de realizar la transferencia Desde el momento en que se realiza el abono del pedido, usted tiene hasta 7 días para enviar los archivos. Si pasado los 7 días no recibe los archivos, su pedido se moverá de grado de importancia y su fecha de entrega cambiará El tiempo de entrega dependerá de la cantidad y tipo de cosas que le gustaría encargar Encargas cortas (de 1 a 20 cosas en total) tienen un tiempo de producción entre 7 y 15 días hábiles** Encargas largas (de 20 a 70 cosas en total) tienen un tiempo de producción entre 15 a 25 días hábiles** Encargas grandes (de 70 cosas o más) tienen un tiempo de producción entre 30 a 45 días hábiles** <p>(**Días hábiles de Lunes a Sábado)</p>		CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	TAMAÑO	VALOR UNITARIO	TOTAL	10	POSTALES / 2 CARAS / MATTE 300GR**	10x15	\$445	\$22.281	SUBTOTAL				\$22.281	IMPUESTO 18 %				\$4.229	TOTAL				\$26.490
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	TAMAÑO	VALOR UNITARIO	TOTAL																						
10	POSTALES / 2 CARAS / MATTE 300GR**	10x15	\$445	\$22.281																						
SUBTOTAL				\$22.281																						
IMPUESTO 18 %				\$4.229																						
TOTAL				\$26.490																						
LUGAR	Scott Papelería																									
UBICACIÓN	@scottpapeleria																									
VALORES	10x14,7cms couché matte de 260grs																									
VALOR TOTAL	\$10.400																									
LUGAR	Orca trabajadorio																									
UBICACIÓN	San Diego 666, taller 204																									
VALORES	couché semi matte																									
VALOR TOTAL	\$4.760 (Lugar seleccionado)																									

SOPORTES																																																		
PRODUCTO	5 plintos blancos, soporte de los objetos y un stand para sostener el libro.																																																	
LUGAR	Carpintería Gatoamante																																																	
UBICACIÓN	@carpinteriagatoamante																																																	
VALORES	-																																																	
VALOR TOTAL	\$140.000 sin envío																																																	
LUGAR	Taller Mano Viva Chile																																																	
UBICACIÓN	@taller_manoviva																																																	
VALORES	Plintos: \$50.000 c/u Soporte: \$8.000 Pino o terciado																																																	
VALOR TOTAL	\$258.000 sin envío																																																	
LUGAR	Perro de palo																																																	
UBICACIÓN	@perrodepalo																																																	
VALORES	Trabajo: \$80.000 Envío: \$5.000																																																	
VALOR TOTAL	\$85.000																																																	
LUGAR	Carvintero																																																	
UBICACIÓN	@carvintero																																																	
VALORES	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <p>Ciente: JAVIERA MERCADO MORALES</p> <p>Dirección:</p> <p>Comuna:</p> <p>Teléfono:</p> <p>Condición de pago: Pago 1: 10% del total del presupuesto para revisión de fecha de fecha. Pago 2: La diferencia al finalizar el trabajo descontando el Pago 1.</p> <p>Disponibilidad de instalación: Consultar</p> </div> <div style="flex: 1; text-align: center;"> <p>FECHA: 06-07-2022</p>  <p>CARVINTERO</p> </div> </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th>CANT.</th> <th>UBICACIÓN</th> <th>TIPO</th> <th>Ancho (mm)</th> <th>Alto (mm)</th> <th>Prof (mm)</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>EXPO</td> <td>Soporte exposicion 1</td> <td>300</td> <td>1100</td> <td>300</td> <td></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>EXPO</td> <td>Soporte exposicion 2</td> <td>300</td> <td>1000</td> <td>300</td> <td></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>EXPO</td> <td>Soporte exposicion 3</td> <td>300</td> <td>800</td> <td>300</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>EXPO</td> <td>Accesorio Soporte (1,2,3)</td> <td>120</td> <td>190</td> <td>58</td> <td></td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>EXPO</td> <td>Porta Libros 1</td> <td>130</td> <td>200</td> <td>19</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="text-align: right;">TOTAL A PAGAR</td> <td>CLP 190.000</td> </tr> </tbody> </table>	CANT.	UBICACIÓN	TIPO	Ancho (mm)	Alto (mm)	Prof (mm)	TOTAL	1	EXPO	Soporte exposicion 1	300	1100	300		1	EXPO	Soporte exposicion 2	300	1000	300		1	EXPO	Soporte exposicion 3	300	800	300		3	EXPO	Accesorio Soporte (1,2,3)	120	190	58		1	EXPO	Porta Libros 1	130	200	19		TOTAL A PAGAR						CLP 190.000
CANT.	UBICACIÓN	TIPO	Ancho (mm)	Alto (mm)	Prof (mm)	TOTAL																																												
1	EXPO	Soporte exposicion 1	300	1100	300																																													
1	EXPO	Soporte exposicion 2	300	1000	300																																													
1	EXPO	Soporte exposicion 3	300	800	300																																													
3	EXPO	Accesorio Soporte (1,2,3)	120	190	58																																													
1	EXPO	Porta Libros 1	130	200	19																																													
TOTAL A PAGAR						CLP 190.000																																												
VALOR TOTAL	\$190.000																																																	
LUGAR	Cerro añil taller																																																	
UBICACIÓN	@Cerroanil.taller																																																	
VALORES																																																		

VALOR TOTAL	\$100.000
LUGAR	Taller Menhir
UBICACIÓN	@Tallermenhir
VALORES	
VALOR TOTAL	\$140.900 con envío (Lugar seleccionado)
LUGAR	Taller Kemadera
UBICACIÓN	@taller_kemadera
VALORES	Trabajo: \$150.000 Envío: \$35.000
VALOR TOTAL	\$185.000
LUGAR	Patricio Herman
UBICACIÓN	-
VALORES	Plinto: \$30.000 Soporte: \$10.000 Soporte libro: \$0
VALOR TOTAL	\$200.000 sin envío
IMPRESIONES	
PRODUCTO	5 ampliaciones de 40x50 de las fotografías y 10 impresiones de gráficas en 20x25
LUGAR	Migo
UBICACIÓN	Las Azucenas 2997, Providencia
VALORES	Ampliaciones 40x50 = \$13.100 20x25 = 2300
VALOR TOTAL	\$88.500

LUGAR	Láser Complot
UBICACIÓN	José Ramón Gutiérrez 32
VALORES	4x50 = \$4.750 c/u, impresión full tinta en alta resolución papel de 160grs 20x25 = \$1.500 c/u, impresión alta resolución en papel de 160grs
VALOR TOTAL	\$38.750 (Lugar seleccionado)
EMPLACADOS	
PRODUCTO	Emplacados gráficas de texto introductorio y de cierre, formato a2, montado en foam blanco de 5mm
LUGAR	Láser Complot
UBICACIÓN	José Ramón Gutiérrez 32
VALORES	\$8.100 c/u
VALOR TOTAL	\$16.200

7.2 REFERENCIAS

Ávila, N. (2015). Aproximaciones desde la semiótica de la cultura a la dimensión comunicativa del espacio museográfico. *Intervención (México DF)*, 6(11), 15-24.

Bauman, Z. (2012). *Vida de consumo*. Fondo de cultura económica.

Brown, G. (1895). *The principles of Museum Administration*.

Castro, L. (2018). El guion museológico, una herramienta para la seducción. *RdM. Revista de Museología: Publicación científica al servicio de la comunidad museológica*, (71), 74-83.

Chapman, J. (2015). *Emotionally durable design: objects, experiences and empathy*. Routledge.

Errázuriz et al. (2020). Fundamentos Teórico-Conceptuales y Estado del Arte que sustentan la propuesta.

Fernández, A. (2001). *Museología y museografía*. Barcelona: Ediciones del Serbal.

Flusser, V. (1993). El diseño: un obstáculo para eliminar obstáculos. Capítulo 9 en "Filosofía del diseño".

Foster, H. (2004). *Diseño y delito*. Ediciones Akal.

Frascara, J. (2011). *¿Qué es el diseño de información?*. Ediciones Infinito.

Fromm, E. (1964). *Psicoanálisis de la sociedad contemporánea: hacia una sociedad sana*. Fondo de cultura económica.

Giraldo, L. F., & Wells, G. B. (2019). Re-definiendo la sostenibilidad desde una perspectiva situada: desafíos de museos comunitarios del sur de Chile. *Polis. Revista Latinoamericana*, (53).

Greenpeace. (2016). *Reciclar no es suficiente. La gestión de residuos de envases plásticos en España*.

Holloway, J., & Sergi, V. (2010). *Crack capitalism (Vol. 40)*. London: Pluto Press.

ICOM. (2017). *Código de deontología para los museos*.

ICOM. (2020). *224 years of defining the museum*.

ICOM. (s.f). *Definición de Museo*. Icom. Museum.

ICOM. (s.f). *Misiones y objetivos*. ICOM.

Jacob, R. (2017). *Afectividad y diseño: Aquello que esperamos de las cosas*.

Klein, N. (2007). *La doctrina del shock. El auge del capitalismo del desastre*. Buenos Aires. Paidós.

Kopytoff, I. (1986). La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso. Capítulo 2 en "La vida de las cosas" de Arjun Appadurai.

Latouche, S. (2018). *Hecho para tirar: la irracionalidad de la obsolescencia programada*. Ediciones Octaedro.

Lazard, A., & Atkinson, L. (2015). Putting environmental infographics center stage: The role of visuals at the elaboration likelihood model's critical point of persuasion. *Science Communication*, 37(1), 6-33.

Linarez, J. (2008). El museo, la museología y la fuente de información museística. *Acimed*, 17(4), 0-0.

Lorente, J. (2015). Estrategias museográficas actuales relacionadas con la museología crítica. *Complutum*, 26(2), 111-120.

Ministerio del Medio Ambiente. (2020). Informe del estado del Medio Ambiente. Ministerio del Medio Ambiente.

Mugge R. (2007). *Product Attachment*.

Potter et al. (2014). Detecting meaning in RSVP at 13 ms per picture. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 76(2), 270-279.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP). (2018). *Single-use plastics: A roadmap for sustainability*.

Quintana, A. y Montgomery, W. (2006). *Psicología: Tópicos de actualidad*. Lima: UNMSM.

Real Academia Española. (s.f). *Museo*. En *Diccionario de la lengua española*.

Real Academia Española. (s.f). *Sustentable*. En *Diccionario de la lengua española*.

Roca, J. (1987). Proceso de concepción y realización de un proyecto Museográfico.

Scheiner, T. (2008). El mundo en las manos: museos y museología en la sociedad globalizada. *Cuicuilco*, 15(44), 17-36.

Schultz et al. (1989). These are a Few of My Favorite Things: Towards an explication of attachment as a Consumer Behavior Construct.

Subdirección Nacional de Museos. (2021).

Panorama de los museos en Chile: Reporte 2021. Santiago de Chile. Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Téllez, C. (2002). *Museología y patrimonio: una propuesta de educación interactiva tangible*. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales-Universidad Nacional de Jujuy, (18).

The Minderoo Foundation. (2021) *The plastic waste makers index: Revealing the source of the single-use plastic crisis*.

Wallendorf, M. y Arnould, E. (1988). My favorite things: A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness, and Social Linkage. *Journal of Consumer Research*, 14(4), 531-547.

Wolff, T. (2016). Pensamientos sobre la representación de la memoria traumática en el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos (MMDH), Santiago de Chile, Chile. *Intervención (México DF)*, 7(13), 61-73.

Yopo, M. (2013). Individualización en Chile: Individuo y sociedad en las transformaciones culturales recientes. *Psicoperspectivas*, 12(2), 4-15.

