

Laju

Luminarias artesanales parametrizadas





Autor: **María José Ureta Lira**
Profesor Guía: **Alejandro Durán**

«Laju: línea de luminarias artesanales parametrizadas»

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñadora.

Septiembre 2019. Santiago, Chile



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATOLICA
DE CHILE

DISEÑO|UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



Me gustaría agradecer a Alejandro Durán por su apoyo durante este proceso.

A Juanita Muñoz, por compartir conmigo su dedicación, talento y conocimiento en la artesanía en paja, haciendo este proyecto posible.

A toda mi familia por apoyarme y ayudarme a lo largo de mi carrera.

Y por último agradecer a mi papá, por transmitirme la admiración y afecto por el campo chileno, sus paisajes y tradiciones.

Motivación Personal

Desde que tengo memoria, he crecido comprendiendo el campo y su gente; sus tiempos y ritmos; sus bondades y tradiciones. Un paisaje tranquilo que deja apreciar detalles, da tiempo de observar y aprender de la naturaleza, sus sonidos, colores y texturas.

Siempre he utilizado mis manos como herramientas, trabajando desde temprana edad distintos materiales que encontraba ahí, como la greda de Pomaire, o las semillas de eucalipto, flores, hojas, plumas, piedras, y otros tesoros que recolectaba en mis caminatas y exploraciones.

A diferencia de los huasos de mi familia quienes disfrutaban arriba del caballo y en la medialuna, mi interés recaía en otros aspectos de esa tradición, observando los diseños textiles de las mantas, trabajo de las espuelas, detalles de los estribos, y las trenzas de las riendas y las finas chupallas.

Esta carrera me ha enseñado a darle valor, sentido y un relato a las cosas a través del diseño, y ese fue mi desafío al ver que muchas de estas tradiciones se están perdiendo junto a sus artesanías, las historias y personas detrás de ellas.



Contenidos

LAP	8
Introducción	10
1. Del campo al objeto	14
El campo	16
El objeto	18
2. Renovar la artesanía	24
Diseño y territorio	26
Valores y usos de la artesanía	28
Artesanía y Diseño	30
Diseño paramétrico	32
Correspondencia crossmodal	34
3. Estado del Arte	38
Antecedentes	40
Referentes	42
4. Formulación	46
Oportunidad de diseño	48
LAP	50
Formulación	52
Contexto de implementación	54
5. Desarrollo del proyecto	58
Tendencias	60
Usuario y bases	62
Metodología LAP	64
6. Laju	74
Propuesta final	78
Planimetrías y materiales	82
7. Identidad	86
Diseño gráfico	88
Packaging	90
Folleto	92
8. Plan de implementación	96
Costos	98
Financiamiento	99
Modelo de negocio	100
Difusión	102
Proyecciones	106
9. Conclusiones	110
10. Bibliografía	114
11. Anexos	120

Introducción

Las artesanías nacen como respuesta a necesidades funcionales, rituales o estéticas, y sus significados pueden verse afectados por el paso del tiempo. A lo largo de Chile, muchas manifestaciones nos muestran la utilización de estos materiales como una expresión de la adaptación del hombre a su medio y de su capacidad de crear a partir de lo que está a su alcance para satisfacer sus necesidades, fundiendo lo práctico y lo estético en un solo objeto (Larraín et.al, 1993, p.14). La Artesanía, junto con manifestaciones tradicionales de otro tipo como las orales, musicales o rituales, entre otras, es considerada parte del Patrimonio Cultural, prisma bajo el cual ha merecido una categoría particular de preocupación durante los últimos años (Rodríguez, Alfaro, Albornoz & Ceballos, 2008, p.32). La Unesco indica que la artesanía es la manifestación más tangible de este patrimonio, y que la labor de salvaguardia debe concentrarse en alentar a los artesanos a que continúen haciendo sus productos y transmitiendo sus conocimientos a más personas, en especial en sus comunidades, en lugar de orientarse en la preservación de los objetos artesanales. Es un hecho que la artesanía en la actualidad se ve amenazada por múltiples factores, como explica Rodríguez et.al (2008, p.40):

“Una artesanía puede estar en peligro debido a que se agota la materia prima con que se produce; porque la función original para la que fue creada ha desaparecido; o porque, reemplazadas por productos sustitutos a bajo costo, ya no existe un mercado interesado en utilizarlas. Por las mismas razones, los artesanos que cultivan estos oficios ven disminuidas las posibilidades de continuar con su trabajo, terminando con la línea de transmisión generacional”.

La artesanía se enmarca en un territorio específico; en el caso de la cestería en cuecha, principalmente la chupalla, se sitúa en los valles centrales de Chile: Maule, Colchagua e Itata (Nuñez & Lacoste, 2017). Estos valles cuentan con una actividad económica y turística en torno al vino, y poseen una identidad criolla que dicta sus artesanías y vida rural. Las trenzas de paja como las llaman en La Lajuela, o cuechas, como se conocen en Ninhue, son la base para el cosido en espiral o telar que da paso a múltiples productos como bolsos, aros y cojines; pero a uno especialmente tradicional, la chupalla. Esta sigue siendo utilizada en las zonas rurales, en eventos de rodeo o desfiles, principalmente por personas con afinidad a la cultura huasa. Pero su usabilidad está restringida a su mundo y sus usos locales, y su venta disminuye debido a la competencia y réplicas baratas, además de la menor disposición a ser usadas, especialmente por aquellas personas distantes a esta cultura. La innovación en los productos existentes es muy poca, son objetos sin rasgos identitarios que los hagan únicos, teniendo competencia de objetos similares a bajo costo, como ratifica lo expuesto por Rodríguez anteriormente. La artesanía sigue siendo predominantemente una actividad moldeada en la matriz rural, mientras su mercado cada vez es más urbano y global (Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A & UNESCO, 2005, p.4). Cada vez son menos los jóvenes que aprenden este oficio, y los adultos que continúan haciéndolo dedican tiempo a otras labores más rentables como, por ejemplo, la cosecha de frutas. “Sus bancos de datos están en sus mentes y en la punta de sus dedos. Por ello, existe el peligro real de que dibujos, diseños y tradiciones mueran debido a los cambios, a la poca utilización o incluso a la muerte del artesano o grupo artesanal familiar” (Craft Revival Trust et.al, 2005, p.5). El desafío actual es poner en valor y difundir esas creaciones más allá de nuestras fronteras, para que sean sustentables, reconociendo su contribución a nuestra imagen de nación rica en su diversidad (Salazar & Castillo, 2013, p.9). El diseño puede contribuir tanto en el proceso productivo como en el objeto y su significado, sin dejar de lado las materialidades y técnicas tradicionales, creando así objetos innovadores y resguardadores de la tradición, diversificando la oferta de artesanías de excelencia que actualmente se restringe principalmente a la chupalla tradicional fina. “Así pues, los diseñadores son un interfaz entre la tradición y la modernidad, que ayudan a unir la producción artesanal a las necesidades de la vida moderna” (Craft Revival Trust et.al, 2005, p.4).

“Nos abocamos en este proyecto específicamente la cestería, entendiéndola como el arte de tejer mimbres, juncos, varillas de sauce, pajas, totoras, palmas, o cualquier madera flexible que sirva para elaborar objetos de carácter utilitario y decorativo” (González, 2014, p.10).

Mural encontrado en la ciudad de Santa Cruz.
Imagen retocada y vectorizada para utilizar en
la portada con la autorización de su creador,
el muralista Ronald Pérez.
Av. Orlandi, Santa Cruz, Chile.



Mural "Artesanía paja teatina" por Ronald Pérez. Elaboración personal 2018

1. Del campo al objeto



Valle de Colchagua por Teresita Ovalle 2019

Colchagua: tanto la actividad agrícola de las viñas y el trigo, y la artesanal, son muy importantes y conviven en este valle.

El campo

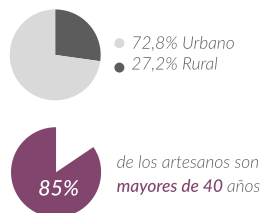


Figura 1 y 2. Localidad de procedencia y edad de los artesanos (elaboración personal en base a SIRENA 2011).

En Chile el 27% de los artesanos se encuentra en zonas rurales, lo que refleja la migración de estas personas a las zonas urbanas, donde está el 72,8% de la actividad artesanal. Por otro lado, el 85% de los artesanos tiene mas de 40 años, y el mayor porcentaje (35%) se centra entre los 51 y 60 años de edad. Esto es un indicador del casi inexistente interés de los jóvenes por continuar con estos oficios, lo que los pone en peligro de extinguirse en un mediano plazo.

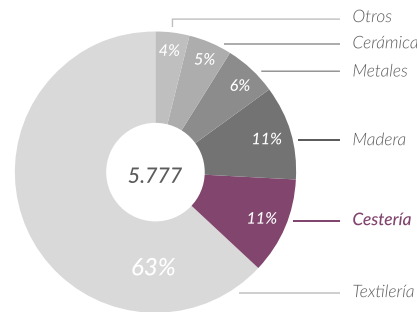


Figura 3. Gráfico nº de artesanos y especialidad (elaboración personal en base a INDAP 2015).

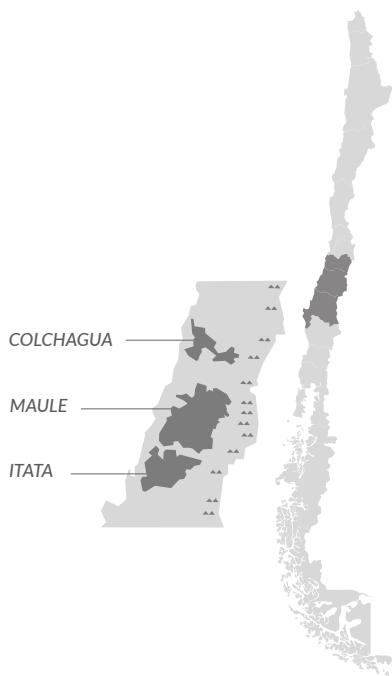


Figura 4. Chile y sus valles centrales (elaboración personal 2018)

Son cada vez menos los artesanos en nuestro país, y del total, tan solo un 11% se dedica a la cestería (figura 3), dentro de esta podemos encontrar distintos tipos como cestería en totora en la zona norte, mimbre en el centro, o ñocha hacia el sur. En los valles centrales se realiza la cestería en paja de trigo, para hacer sombreros y otros accesorios, siendo el más tradicional y común la chupalla de huaso. “Las chupallas han generado una activa artesanía, que actualmente se elabora en los talleres de los valles de Colchagua, Maule e Itata” (Nuñez & Lacoste, 2017). Esta es la principal artesanía de estos valles, pero está en peligro de desaparecer debido a múltiples factores, entre ellos la disminución de la venta de chupallas, y el poco interés de los jóvenes en aprender los oficios de sus padres. La artesanía en paja de trigo (o paja teatina, en algunas localidades) se elabora principalmente en Santa Cruz, La Lajuela, San Pedro de Alcántara, Cutemo, Chillán y Ninhue. Estos valles centrales de Chile, son portadores de nuestra cultura criolla y huasa, donde las zonas rurales siguen siendo guardianes de tradiciones y grandes atractivos para el turismo nacional e internacional. En sus tierras crece la vid y el trigo, y otras especies que nutren sus tradiciones y paisaje cultural; las principales actividades son la agricultura, la artesanía, y el turismo en torno al vino. En el valle del Itata por ejemplo, los agricultores trabajan en forma familiar o en mediería, sus principales productos son el trigo para consumo familiar y la vid vinífera para comercio, siembran entre un cuarto y una hectárea de trigo para la producción de paja para tejer las cuelchas (Chupallas y cuelchas, 2018).

La artesanía es una de sus principales actividades económicas, muchas familias viven de ella como principal fuente de ingreso. Gracias a esto las nuevas generaciones han estudiado carreras profesionales y técnicas, en las que sus padres con esfuerzo han invertido, generando esto una migración desde las zonas rurales hacia las ciudades. Los jóvenes ya no se dedican a la artesanía, y muchos de los adultos prefieren dedicarse a actividades rurales que les pagan mejor, como cosechar frutas de la temporada.

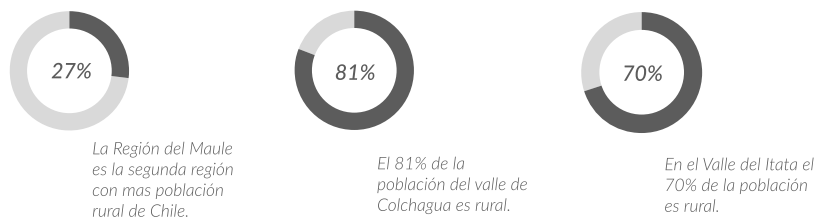


Figura 5. Gráficos población rural por sector (elaboración personal en base a INE censo 2017 y chupallasycuelchas.cl).

Variedades de trigo para la artesanía: Las mejores son de entrenudo superior largo, diámetro delgado, de color parejo, flexible y firme: Oregon, Milufen, Colorado, Milquinientos, Furfulla y Carrera, entre otras (Chupallasycuelchas.cl).

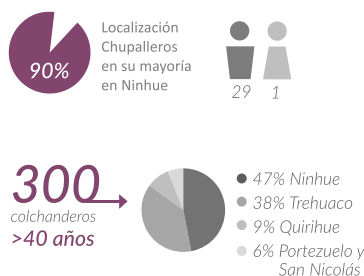


Figura 6. Artesanos en paja del Valle del Itata (elaboración personal en base a chupallasycuelchas.cl, y entrevista Marcela Parra, 2018).



Figura 7. Artesanos Valle de Colchagua (elaboración personal en base a entrevista de Juanita Muñoz 2018).

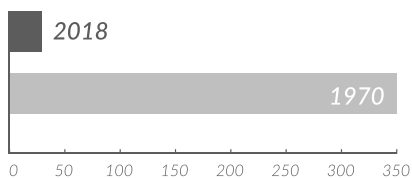


Figura 8. Talleres en funcionamiento en el Valle Itata (elaboración personal en base a datos de Revista El Campo 2018).

Estos artesanos corresponden al Perfil 2 de la clasificación SIRENA 2011, practican la artesanía tradicional adquirida de sus madres y/o padres. No pertenecen significativamente a algún grupo indígena y se ubican en la macro zona centro-sur.

Chile es un gran productor de vino con 18 valles vitivinícolas, y los tres señalados en el mapa (figura 4) son muy importantes. Colchagua se ha transformado en una de las regiones vitivinícolas más grandes y activas del país, sus principales cepas son el Cabernet Sauvignon, Syrah y Carmenere. Esta última cepa se redescubrió en 1994 en la viña Carmen, perteneciente a Santa Rita, luego de erradicarse en Francia por una peste. Esta se ha convertido en la variedad nacional y donde más está plantada es en Colchagua, sede de la Conferencia Mundial de Turismo Enológico 2019 (Santa Cruz). El Valle del Maule, ubicado en la VII región, es la región vitivinícola más grande de Chile, y sus principales cepas son el Cabernet Sauvignon, Carmenere y Merlot. Y más abajo se encuentra el Valle del Itata, la región vitivinícola más antigua del país (450 años), destacando la cepa País, Moscatel de Alejandría, y Cabernet Sauvignon. La principal actividad de estos valles es la agronomía (cultivos como berries, maíz, trigo, y principalmente viñedos), generando el enoturismo, con el cual se potencia la hotelería y gastronomía chilena. También hay una salvaguardia patrimonial, en especial de actividades culturales, fiestas costumbristas, como la Fiesta de la Vendimia o la Trilla a Yegua Suelta, y la conservación de la historia en lugares como la Cuna de Prat en Ninhue o el museo de Santa Cruz. Los valles del Maule y Colchagua son cercanos a Santiago, por lo que es fácil visitar por el día. El valle del Itata es cercano a Chillán, centro turístico en torno al volcán y sus actividades deportivas, desde ahí a menos de una hora se puede recorrer la ruta del vino y localidades rurales. En estos valles todavía existen artesanos vendiendo sus productos y aún se puede encontrar a una mujer trenzando la paja en la orilla del camino.

El producto artesanal de excelencia son las chupallas, y existen de diferentes precios según el grosor de las pajas, estos varían entre los 7 y 240 mil pesos. Estas ventas han disminuido; ahora el que usa chupalla es el huaso que corre en rodeo y le gusta vestirse de huaso, la gente de campo ya no está comprando chupallas, usa más jockey y una especie de chupalla hecha en China, dice el chupallero Ovidio Parra (Guerra, 2018). Paula Caro, colchandera, señala que antes un chupallero pasaba hasta dos veces al día comprando cuelchas, y ha habido un cambio brusco de frecuencia. Marcela Parra, joven profesional hija de colchandera y chupallero, cuenta cómo su papá vendía a uno de los supermercados más grandes del país, y el año 2000 dejaron de comprarle porque trajeron chupallas chinas, “y frente a esos precios no hubo como competir” (Villalobos, 2018, p.46).

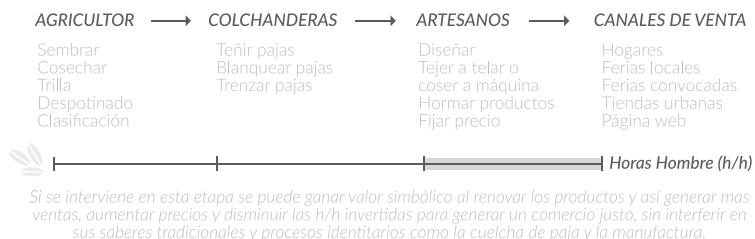


Figura 9. Mapa de actores (elaboración personal en base a levantamiento etnográfico octubre 2018).

En el Itata han cerrado alrededor de 320 talleres desde los años 70. En Colchagua es similar cuenta en una entrevista Juanita Muñoz, quien junto a su marido Jaime Muñoz, tienen una tienda en Santa Cruz de artesanías: “yo a esta artesanía le veo a reventar unos diez años más que perdure” (2018). Lo mismo afirma Ovidio Parra, quien pertenece con 12 miembros a la cooperativa de chupallas de Ninhue y Cuelchas del Itata, “yo no le doy más de 10 años a esto. Hay chupalleros que están enfermos y no van a coser más. Somos todos ya de edad. No hay artesanos con menos de 40 años” (Guerra, 2018).

El objeto

La base para las artesanías en paja que se generan en estas zonas son las trenzas de paja o cuelchas, hechas a partir de finas varas de fibra. Estas fibras se obtienen de dos formas: la primera es la paja teatina, una maleza que crece de forma natural y ha sido sobre explotada para generar artesanías en el Valle de Colchagua, y por otro lado está la paja de trigo, sembrada principalmente en el Valle del Itata. Pero las variedades tradicionales han sido reemplazadas por modernas más contundentes en grano y de mala calidad para la artesanía. Paola Silva (agronoma de la U. De Chile) con un equipo interdisciplinario comenzaron el proyecto FIA (2016-2018) a través de la U. De Chile, junto a agricultores y colchanderas del Itata para identificar y transmitir a los artesanos cuáles son las variedades de trigo mas aptas para el trenzado (clasificándolas en 5 grosores), la conservación del saber de las colchanderas y la diversificación de productos que pueden hacer.

Un objeto de paja es el resultado de una gran cadena. El primer paso para comenzar esta cadena es la siembra del trigo entre mayo y enero, y la cosecha se realiza manualmente con la echona, para luego sacar las malezas y trillar. Hasta mayo, cuando la paja está quebradiza, realizan el “despotinado” limpiando así las varitas, para clasificarlas según los distintos grosores o calibres. La paja limpia y seleccionada primero se blanquea, y en algunos casos se tiñe con anilina o quintral (maleza que crece de forma natural en la zona). Después la paja se remoja para lograr mayor flexibilidad al trenzarla. Luego de trenzarse, se pueden tejer en telar o coser a máquina. Este último, es el caso de las chupallas, donde se cose la “clocha” -primer nombre que toma este sombrero antes de ser hormado- esta se plancha con vapor sobre la horma, y se encola. Una vez secas, se colocan las últimas terminaciones y están listas para venderse. Estas artesanías se venden principalmente en sus talleres, plazas, tiendas artesanales y ferias, en las cuales muestran sus creaciones fuera de sus valles.

Una chupalla fina requiere 90 metros aproximadamente de cuelchas, solo el trenzado de estas son más de 60 horas (Guerra,2018). Precio referencia chupalla fina: desde \$90.000 - \$240.000.



Pajas de trigo despotinadas y clasificadas en distintos calibres.



Pajas de trigo color natural blanqueadas y racimo oscuro teñido con quintral antes de trenzar.

Taller Ismael Palma - Ninhue. Elaboración personal 2018



Trenzas enrolladas con distintas combinaciones de color, para luego limpiar y aplanar.



Trenzas con pajas de distintos grosores y puntos aplanadas, listas para vender o coser.



Enjambre de trenzas de 4 pajas blanqueadas, antes de ser limpiadas y aplanadas. Al fondo se ven las distintas hormas para la cabeza de las chupallas.



Clocha en proceso donde se observa el cosido en espiral de una cuelcha fina de 4 pajas.



Máquina de coser modelo "Anita", muy común en el valle del Itata.



Estructura para darle horma a los sombreros y chupallas.



Proceso de hormado y planchado con vapor de la clocha.

Taller Alex Palma - Ninhue. Elaboración personal 2018



Chupallas encoladas secándose al sol fuera del taller.



Señora de Alex Palma haciendo las terminaciones de la chupalla, cosiendo el taflete y cinta.



Álex Palma regalando una cuelcha luego de hacer un recorrido explicativo por su taller.

Taller Alex Palma - Ninhue. Elaboración personal 2018



"Cuelchus" taller Dima Caviedes, Sta. Cruz. Elaboración personal 2018.

Diseño y territorio
Valores de uso de la artesanía
Artesanía y diseño
Diseño paramétrico
Correspondencia Crossmodal

2. Renovar la artesanía

*¿Cómo podemos renovar la artesanía?
¿Es pertinente hacerlo?*



"Artesanía en paja" Elaboración personal 2018

Diseño y territorio

Según Álvarez y Rendón, los territorios no son un factor de competitividad en sí mismos, más bien cuentan con potencialidades que pueden o no ser aprovechadas, según las decisiones políticas que se tomen (2010, p.58).

Paisaje Cultural: territorio donde acontece la escena de producción cultural, que se constituye en el universo portador del sentido colectivo a través de la experiencia de arraigo de sus habitantes (Navarrete, 2016).

En la artesanía, un territorio puede ser aprovechado y explotado según su clima, actividad económica, recursos naturales, materias primas e imaginarios que nacen de la interacción con la naturaleza en función de su entorno, nutriendo así lo producido como una expresión de la adaptación del hombre a su medio. De este modo, pasa a ser un elemento clave en el patrimonio cultural, definiéndose como *paisaje cultural*. Un pilar del Sello de Excelencia -reconocimiento a la artesanía- es la sustentabilidad y comerciabilidad, lo que se hace cargo del respeto del medioambiente en cuanto a la obtención y uso de materias primas, junto con las técnicas, materiales, reciclajes o procesos de producción (Salazar & Castillo, 2013, p.42). La artesanía tiene una estrecha relación con el territorio y brinda la posibilidad de innovar y desarrollarse como comunidades ligadas a un lugar específico. Para la División de Innovación del Ministerio de Economía, el desafío más significativo consiste en “modificar paulatinamente la base productiva, basada en la producción y exportación de *commodities*, hacia otra capaz de crear riqueza y bienestar a partir del conocimiento y talento de las personas, es decir, la capacidad de analizar, investigar, diseñar, emprender e innovar” (División de Innovación del Ministerio de Economía, 2009, p.7). Según Porter (2008), economista de Harvard, Chile necesita pasar a un capítulo en el cual tomen el liderazgo las compañías, la innovación, servicios, la educación, la tecnología, *clusters* y las comunidades locales. Las comunidades artesanales son “comunidades productivas”, un gran potencial para el desarrollo local ya que cuentan con las características para ello:

“Estas comunidades generalmente están asentadas en lugares que poseen un patrimonio natural cautivante, tienen historia, tradiciones, creencias, entre otros contenidos culturales, que cuentan con un enorme potencial en la agregación de valor de sus productos y servicios” (Mollenhauer & Hormazábal, 2013, p.73).

Pero ¿por qué esto no sucede de forma automática y natural? Mollenhauer & Hormazábal (2013) explican que esta perspectiva generalmente no es apreciada por las comunidades locales, ya que están habituadas a observar el patrimonio natural y cultural, como un sistema cotidiano de existencia y no como una fuente de valor, con capacidades de creación y agregación de valor. Los autores presentan el “design-driven” como una de las estrategias más utilizadas para el desarrollo local; esta es una renovación de significado que reemplaza el valor económico por el valor-significado que las personas atribuyen a la identidad

del territorio y a su patrimonio local. De esta forma, la artesanía puede nutrirse del diseño, dándole valor a la experiencia de consumo o turística. “El carácter tradicional de las piezas artesanales que evidencian rasgos propios de un territorio forma parte del imaginario colectivo, ya sea en el diseño, o bien, en las técnicas utilizadas, las que van asociadas al valor de la autenticidad y del patrimonio inmaterial” (Salazar & Castillo, 2013, p.37).

El uso de lo que la naturaleza provee para cubrir nuestras necesidades ha estado presente desde los comienzos de la humanidad. A lo largo de la historia, los colores de las tinturas fueron obtenidos del entorno natural proporcionando una gama de colores inmensa, hasta que en el S.XIX William Henry Perkin inventó la tintura sintética o anilina; debido a su introducción masiva al mercado, se fue perdiendo la tradición natural (Infante, 2017). Pero lo natural y las imperfecciones de lo artesanal le dan una esencia particular al objeto, un alma, y muchos creadores comienzan a darse cuenta de la necesidad de identificarse, de cada territorio de revivir las condiciones propias y la historia que tiene cada uno de ellos (Guzmán, 2019). En Chile, los aymaras y mapuches teñían con las especies naturales que recolectaban o intercambiaban. En la muestra “Memorias del color en el arte textil aymara y mapuche”, realizada por Artesanías de Chile, se evidencia una paleta de colores obtenida con especies endémicas de las regiones donde se desarrollaron estas culturas. Hoy existe un reconocimiento en el valor de uso de tintes naturales en la artesanía, “(...) tanto tejedores como tintoreros reconocen sus ventajas. Por un lado, por un renovado orgullo local, y por otro porque sus compradores, principalmente turistas, prefieren los tonos provenientes de la naturaleza por la relación que tienen éstas con el territorio visitado” (Infante, 2017). Esto implica entender el equilibrio y ciclos de la naturaleza, que como civilización, hemos dejado tan olvidados; la tintura natural más que una técnica, es una alquimia de botánica y estética que nos hace entender y cuidar el entorno que nos rodea y las posibilidades que este nos da (ibíd). En el último tiempo se ha creado conciencia de esta economía circular debido a la contaminación y el cambio climático, lo que ha generado un aumento en el interés por las técnicas naturales. El proyecto Tinte Austral realizado en el año 2014, desarrolló estudios etnobotánicos con tintoreros en Aysén y la Región de los Ríos, recopilando tonalidades y colores propios de la zona para su incorporación a las artesanías locales. Se puede afirmar que, como una respuesta a la globalización e industrialización, ha renacido en algunas personas la valoración de lo local y lo artesanal. Es así como el uso de tintes naturales lo promueve y refleja una identidad natural de la zona.



La Lajuela. Elaboración personal 2019

A pocos kilómetros de Santa Cruz se ubica la localidad de La Lajuela, donde las artesanas trenzan las pajas y cosen los sombreros, chupallas y otras artesanías.

Valores de uso de la artesanía

La cestería nace en el Mesolítico (12.000 a.C.) con fines utilitarios de transportar y conservar semillas, cereales, frutas y vegetales. Se elaboraban contenedores con una técnica muy rústica de diversos entrecruces de fibras (Hormazábal, 2014,p.20). La funcionalidad era el principal objetivo, pero luego surgieron símbolos y motivos dentro de la visualidad del objeto (ibíd.)

“Esto muestra la aparición de la necesidad de una estética asociada, volviéndonos hacia una dualidad entre estética y función, donde los objetos construidos con fibras vegetales tienen un uso práctico, pero también es muy importante en ellos la forma, los diseños y colores. Estos aspectos develan parte del mundo simbólico del grupo cultural que los produce” (Hormazabal, 2014, p.21).

La artesanía ha sufrido un proceso de revalorización, al pasar de ser un objeto con valor utilitario en la cultura popular, principalmente rural, a uno con valor de cambio, al salir y situarse en el contexto moderno donde se valora como un bien exótico, rústico, único o autóctono (Leyton, 2005, p.9). Hormazábal (2014) explica que cuando lo contemporáneo invade espacios rurales, la cestería y otras artesanías comienzan a perder su carácter funcional, y se transforman en objetos de arte con un valor comercial. Actualmente las artesanías son utilizadas para adornar ambientes, en los espacios contemporáneos suelen actuar de elementos compensadores de la antinomia moderna (Sato, 2001, p.38). Muchas veces, debido a esto, no interesan mayormente sus orígenes indígenas ni su función originaria, lo que se refleja en la imitación de artesanías locales e importación de ellas, y su éxito y preferencia por los consumidores al ser más económicas. Pero, por otro lado, como señala Michel de Certeau, en la globalización hay una ansiedad por la diferencia, constituye una práctica de reapropiación del usuario, donde la función enmascara el valor simbólico del producto (Sato, 2001, p.38). La antropóloga Bárbara Velasco (2019), menciona que en los años 70 hubo una crisis con respecto a lo hecho a mano, y lo industrial pasó a ser mejor porque la falla estaba asociada a lo manual; en la actualidad vuelve lo hecho a mano como excelencia y calidad, a diferencia de los productos chinos, lo desechable y la obsolescencia programada. La industria lo que trata de hacer es estandarizar los objetos, y la artesanía los llena de memoria y de contenido simbólico, ¿cómo se le devuelve ese contenido a ese objeto? Es lo que le da la identidad, lo que le da el paisaje y es lo que le da el territorio (Velasco, 2019). Si antes la artesanía era funcional y formaba parte de una cultura de vida, hoy debemos llevarla a lo contemporáneo, dándole un valor simbólico que la diferencie. Así lo resumen Salazar & Castillo (2013, p.37):

“(…) Es sabido que dentro de los elementos de valoración para este tipo de objetos se cuenta cada vez más su evolución y, especialmente, la vigencia o utilidad que estos puedan tener en la vida moderna. Es decir, la artesanía no debe ser una obra de museo, sino que más bien debe estar en permanente adaptación, ello con el único fin de mantener su sentido de existencia, el que va asociado a un uso y a una función, no sólo utilitaria, sino también simbólica e incluso decorativa”.

Las artesanías modifican su significancia a lo largo de la historia, presentando a su vez la capacidad de innovación según cada caso y circunstancia, permitiéndoles así otras funcionalidades o significados, rescatando su valor en la contemporaneidad. “Trascendiendo la curiosidad y certidumbre originarias sobre los modos de hacer, la lógica de un material, las particulares maneras de manipularlas, la ritualidad de los procedimientos y sus potencialidades creativas, constituyen aspectos que podrían permitir una visión renovadora de la artesanía” (Sato, 2001, p.39). Sin embargo, algunas artesanías tradicionales no han logrado revalorizarse, disminuyendo sus ventas y proliferación, como es el caso de las chupallas y cuelchas. Las chupallas que actualmente se elaboran en La Lajuela, Cutemo y Ninhue, entre otros lugares de los valles centrales, son testimonios de un largo proceso histórico-cultural, iniciado hace trescientos años; se trata de productos patrimoniales, de profundo arraigo en la sociedad campesina chilena (Nuñez & Lacoste, 2017). Los españoles, además de traer el trigo, transformando a Chile en un país productor y exportador, introdujeron el uso del sombrero para protegerse del sol. En 1740, ante lo inaccesibles de los sombreros de piel de castor o lana de vicuña, los campesinos crearon sombreros con la paja del trigo. Originalmente, las chupallas eran de carácter rústico, utilitario y de bajo precio, pero la llegada de sombreros de pita y de jipijapa (en la segunda mitad del siglo XVIII) fue un estímulo para el desarrollo de las chupallas chilenas de alta calidad (Nuñez & Lacoste, 2017). Actualmente el uso de la chupalla ha disminuído notablemente debido a la migración -especialmente en jóvenes- del campo a la ciudad, la disminución de la cultura huasa en las nuevas generaciones y también la importación de productos similares y funcionales a bajo costo. Sin embargo, “siempre hay un contingente de personas que, si usan estos objetos y tiene que ver con su forma de vida local, con sus faenas, porque no hay otro sombrero mejor para filtrar el sol que una chupalla” (P. Jélvez, comunicación personal, 2018). Jélvez sostiene que su actual funcionalidad no es que no exista o no se use, es que está, pero restringido a su mundo y sus usos locales. Esta es la principal artesanía en paja fina de trigo o teatina; pero su uso disminuye, y la poca innovación y variedad existente en esta artesanía hace que esté en peligro.



“Chupalla” Elaboración personal 2018

Artesanía y Diseño

El simposio UNESCO/CCI "La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" estableció que:

"Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente" (Filipinas, 1997).

Según la plataforma Chile Artesanía, las artesanías se clasifican en contemporánea, indígena y tradicional, definiendo esta última como las prácticas de oficios que han sido transmitidas por generaciones en una comunidad ligada a un territorio, a un patrimonio y paisaje cultural. Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2016), esta manifiesta una continuidad en determinadas formas que pueden mantenerse en el tiempo, así como también reelaborarse, conservando aquellos elementos que le otorgan identidad y pertenencia. La artesanía tradicional es la principal base y referencia cultural para el desarrollo de la artesanía contemporánea o de innovación, con el motivo de mantener y promover la memoria cultural de una comunidad arraigada en su territorio y paisaje cultural (Chile Artesanía).

En Chile, la cestería es una de las artesanías más antiguas y se vio profundamente afectada con la llegada de los españoles al introducir el trigo y el uso del sombrero, y teniendo una gran repercusión en la artesanía local. Esto se evidencia en "la incorporación de otras materias primas como en el uso de herramientas, maquinarias y en la presencia de maestros que enseñaron nuevos oficios y técnicas (...). Como resultado de esta simbiosis entre las culturas, se produce el nacimiento de nuevos productos" (Larraín et.al, 1993, p.15). En el siglo XX llegan a Chile las máquinas de coser "Anita", que cambiaron la manera manual de coser las trenzas de paja para hacer sombreros, agilizando el proceso e incluyendo la mano de obra masculina. Cambios así hoy son aceptados como "artesanía tradicional". La innovación busca que trabajos con rasgos de autenticidad, integren eficazmente técnicas, procedimientos, materiales y diseños que no les son propios y los enriquecen (Salazar & Castillo, 2013, p.38). Se define innovación como desarrollo, diseño y producción, en una mezcla eficaz y fructífera de lo tradicional y lo contemporáneo, o de la inventiva y el uso creador del material, el diseño y el proceso de producción (Salazar & Castillo, 2013, p.36). En base a esto, se desprende que lo tradicional es relativo al tiempo y al sentido que les haga a los artesanos que lo ejecutan, y la innovación puede ser un aporte que no necesariamente lo pone en peligro.

"Aunque la autenticidad es deseable y valorada, puede llevar a la estandarización, mientras que la continuidad reconoce el recrear continuo de un saber hacer. Desde esta perspectiva, esta caracterización excluirá un enfoque rígido sobre repertorios formales estrictos, privilegiando la flexibilidad y dinamismo que los propios saberes poseen por naturaleza" (Rodríguez et.al, 2008, p.41).

La innovación es relevante en este proceso ya que incide en la valoración de una artesanía, pero ¿cuál es el límite para innovar sin que se pierda lo que lo hace artesanal y auténtico? “El primer contraste acerca de este concepto se produce en la tensión entre lo auténtico de la artesanía y la innovación como una característica que podría alejarla de su origen. Desde esta perspectiva, el peso de la tradición definiría una pieza como artesanía, en la medida en que represente o evoque a una comunidad o territorio determinado, en cuyo caso se transforma en un verdadero desafío incorporar nuevos elementos que le aporten valor y no le resten” (Salazar & Castillo, 2013, p.39).

En el ámbito de la innovación, es clave pensar en la alianza de diseñadores y artesanos. Según Salazar, Guzmán, Oliva & Landa (2011), en Chile, desde los años 90 es habitual pensar en esta alianza estratégica para dar un paso importante en el desarrollo de las artesanías hacia un nuevo nivel de sofisticación. Hay que destacar la colaboración entre artesanos y diseñadores -que basada en el respeto mutuo y el trabajo compartido- revitaliza el oficio, mejora en la calidad de los procesos productivos y la creación de productos adaptados al mercado actual (Salazar et.al, 2011, p.11). Un caso pionero y referente es el trabajo entre el artesano en madera de Villarrica, Héctor Bascuñán, con la arquitecta y diseñadora sueca Anette Fürst, especialista en madera, quienes en 2008 recibieron el Reconocimiento de Excelencia de la Unesco. Bascuñán era artífice de objetos y utensilios prácticos basados en la cultura mapuche, y según el artesano, ahora su obra tiene “un mayor dinamismo dentro del mismo estilo que estaba haciendo” (Salazar et.al 2011, p.29). A partir de este caso se desprende la importancia de tratar al artesano como un socio creativo, no como un trabajador cualificado. El primer antecedente de reconocimiento nacional de esta nueva alianza data del año 2004, cuando el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) y el Programa de Artesanía PUC realizaron en conjunto una convocatoria para la participación de artesanos chilenos al Premio de Artesanía Unesco. Con esta acción entonces, por primera vez, se pudo reconocer a nivel internacional un producto chileno por su “diseño e innovación”, algo que en el ámbito de la cultura resulta fundamental para su fomento y circulación (Salazar & Castillo, 2013, p.17). Desde 2008, ambas entidades mencionadas buscan fomentar el desarrollo, creatividad y valoración de la artesanía a través del Sello de Excelencia, cuyos criterios de excelencia, autenticidad, innovación, sustentabilidad y comerciabilidad son las bases para el caso de este proyecto, el equilibrio entre la artesanía y el diseño.



Pocillo Atravezado, H. Bascuñán, de: chileartesaniaministerio.gob.cl

Diseño Paramétrico

Se define el diseño paramétrico como la abstracción de una idea o concepto, relacionado con los procesos geométricos y matemáticos, que nos permiten manipular con mayor precisión nuestro diseño para llegar a resultados óptimos (A. Molinare, 2011). Según Alexandra Molinare, arquitecta UC, el diseño paramétrico cuenta con cuatro requisitos:

1. Diseñar un proceso y no un resultado.
2. Posibilidad de relacionar variables y parámetros.
3. Resultados paramétricos y/o responsivo a condiciones establecidas.
4. Fabricación digital.

Estos cuatro pilares sustentan la concepción clásica del diseño paramétrico, pero ¿qué pasa si dejamos la fabricación digital de lado? ¿Se sustenta el diseño paramétrico con tres de sus pilares? Decir que sí, plantearía que el diseño paramétrico puede ser análogo, basándose principalmente en la materialidad y las fuerzas a través de máquinas simples que presentan resultados atípicos.

La mezcla entre el control numérico analógico con las técnicas y materiales tradicionales, integrados en un solo proceso en tiempo real, sugiere que el diseño paramétrico no es necesariamente un proceso de fabricación digital, según la plataforma Dis-up (2013). Es así como muchas posturas difieren en cuanto a la fabricación digital como única forma de llevar a cabo el diseño paramétrico, planteando este como una respuesta análoga al diseño de un procedimiento, a través de parámetros y variables que condicionan el resultado. Así lo plantea el estudio chileno de diseño Gt2p (*Great things to people*), en uno de sus proyectos, *Less CPP, Catenary Pottery Printer*, una máquina para la fabricación análoga de alfarería en base a la curva catenaria, donde el proyecto se enfoca en el funcionamiento de la máquina que hace posible los distintos resultados según los parámetros inscritos. Así se manejan distintas variables, cuya combinación da cuenta del resultado.

“Dichas variables pueden ser la gravedad, el peso del líquido, la tensión de la tela, el tamaño y el material, la posición y el número del punto de anclaje XYZ, el límite horizontal para obtener una base plana, la cantidad de fluido para colar, el tiempo de secado, la viscosidad del producto, el tipo de material a utilizar (cerámica, gres, porcelana, etc.), la cantidad de agua, el espesor del material, etc.” (Dis-up, 2013).

Less CPP se basa en el nuevo concepto “más paramétrico, menos digital” ya que se aleja del mundo de la fabricación digital, lo que ayuda a generar diálogos que van desde contextos académicos hasta comunidades de artesanos (Dis-up, 2013). Aquí surge un nuevo punto de atracción: la artesanía y el diseño paramétrico, más bien asociado al paracrafting, alejándose así de una metodología computacional.

Ante esta fusión de lo artesanal y lo paramétrico nacen nuevas interrogantes: ¿cuál es la ventaja de parametrizar la artesanía? Según el estudio de diseño español LN (2018), el diseño paramétrico te ayuda a dejar atrás las formas geométricas más comunes, creando configuraciones orgánicas, continuas y armónicas. Así, al aplicar esta técnica a diferentes escalas, se logran resultados futuristas e inéditos con un recuerdo a las formas de naturaleza. ¿Es posible hacerlo manteniendo su carácter artesanal? Volviendo a la definición de la UNESCO, los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Es decir, si el proceso y resultado pueden llevarse a cabo sin la necesidad de un artesano, esto deja de ser artesanía, es por eso que la parametrización análoga tiene sentido al referirse a una pieza con carácter artesanal. ¿Afecta la replicabilidad al carácter artesanal de la pieza? El artesano es el intermediario entre el concepto y el objeto, y su producto es único, no importa cuántas veces lo haya repetido, porque su carácter artístico no disminuye en la repetición, sino que lo va haciendo más maduro y depurado (Larraín et.al, 1993, p.11). Lo mismo sostiene la UNESCO, señalando que son objetos que se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad, y utilizando materias primas de recursos sostenibles.



Less CPP, Ciz2p, 2014 de: gt2p.com

Correspondencia Crossmodal

La correspondencia crossmodal es un término que define la tendencia de las personas a asociar ciertos estímulos o características a través de los sentidos (Spence, 2011; Spence & Deroy, 2013). Cuando hablamos de un color pesado, un olor dulce, o un sabor fresco, estamos usando conceptos propios de otros sentidos, como adjetivos para dar a entender una sensación. Por ejemplo, una de las correspondencias más conocidas entre forma y sonido es el efecto Bouba-Kiki: la gente asocia las palabras “Bouba” (suave) y “Kiki” (agudo) con formas redondeadas y angulares respectivamente (Wan, Woods, Van den Bosh, McKenzie, Velasco & Spence, 2014). En el ámbito de los perfumes se utiliza mucho esta correspondencia para definir el carácter de un olor ya que es algo difícil de verbalizar, como por ejemplo olores dulces, fuertes, brillantes, o con notas altas. Las experiencias olfativas representan un dominio al que los atributos de las demás modalidades sensoriales como el gusto, el tacto, la audición y la visión, se pueden aplicar de forma natural y fácil (Spence, Deroy, & Crisinel, 2013). El olfato es un ejemplo claro para entender la crossmodalidad en su aplicación y función, “los atributos crossmodales aplicados a los olores, por lo tanto, pueden considerarse como un caso de transferencia metafórica, o como un medio para <entender y experimentar un tipo de cosa en términos de otro>” (Lakoff y Johnson, 2003, p.5).

Pero no solo se aplica al dominio olfativo, sino como explica Spence, Deroy, & Crisinel (2013), también los escritores de alimentos y vinos describen ciertos platos o vinos en términos de notas musicales específicas, estilos o piezas de música. El mundo vitivinícola es toda una experiencia, y a la hora de describir el vino son múltiples las correspondencias que pueden surgir dependiendo el ámbito que se desea explicar, y para lograr describir estas correspondencias, se aplica el concepto de sinestesia. Según la RAE, esta se refiere a una “imagen o sensación subjetiva, propia de un sentido, determinada por otra sensación que afecta a un sentido diferente”; y también puede definirse como “unión de dos imágenes o sensaciones procedentes de diferentes dominios sensoriales”, como en verde chillón.

Son muchos los adjetivos que se utilizan como consenso para describir un vino entre enólogos y personas que estudian sus características. Por ejemplo, se describe un vino como “plano” cuando son vinos “que pasan como si nada” por el paladar (Iglesias, 2016). También se puede definir un vino como nervioso, filoso, profundo, carnoso, balanceado, entre otros adjetivos, para referirse a la consecuencia de un elemento o la mezcla de estos, que le brindan cualidades al vino, como el tanino, la acidez, la cepa, el suelo, la edad de la parra, entre otros.

De la misma forma en que relacionamos conceptos propios de diferentes sentidos, como el gusto o la vista, ¿es posible que podamos relacionar el olfato y el oído? ¿podríamos “escuchar el vino”? (Fernández, 2018). Con el potencial de la música y el proceso de revelar cuales son los ritmos, armonías y timbres que mejor describen un vino, surge “*Wine Loves Music*”, proyecto basado en la sinestesia de sentidos, que con expertos en música, vino y psicología, quieren agregar al vino una composición musical única y exclusiva, como herramienta de marketing para impactar en su público (Fernández, 2018). Este vanguardista proyecto pretende describir musicalmente el carácter de cada vino, demostrando que el vino puede ser maridado no tan solo con comida, sino que con música, derribando las tradicionales barreras que encapsulan este mundo. Siendo el vino un concepto romántico y variado, da múltiples posibilidades para abordar un concepto, en este caso la música. ¿Cómo suena un vino crianza o uno joven? ¿Son distintos los acordes que acompañan un vino blanco o a un espumoso? (Fernández, 2018). Para lograr correspondencia en algo nuevo como es el caso de la música - vino, es necesario hacer alianzas entre disciplinas para poder crear un resultado consistente y congruente.

“Hacer vino es un proceso bastante similar al de la creación artística, y son sus creadores los que de primera mano nos explican la “personalidad” de cada vino, de la bodega, de su cultura, y en última instancia lo que quieren transmitir al consumidor” (Miranda, 2018).



Elaboración personal 2019, en base a catadelvino.com



Manos Juanita Muñoz, Sta. Cruz. Elaboración personal 2019

3. Estado del Arte



Proyecto PET Lamp Colombia de: acdo.es

Antecedentes

Losing my America de Juanita Muñoz (Santa Cruz) + gt2P

Sombrero de Huaso 5ta generación. Scan 3D + Pieza progresiva de reducción poligonal + Robot 3D Craving + Moldeado por calor de una plancha. En este proyecto se mezcla la tradición artesanal con la fabricación digital.



Fuente: gt2p.com

De Ninhue

Luminarias inspiradas en la geografía del lugar que proviene la artesanía, el valle del Itata y sus montañas, fusionando el diseño con la artesanía tradicional de la zona.



Fuente: @deninhue

Trenzados de Cutemu de Sofía Hott, Rocío Schätzke y trenzadoras

Cinturón hecho con paja de trigo en base a cuelchas trenzadas, ganador del reconocimiento de Sello de Excelencia a la Artesanía de Chile 2018.



Fuente: selloexcelencia.cultura.gob.cl

Antecedentes en innovación de productos en paja de trigo, de coautoría entre diseñadores y artesanos.

Fuente: theandeshouse.com



Made in Mimbres por The Andes House

Marca de productos de iluminación en mimbre, fusionando el diseño y la iluminación, con fibras naturales y el trabajo tradicional de los artesanos en mimbre.

Fuente: janieknittedtextiles.com



Luminous de Jane Knitted

Luminarias hechas artesanalmente a partir lana merino en Nottinghamshire, teñidas en tonos azules refiriéndose a la los colores del Mediterráneo.

Fuente: dezeen.com



Egg of Columbus de Valentina Carretta para Seletti

Luminarias hechas a partir de cartón reciclado prensado como el de las cajas de huevo, variando tamaños, proporciones, diámetros y curvaturas.

Antecedentes producción de luminarias sustentables y artesanales en distintos materiales.

Referentes

Fuente: yotzer.com



Faceture de Phil Cuttance

Máquina que permite hacer objetos de resina a través de un molde creado manualmente a partir de una lámina con pliegues triangulares. Tras colocar el molde en la estructura, se vierte el líquido para modelar simulando el proceso industrial del roto-moldeo de forma análoga, resultando un objeto de una pieza, geométrico y único. Referente de transformación mecánica análoga de un objeto.

Fuente: mischertraxler.com



The idea of a tree de Mischer Traxler

Máquina que funciona con energía solar para fabricar objetos a partir de datos obtenidos de la intensidad del sol y un proceso mecánico según las condiciones solares durante el día de producción. La intensidad de luz solar incide en el tono del color y la densidad de capas; y las horas expuestas al sol en la longitud del objeto. Referente al transformar un objeto en base a datos obtenidos de la naturaleza.

Fuente: disup.com



Mapuguaquén de Pablo Ocqueteau & Philine von Düszenl

"Sonido de la Tierra". Altavoz de arcilla inspirado en tinajas de barro tradicionales chilenas. Este combina alfarería ancestral con alta tecnología de audio inalámbrica aprovechando las cualidades y propiedades de los materiales nobles como la tierra, madera, cuero y lana. Referente de nueva funcionalidad según cualidades del material e inclusión de uso tecnológico.

Totomoxtle de Fernando Laposse

Material de revestimiento y marquetería a partir de hojas de maíz, aprovechando el colorido y textura natural. “El proyecto está creando empleo local basado en esta nueva aventura para asegurar que los agricultores puedan seguir plantando sus variedades tradicionales” (Laposse, 2018). Referente en la utilización de una materia prima que se deja de producir, y el valor de una paleta de colores naturales, y vetas de la fibra como recurso estético.



Fuente: disup.com

Chilote Shoes de Francisca & Stiven Kerestegian

Zapatillas indoor de lana de oveja y piel de salmón reciclada, hechas por artesanos de la Patagonia, incluyen un código QR al grupo artesanal que creó su par único, mostrando su ubicación geográfica y también un kit para reparar. Su venta es principalmente en países nórdicos, y da trabajo a artesanas manteniendo su oficio. Referente en sustentabilidad, comercio justo y agregar valor a un producto fuera de su contexto.



Fuente: chiloteshoes.com

Nuna de Ignacia Murtagh

Alfombras tejidas por artesanos peruanos en lana de llama y baby alpaca, inspiradas en el desierto florido y otros paisajes del norte de Chile. Los colores se basan en los tonos de la floración, proponiendo formas orgánicas que aluden al vasto paisaje. Referente en carga de valor y significado del objeto, por medio del relato que propone aludiendo al paisaje propio de una zona por medio del uso del color, forma y materiales del entorno y paisaje cultural.



Fuente: ignaciaturtagh.com



Parra Valle Apolita por Teresita Ovalle 2018

4. *Formulación*



Oportunidad de diseño

Drivers

1. Cambio generacional:

Las nuevas generaciones se alejan de la cultura huasa y rural valorando menos sus elementos, existiendo una migración de esta generación hacia las zonas urbanas. El chupallero Ovidio Parra (2018), es tajante con la falta de interés en los jóvenes como sus hijos, quienes optaron por una profesión sin seguir sus pasos. Como se observa en gráfico Edad de los artesanos (Sirena 2011), el 85% de los artesanos tiene más de 40 años.

2. Globalización:

La globalización ha permitido que en las zonas rurales tanto el flujo de información, tendencias y productos sea mayor. Hoy en día muchas personas que trabajaban con chupalla usan *jockey* u otros sombreros que cumplen una función similar. Por otro lado, también ha expuesto a algunos productos auténticos a ser copiados industrialmente en otros países como China, y son vendidos mas baratos, llegando a más lugares, lo que dificulta la competencia.

3. Búsqueda de lo único y auténtico:

Según las entrevistas que se realizaron, las personas están dispuestas a comprar artesanías de excelencia, pero creen que es difícil encontrarlas. “La buena artesanía es muy difícil de encontrar. El encuentro entre factura, materialidad y diseño es muy escaso” cuenta Magdalena (62 años). Por otro lado, la diversificación de productos con cuelcha es restringida, limitándose a genéricos canastos, individuales y accesorios femeninos, con mucha competencia industrial barata que hace perder la perspectiva de las horas invertidas en su manufactura, y no se luce su carácter artesanal.

4. Producto en contexto pierde valor:

La mayoría de los artesanos suelen vender en sus casas, ferias, y en algunas exposiciones. Como sostiene Parra (2018), las personas del campo compran menos chupallas y los demás productos se repiten entre los artesanos de la zona. Al sacar de contexto estos objetos, se vuelven bienes más exóticos, menos *souvenir* y más valorados llegando a un público más amplio y urbano (Leyton, 2005).

5. Poca explotación del paisaje cultural:

La chupalla es el único elemento en paja representativo de las zonas rurales que la producen; los demás objetos genéricos no representan elementos del paisaje, la cultura e identidad, desaprovechando muchos recursos e inspiración. Así afirma el artista y coleccionista Benjamín Lira (2018), “me gustan los colores naturales y los colores dados con productos vegetales o minerales. Los colores artificiales tipo neón, como son los que actualmente se usan, no son muy atractivos para que dialoguen con el paisaje chileno”.

“Yo no le doy más de 10 años a esto. Hay chupalleros que están enfermos y no van a coser más. Somos todos ya de edad. No hay artesanos con menos de 40 años”
(Ovidio Parra, 2018).

Patrón de valor:

Brindar una nueva perspectiva al mundo de la artesanía, como las cuelchas de paja, por medio de la traducción y parametrización de la información propia de un lugar y su paisaje cultural, creando inspiración y significado mediante la interpretación de los datos propios de una identidad, en este caso el vino, por medio de una sistematización.

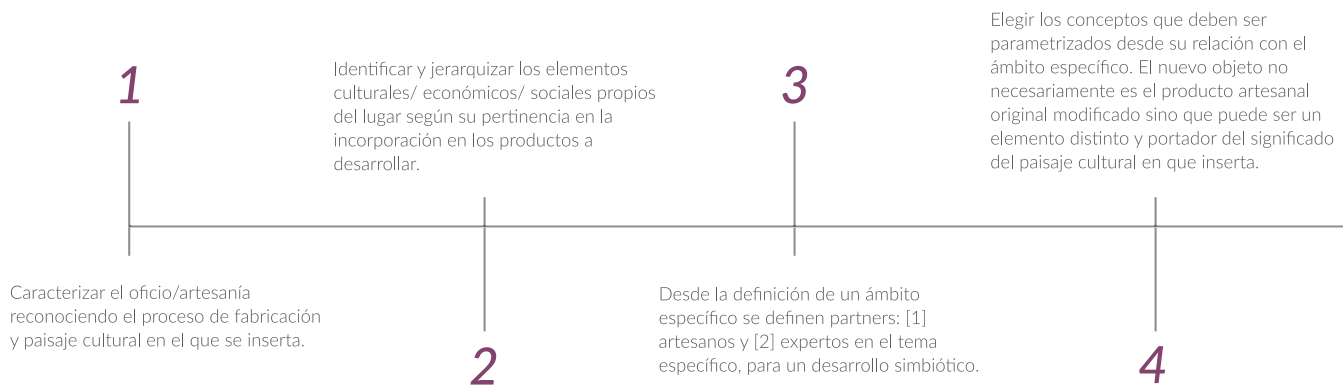
LAP (Laboratorio de Artesanía Paramétrica)

LAP

LAP -Laboratorio de Artesanía Paramétrica- son las siglas de un nuevo método para la renovación de las artesanías tradicionales que están en peligro de desaparecer, por medio de la parametrización análoga según la identidad de su territorio. Este método de diseño fue implementado en el proyecto Laju, una línea de luminarias hechas con paja de trigo, en base a parámetros del mundo vitivinícola de los territorios en los que se produce esta artesanía: el Valle de Colchagua. Al detectar la oportunidad de diseño, se buscó la manera de plasmar en un nuevo objeto artesanal parte de la identidad de su territorio, llenándolo de un significado nuevo pero a la vez propio de esta zona, respetando la artesanía tradicional.

A medida que se fue desarrollando Laju, se fueron revelando los pasos claves para que este método sea eficiente, en este caso, se desarrolló una línea de luminarias con tres modelos distintos. Pero LAP fue creado para ser replicado en la diversidad y riquezas que ofrece Chile en recursos, tradiciones y paisaje cultural. Para entender este método, podemos usar el ejemplo de los tejidos textiles de lana merino que se realizan en la Patagonia Chilena, inspirándose en la antártica, y sus tipos de hielos. El hielo es acumulación de nieve que por la gravedad se va compactando, a más viejo el hielo, más azul es, porque más peso produjo y más comprimió la nieve (Durán, 2019). De aquí podemos -con la ayuda de un experto- extraer parámetros y generar escalas, por ejemplo, la altura, superficie o color del hielo, que se correspondan crossmodal y formalmente en los tejidos artesanales.

Para entender mejor esta secuencia de ocho pasos, se desglosará cada paso según el desarrollo de Laju en detalle, en el capítulo: Desarrollo del Proyecto.





Laboratorio Artesanía Paramétrica

5

Conversión de los conceptos y sus gradientes a conceptos simbólicos (e.g. formales, cromáticos, entre otros) propios del oficio/artesanía.

Validar la coherencia entre los conceptos y su traducción crossmodal.

6

Desarrollo de la estructura que permitirá la creación de los nuevos objetos a partir de las cualidades re-interpretadas.

7

Validar que la solución final (nuevo producto artesanal) es portadora de los significados esperados.

8



Formulación

Qué

LAP (Laboratorio de Artesanía Paramétrica) es un programa de sistematización paramétrica para la renovación de artesanía. Mediante intervenciones análogas morfológicas y cromáticas, en base a datos cualitativos y cuantitativos de la cultura de su territorio, en este caso el mundo vitivinícola y la artesanía en paja de trigo, en la línea de luminarias Laju.

Por qué

La escasa renovación en la oferta de piezas artesanales, en este caso con trenzas de paja, relegando su uso mayoritariamente a la cultura rural y la fabricación de artesanías tradicionales, como la chupalla, ha disminuído la proliferación, y la consiguiente expansión a nuevos mercados, afectando así, la prolongación de estas técnicas a nuevas generaciones.

Para qué

El rescate, por medio de la traducción crossmodal y paramétrica de información proveniente desde elementos identitarios, como en este caso la cultura vitivinícola, hacia nuevos objetos artesanales con mayor valor simbólico y territorial, para promover la conservación de esta técnica artesanal en el tiempo y ampliar su mercado.

Objetivo general LAP

Generación de un relato y significado acorde a la identidad del territorio donde se genera una artesanía, mediante la parametrización y traducción crossmodal de datos cuantitativos y cualitativos del paisaje cultural, promoviendo su producción y conservación, por medio de un modelo sistematizado de innovación.

Objetivo general Laju

Traducir crossmodalmente la identidad territorial del valle de Colchagua, a través de la parametrización del mundo vitivinícola en luminarias artesanales de paja de trigo, correlacionadas a cepas de vinos de la zona.

Objetivos específicos

1. Permitir la variabilidad de formas orgánicas de la artesanía desde un artefacto análogo a través de la traducción de parámetros cualitativos.

I.O.V: Categorización de diferentes tipologías formales.

2. Traducir componentes de elementos identitarios en datos numéricos que puedan ser parámetros de modificación.

I.O.V: Análisis de la representatividad de los elementos identitarios en base a expertos en el ámbito traducido (enólogos).

3. Lograr análogamente la replicabilidad de parámetros definidos en piezas artesanales únicas y diversas.

I.O.V: Análisis del comportamiento de distintas piezas con tratamiento similar.

4. Asociar la información parametrizada con la definición cromática y formal.

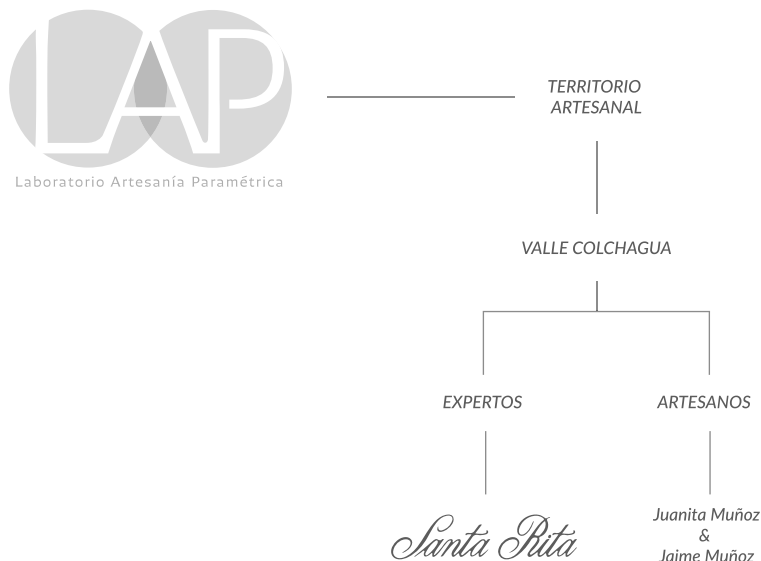
I.O.V: Validación del resultado de la parametrización y su correspondencia a los conceptos.

Contexto de implementación

Implementación LAP

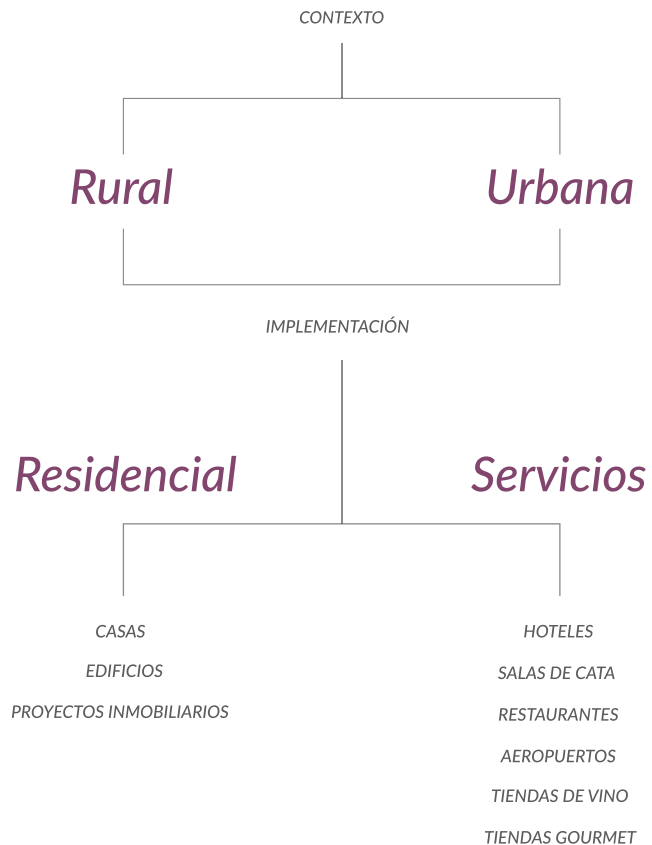
Esta metodología de renovación para la artesanía necesita un diseñador o equipo de diseño, que bajo la metodología descrita se acerque paso a paso a cada caso de estudio. Este sistema se aplica en un territorio específico, con una identidad y paisaje cultural, en los que se encuentra una artesanía tradicional inserta, según el caso particular de innovación. Del territorio, surgen dos componentes clave, un experto del ámbito identitario escogido del paisaje cultural que trabaje en el proceso, en equipo con el área de diseño; y un maestro o grupo de maestros artesanos, que crean en el proyecto y compartan sus conocimientos con el equipo, sumándose al proyecto.

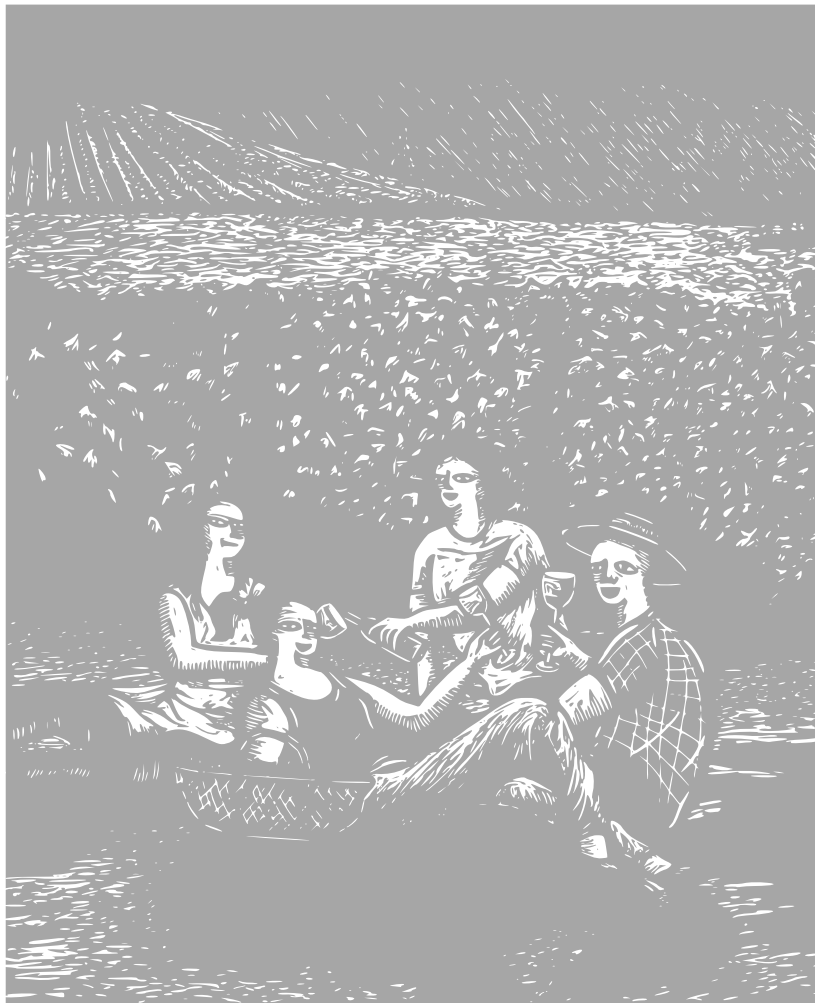
En el caso de Laju, como se representa en el siguiente esquema, este método se aplicó en un territorio en particular: luego de analizar la artesanía en cuestión y sus procedencias, se encontró un factor común en sus territorios, en este caso el vino, que a pesar de encontrarse en los tres valles, cada uno tiene sus particularidades que los diferencian. Para el primer caso de estudio se escogió el Valle de Colchagua, por la facilidad de acceso a este y su gran patrimonio cultural. Para levantar la información técnica y algunos recursos necesarios para el proyecto, se acudió a la Viña Santa Rita, donde un equipo de enólogos guiaron el proceso y entregaron la materia requerida. Por otro lado se identificaron posibles artesanos dispuestos a involucrarse en este proyecto, entre ellos se destaca Juanita Muñoz quien trabaja con su marido Jaime. Ella es la quinta generación de su familia en realizar este oficio, ha ganado reconocimientos como el Sello de Excelencia, y fue escogida por su entusiasmo en innovar y crear cosas nuevas siendo un gran aporte en expertiz y creatividad.



Implementación Laju

Laju se implementa tanto dentro de su contexto de nacimiento, como fuera de él. Esta artesanía nace en La Lajuela, pueblo cercano a Santa Cruz, donde hay un frecuente turismo en torno al vino, y por lo mismo se han desarrollado restaurantes, hoteles y distintos servicios a partir de esto. Estas luminarias pueden ser instaladas en distintos espacios y cobrar valor por estar en contexto, por ejemplo, una tienda de vino o un hotel que quiere que su decoración transmita la identidad del lugar en que se encuentra. Por otro lado, como se explicó anteriormente, la artesanía sigue siendo predominantemente una actividad moldeada en la matriz rural, mientras su mercado cada vez es más urbano y global (Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A & UNESCO, 2005, p.4). Laju busca ser un objeto de deseo también en lo urbano y contemporáneo, equilibrar lo tradicional con lo moderno y que el significado que tiene, lo presente como un objeto único y exótico al extraerlo de su "hábitat natural" descrito anteriormente. Por lo tanto se quiere aprovechar el turismo que se da en el valle, agregándole valor desde la experiencia turística en el contexto rural, pero al la vez alejarlo de ahí para crear un nuevo valor en él. Mientras más lejos de la matriz rural se encuentra Laju, más exótico es, puede estar en una tienda en Santiago como también llegar en un futuro al extranjero. El siguiente esquema se divide en dos contextos a los que se apunta para la implementación de estas luminarias, aplicables en el mundo rural y contemporáneo, en espacios residenciales y de servicios.





Elaboración personal en base a Xilografía serie "Casino" de Ronald Pérez

5. Desarrollo del proyecto



Tendencias

“Así se ha ido complejizando, entonces ya no es cómo el diseño aporta, sino que cómo el diseño necesita de la artesanía en un contexto de producción donde los parámetros de la calidad y la industria han cambiado, y ahora son la producción lenta, el consumo responsable, la sustentabilidad y el lujo asociado a esto” (Velasco, 2019).



Publicación en Instagram de la exclusiva concept store francesa Le Maison Pernoise el día 13 de Agosto de 2019.

La artesanía como nuevo Lujo

El trabajo artesanal bien hecho, actualmente se transforma en un gran valor agregado de exclusividad, característica que se perdió en los años 70 con el boom de la fabricación industrial. “Un producto hecho a mano, o de manera artesanal, es sinónimo de calidad y además conlleva un sentido emocional del cual los productos industrializados carecen” (Straschnoy, 2018). La manufactura manual, tal y como se hacía en el pasado, está completamente en alza. Los muebles y objetos son piezas con alma, elaboradas con detalle y dedicación (Rodríguez, 2018). The Product Culture (TPC) es una plataforma que vende y reúne el diseño local manual chileno; la línea de luminarias *Lumen* (5), “son un fiel ejemplo del Nuevo Lujo actual, en donde el tiempo y la dedicación que contiene cada producto hacen de este un objeto invaluable” (TPC, 2019).

Consumo responsable

“El uso de materiales sostenibles, como las fibras naturales, el papel de arroz o la cerámica se impondrán” (Bosch, 2019). El comercio justo y el consumo ético, sostenible y responsable son un resultado de la sobre explotación de personas y recursos de nuestro planeta para la producción masiva, el fenómeno de globalización y la producción excesiva de objetos. “La necesidad de las empresas por adoptar un desarrollo sostenible y prácticas comerciales éticas, combinada con la pérdida continua de técnicas artesanales tradicionales, posiciona potencialmente a las artesanías globales como el nuevo lujo” (Straschnoy, 2018). Un ejemplo es la *Lámpara 70 WS Vino Natural* de Paula Corrales (4), que reutiliza el corcho de vinos desechado en Chile para generar este material.

Curvas y formas orgánicas

Ante lo simple y la sumisión a la línea recta, vuelve la tendencia por las curvas y líneas redondeadas, tanto en objetos como en mobiliario. Un ejemplo son las piezas inspiradas en los años 70, como la mítica *silla Peacock* (2), donde vivió su segunda época dorada, y hoy vuelve a ser tendencia (Bosch, 2019). Las terminaciones redondeadas son una tendencia perfecta para espacios reducidos (García, 2019). Las imágenes demuestran esto con sus formas orgánicas y redondas, como la imagen 6, con su alfombra y canasto.

Fibras naturales (lámparas, canastos, alfombras, muebles).

“Las fibras vegetales están cada vez más presentes en las casas haciéndolas más frescas y acogedoras, (...) nos recuerda al exotismo de algunos lugares donde tradicionalmente forman parte de la decoración de los hogares” (Rodríguez, 2018). Estas se adaptan a cualquier estilo y son fáciles de combinar, “proporcionan equilibrio en estéticas afines como una decoración rústica o añadiendo contraste y calidez a un ambiente moderno o industrial” (ibíd.).



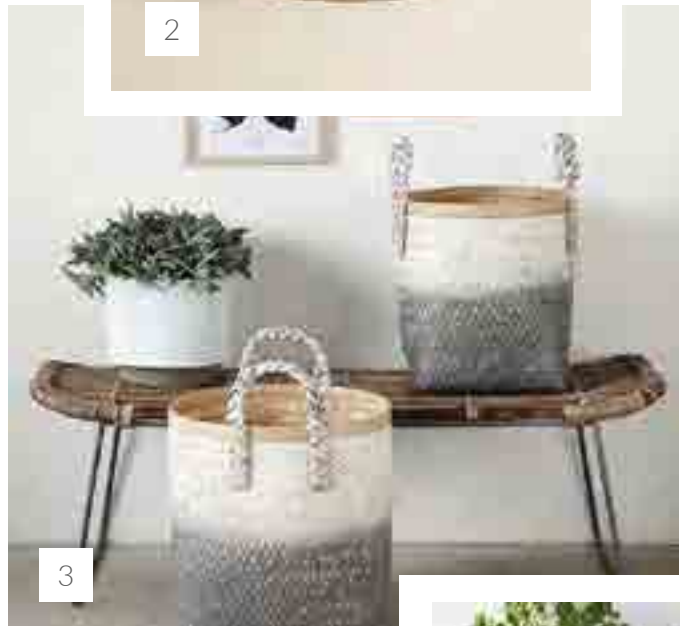
Portada Revista Viviendas y Decoración.
“Inspiración Botánica”
10 de agosto de 2019.



1



2



3



4



5



6

1, 3 y 6, Revista Elle online: elle.com, 2018
2, Silla Peacock, de: anthropologie.com, 2018
4 y 5, Lámparas TPC: theproductculture.cl, 2019

Usuario y bases

La determinación del usuario se hizo a partir del estudio de tendencias, los perfiles de las personas que compran artesanía, y entrevistas a otros diseñadores que venden productos similares. Enrique Romero de Llanas, co-fundador de PET Lamp junto a Álvaro Catalán, nos explica quienes son sus principales usuarios:

“Hay básicamente dos tipos de usuarios: los residenciales y los espacios contract (hoteles, restaurantes...). Quien compra nuestras luminarias para uso residencial habitualmente nos ha conocido a través de prensa, boca a boca o alguna feria, y se enamora del proyecto que hay detrás. En verdad compra el proyecto, no el producto. Quien nos compra para contract habitualmente es por sugerencia del arquitecto y es por la estética de las luminarias. Buscan algo colorido y que sea coherente con el tema de su proyecto (Colombia, tropical, África, etc...)”.

PET Lamp son luminarias que reutilizan botellas plásticas como sustento de diversas cesterías propias de distintos lugares para generar las pantallas, en Chile han desarrollado el proyecto con mimbre de Chimbarongo y ñocha de la Araucanía. Este proyecto español es un buen antecedente, ya que crean luminarias a partir de tradiciones cesteras, mediante un diseño social, en una propuesta que le agrega valor a la artesanía, generando un producto exclusivo y de valor (precios referenciales \$157.000 - \$582.000). Laju también apunta posicionarse como un producto exótico y de lujo, con precios equivalentes a una chupalla fina (\$90.000-\$240.000), pero con un trabajo por parte del artesano equivalente al de una chupalla semi-fina (\$30.000 - \$75.000) agregándole valor con la propuesta. Para esto, Laju vendería en tiendas, y a un GSE alto, medio alto, y/o extranjeros (30,4% de los consumidores en tienda).

Una vez claro el perfil de los usuarios, se entrevistaron 15 personas entre 35 y 70 años, para entender qué buscan en una artesanía y porqué la compran. Las respuestas lanzaron cinco conceptos que se repitieron en la mayoría de las entrevistas, con un orden de relevancia. Estos cinco conceptos serán las bases que LAP, por lo tanto Laju, debe cumplir en todos sus proyectos. La calidad de un oficio manual fino es lo principal que buscan en una artesanía de excelencia, seguido por la exclusividad de la pieza, es decir que su trabajo artesanal se haga notar haciendo cada pieza única. También es muy importante un diseño estético y equilibrado, estando abiertos a la innovación y diseño contemporáneo. Valoran los materiales nobles, naturales y de calidad que sean acordes a la técnica artesanal tradicional, para que conversen con el paisaje cultural. Y por último, se busca en el objeto una carga valórica, el alma del objeto, ya sea por la historia del artesano, la tradición que carga, o recuerdos de un viaje o lugar específico. Según el CNCA (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes), los artículos para el hogar y decoración lideran en categoría de productos entre los ganadores del Sello de Excelencia con un 68,8% y postulantes con un 57,7%, y acorde a los datos obtenidos a partir de las entrevistas, 14 de los entrevistados prefieren invertir en comprar artesanías tanto decorativas como funcionales para el hogar.

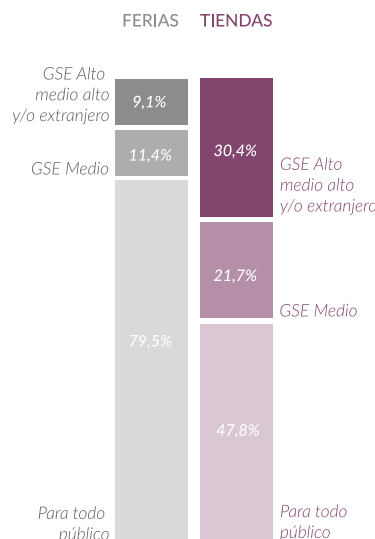


Figura 10. Espacio de comercialización de la artesanía según focalización (elaboración personal en base estadísticas CNCA 2013). GSE: grupo socioeconómico.

Bases definidas por usuario: entrevista a 15 personas del perfil



Perfiles de usuario

	RELACIÓN CON LA ARTESANÍA	RELACIÓN CON EL VINO	DISEÑO DEL PRODUCTO
CONSUMIDORES RESIDENCIALES	Compran el producto por el significado del proyecto en cuanto a la salvaguardia de tradiciones, oficio pulcro, materiales naturales y exclusividad.	Compran el producto por su interés en el mundo del vino, su cultura y el significado del proyecto en cuanto al maridaje logrado entre la estética y el vino.	Compran el producto por tendencias de diseño, y por la estética que este aporta a un lugar mediante el diseño, la fibra y su calidez. Le gusta el diseño del producto.
ESPACIOS CONTRACT (ARQUITECTOS Y DECORADORES)	Compran el producto por la relación de la artesanía con el espacio que habitará, teniendo en cuenta el oficio pulcro, materiales naturales y diseño.	Compran el producto por la relación del vino con el espacio, teniendo en cuenta el significado del proyecto en cuanto al maridaje entre la estética y el vino.	Compran el producto por tendencias de diseño, y por la estética que este aporta a un lugar mediante el diseño, la fibra, su calidez. Para un espacio determinado.

Citas entrevista a usuarios

"La buena artesanía es muy difícil de encontrar. El encuentro entre factura, materialidad y diseño es muy escaso", Magdalena, diseñadora.

"Es muy difícil encontrar artesanía fina de calidad, generalmente lo que se encuentra es artesanía hecha especialmente para el turista de souvenir, comercial, sin sentido de tradición hecha de forma mecánica, de materiales sintéticos produciendo un objeto muerto; sin alma ni destino", Raimundo, arquitecto.

"Las versiones y variaciones de las obras de música, de arte y en la artesanía me gustan porque detrás hay exploración, creatividad y una postura personal. Me interesa ver donde está el giro, y cuánto se puede variar sin cambiar la esencia", Bárbara, psicóloga.

"Si se innova a partir de algo, el "cómo", sería importante. Si se pierde el alma de la confección, el "por qué" de la producción y el cómo descuidando la manufactura, son cosas importantes para que finalmente resulten algo armónico y bello", Carolina, ceramista.

"Me gusta la artesanía fina que se pueda usar en buenos diseños. Compraría un objeto artesanal de diseño por un valor alto, ya que es arte", Patricia, dueña de casa.

"Me gustan las cosas hechas a mano, me da la impresión que van a durar más y me traen recuerdos también de dónde los compré", Teresa, ingeniera comercial.

"Prefiero los colores naturales y los colores dados con productos vegetales o minerales. Los colores artificiales tipo neón, como son los que actualmente se usan, no son muy atractivos para que dialoguen con el paisaje chileno", Benjamín, artista.

"Cada una de estas cosas, siempre son únicas, se producen una a una, por lo tanto, no solo está la belleza en sí de la cosa, sino el alma del artesano que la hizo, eso es lindo, por que uno al mirarla, nunca es igual al día anterior", Cristina, dueña de casa.

Metodología LAP

1

Caracterizar el oficio/artesanía reconociendo el proceso de fabricación y paisaje cultural en el que se inserta.

Se realizó un levantamiento etnográfico en visitas a terreno, en un recorrido por lugares característicos por su artesanía en paja: Chillán, Ninhue, Santa Cruz y La Lajuela. En este recorrido se visitaron 10 artesanos, quienes enseñaron su trabajo, los productos que ofrecían y los precios que manejaban. La gran mayoría trabaja desde sus casas y tienen ahí sus productos exhibidos, los cuales entregan a tiendas artesanales o muestran en ferias. Cinco de los artesanos nos invitaron a ingresar a su taller, tres en Ninhue y dos en Santa Cruz. Se comprendió el proceso de producción de estas artesanías, descrito en detalle en el capítulo “El Objeto”, y las diferencias de la manufactura según la zona. Por ejemplo, las máquinas con las que cosen, siendo las de Ninhue el modelo “Anita” que llegó en los años 50 a Chile, y en Santa Cruz unas más modernas, donde también trabajan la paja teatina. Se realizó un catastro de los tipos de cuelcha que existen; estas varían según el grosor de la paja trenzada, y se clasifican en 5 calibres, que van del *fino* al *muy grueso*. También existen distintos tipos de puntos para trenzar, que varían según el número de pajas que se usan; pueden hacerse desde 3 pajas hasta 12, las más ancianas recuerdan puntos con 16.

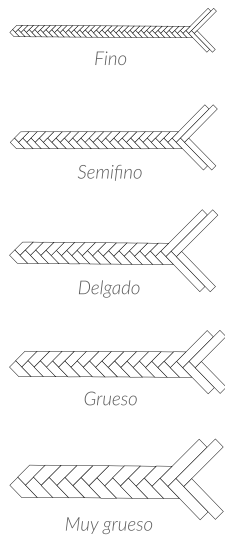


Ilustración 5 calibres de paja trenzada, elaboración personal.

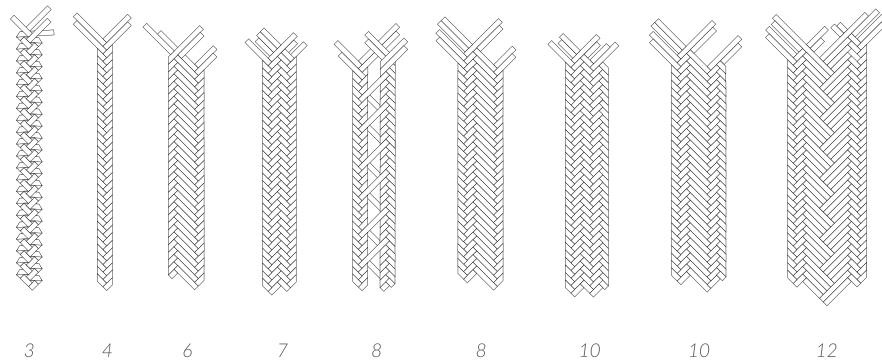


Ilustración puntos de trenzado con distintos números de paja, elaboración personal.



Taller Gregorio Larenas y Lidia Muñoz.



Taller Ismael Palma y Marcela Espinoza.



Taller Filomena Vergara.

Identificar y comprender las características culturales, metodológicas, sociales y económicas del territorio para su incorporación en los productos a desarrollar.

2



Se realizó un análisis de elementos identitarios del territorio mediante revisión de literatura tanto de artesanía, de los valles y de diseño de territorio. Además se hace un catastro de elementos propios de las zonas como cultura, clima, paisaje natural, geografía, población y actividad económica, basándose en las metodologías SIREV -Sistema de Innovación basada en la Red de Valor- y MESO (Mollenhauer & Hormazábal, 2014). Paralelamente, se realizaron pruebas de tinte de la paja con distintos elementos naturales de los territorios (rosa mosqueta, arándanos, zarzamora, boldo, cedrón, maqui y vino tinto), con distintos tipos de mordientes, probando su solidez a la luz del sol. Los mordientes más apropiados en cuanto a fijación del color, respetando el color natural del tinte, fueron el vinagre y la sal. El vino fue la sustancia que tiñó más rápido las pajas, y además es un elemento cultural muy fuerte del valle, y una actividad económica importante. A partir de esto se escogió trabajar en el Valle de Colchagua por su cercanía y gran desarrollo del mundo vitivinícola. Se realizaron 3 experimentos con muestras -redondas y planas de cosido en espiral de cuelchas- elaboradas por artesanos. El primero para conocer la flexibilidad del material y fijación de la forma, otro para el teñido en degradés, y luego se realiza una aproximación a la parametrización mediante la construcción de un bastidor que permite la variación de las formas. Por último, se decidió trabajar con orujo en lugar de vino, ya que no impregna el olor y es más sustentable al ser un desecho del proceso del vino. Para eso se hicieron pruebas de teñido que demostraron la fijación del color con respecto al vino, y se testearon dos métodos de almacenamiento, ya que solo se consigue en época de vendimia. La primera es congelar el agua hervida con orujo, y la segunda, deshidratar el orujo.



3

Desde la delimitación de un ámbito específico se definen posturas: [1] artesanos y [2] expertos en el tema específico, para un desarrollo simbiótico.

Santa Rita

Sebastián Labbé y Teresita Ovalle son el equipo de enólogos encargados de desarrollar los vinos desde Medalla Real Gran Reserva hacia el Casa Real.

Colchagua es un valle vitivinícola, lo que forma parte de sus costumbres, cultura, gente y paisajes. De la identidad territorial se rescata el mundo del vino, que marca el carácter de estos valles donde crece la vid y el trigo. Para esto se utiliza orujo: uva desechada luego de la fabricación del vino. Es necesario trabajar con expertos del área del territorio, en este caso enólogos con conocimiento en la zona. Se creó una alianza estratégica con la Viña Santa Rita, quienes apoyaron este proyecto con la colaboración de sus enólogos en cuanto a conocimiento técnico, y la donación de orujo de las viñas de Colchagua para las pruebas de teñido, almacenamiento y elaboración del producto final. Para Laju se trabaja en conjunto con Juanita Muñoz y su marido Jaime Muñoz. Ellos se han dedicado toda su vida a esta artesanía, y además de tener un oficio prolijo y muchas habilidades, son muy entusiastas a la hora de innovar y apoyar proyectos que ayuden a mantener vivo este oficio y motivar a las generaciones más jóvenes a aprenderlo. Durante el proceso, desarrollaron muestras y distintos prototipos hasta llegar a la propuesta final. Ellos continúan haciendo la misma técnica tradicional que emplean para elaborar una "clocha" -nombre que recibe la chupalla antes de ser hormada y encolada- pero con medidas específicas según cada modelo de luminaria.

Taller de Juanita Muñoz en Santa Cruz. Ella entregó toda la experiencia y conocimiento acerca de esta artesanía, y es artífice de gran parte de la pieza producida.



Ellos los conceptos que deben ser parametrizados desde su relación con el terreno específico. El mismo objeto no necesariamente es el producto artesanal original modificados sino que puede ser un elemento distinto y portador del significado del paisaje cultural en que inserta.

4

El equipo de enólogos sugirió trabajar con tres cepas propias del Valle de Colchagua: Carmenere, Syrah y Cabernet Sauvignon. Los vinos se diferencian unos de otros por muchas cualidades y variables, como por ejemplo el tiempo de guarda o el aroma. Se definen 4 parámetros a partir de las cualidades del vino, dos de la cepa -la acidez y el tanino-, y dos de la parra -la edad y el suelo-. Estos se definieron con ayuda de los enólogos, con quienes se elaboraron las escalas de cada uno de ellos. Cada cualidad del vino se describe utilizando un "lenguaje evocativo" -palabras propias de otros sentidos- para poder explicar las sensaciones de un vino en boca, por ejemplo: un vino plano, delgado, nervioso o vertical, esto se denomina correspondencia crossmodal.

CEPA

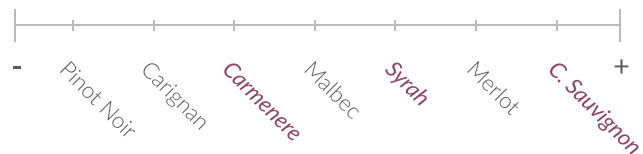
Acidez:

Hay cepas más ácidas que otras. Un vino con poca acidez se describe como plano, por el contrario, con alta acidez, más filoso.



Tanino:

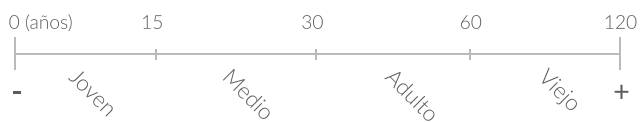
El tanino es una sustancia que le da estructura al vino, a mayor tanino más cuerpo tiene un vino, y un vino delgado tiene tanino bajo.



PARRA

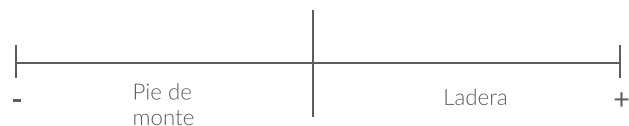
Edad parra:

Los años le dan equilibrio al vino, una parra vieja produce vinos que duran más tiempo. Una parra joven da un vino más nervioso.



Pendiente suelo:

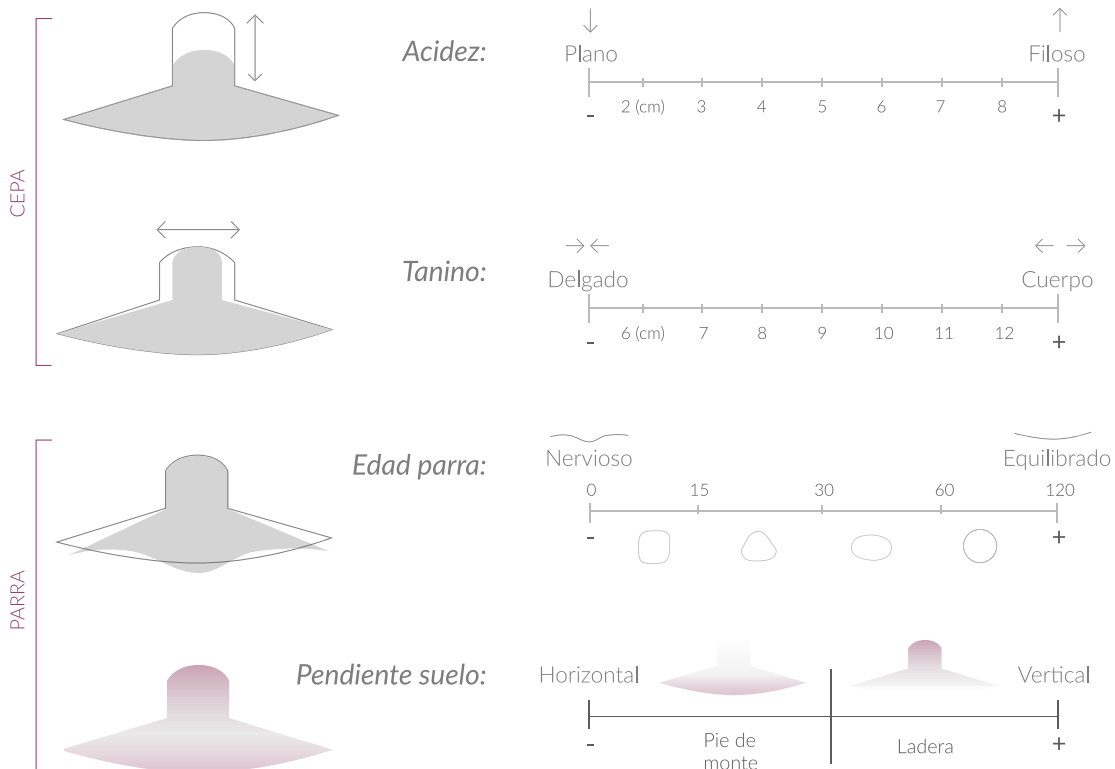
Una parra en ladera tiene raíces más cortas que una en plano, absorbe menos agua y produce un vino más vertical.



5

Conversión de los conceptos y sus gradientes en conceptos formales (e.g. forma, cromática, entre otros) propios del gráfico

Para la conversión de los conceptos a la parametrización formal y cromática, se utilizó el “lenguaje evocativo” con el que se describen los ámbitos técnicos escogidos. Esta correspondencia crossmodal que se aplica en el mundo del vino para describir sus características, también se aplicará en la parametrización. La acidez afectará la altura de la copa de la clocha; si es baja la altura también bajará, correspondiendo a un vino “plano”, por el contrario, esta aumentará y será “filoso”. El tanino se traduce en el grosor de esta copa, mientras menos tanino, más delgada será y, a mayor tanino más cuerpo, por lo tanto es más ancha. La edad de la parra modifica la curvatura del ala, mientras más joven y nervioso, más curvas tiene. Este ámbito se divide en cuatro rangos etarios: joven, medio, adulto y viejo, generando cuatro tipos de curvas: cuatro curvaturas, tres, dos y circular, respectivamente. Por último, la localización cromática dependerá del suelo en el que está plantada la parra, si es una ladera, el vino es más vertical y se teñirá la parte superior de la pantalla, al contrario, si es de pie de monte, se teñirá la parte de abajo aludiendo a la horizontalidad del vino.



6

Para definir cuanto es el universo necesario para testear, se basó en el Centro de Usabilidad Norteamericano, por Jakob Nielsen. “Los mejores resultados provienen de probar no más de 5 usuarios y ejecutar tantas pruebas pequeñas como pueda permitirse (...), gaste este presupuesto en 3 estudios con 5 usuarios cada uno” (Nielsen, 2000). En este caso no es usabilidad, sino la apropiación de un concepto, es por eso que se reclutaron 20 personas pertinentes al caso: 6 diseñadoras, 6 clientas de artesanía, 2 sicólogas, 2 arquitectos, 2 enólogos y 2 personas muy lejanas al proyecto. Este testeo se realizó en cuatro etapas con 5 personas cada una. En cada etapa se corregían los errores y confusiones para llegar al resultado más óptimo al último testeo, donde participaron las personas más ajenas al proyecto y los enólogos, como prueba final. El propósito de esto es lograr la adaptación de ciertos conceptos para que los juegos de lenguaje propios del enólogo sean propios de todos nosotros.

Instrumento de validación: ilustración de tipologías de luminarias con variaciones, y en el costado derecho conceptos descriptivos del mundo del vino (crossmodalidad concepto-forma), que deben ser relacionados correctamente. Al hacer las primeras pruebas, se nota disociación de conceptos con las formas, por lo que se realizaron algunos cambios de conceptos como “liviano” por “delgado”, y se identifica la categoría más confusa, “filoso”, sin realizar cambios, ya que es la más apropiada de las que se usan para describir la acidez. Así se comenzó a realizar un trabajo no solo de crossmodalidad formal, sino que de un consenso semántico, generando infografía para el folleto de cada luminaria, y que cada consumidor sea capaz de entender la traducción que propone el producto. El testeo completo se encuentra en el capítulo de anexos, y a continuación se muestra la última prueba de este, donde el usuario debe ser capaz de asociar los conceptos técnicos del vino con las variaciones formales y cromáticas de las luminarias, dando cuenta así de la comprensión de los conceptos crossmodales aplicados.



7

Desarrollo de la estructura que permitirá la curvatura de las paredes laterales a partir de la curvatura de las fibras.



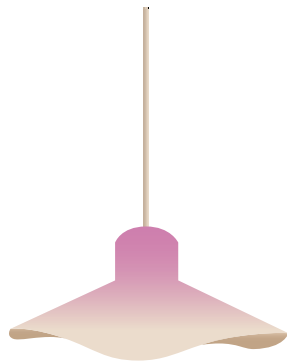
En el caso de Laju, son tres los pasos de parametrización; el primero es hecho por la artesana, quien realiza una clocha dimensionada según el tanino y la acidez de la cepa con que se teñirá, es decir, se manda a hacer un Carmenere, Syrah y C. Sauvignon. Luego estas clochas son transformadas a una pantalla cónica con agua caliente, para pasar al segundo paso, la intervención cromática. Esta representa el suelo de la parra, para esto son necesarias dos ollas, una para teñir vertical -es decir de ladera- y otra más grande (o paellera) para teñir horizontal -pie de monte-. Para terminar, a más joven la parra, más nervioso el vino, por lo tanto más curvas tiene la pantalla. Para esto, se construyeron tres estructuras, para generar las curvaturas: con cuatro puntas para la parra más joven, tres para la media y dos la adulta. La parra vieja genera un vino equilibrado, por lo que no necesita generar curvatura y permanece redonda. Para mantener la forma y rigidizar el tejido, se encola con laca para madera y diluyente a la piroxilina.



Validar una traducción final (nuevo producto ortónimo) es portadora de los significados esperados.

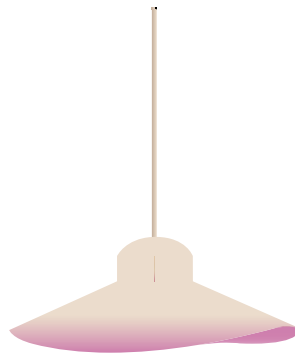
8

Se desarrollaron los folletos que vendrían con cada luminaria, y se le mostraron a 5 personas que no conocían el proyecto, realizando cambios de redacción para que quede más claro en las partes que causaron mas confusión. Luego, se valida que la traducción en la luminaria de los conceptos elegidos para ser parametrizados, sea correspondida. Para esto se testearon 5 personas, dentro de estas una enóloga del equipo que colaboró con el proyecto, una diseñadora, y tres personas que encajen en el perfil de usuario. Se les presentaron las luminarias y los folletos correspondientes para que las personas identificaran a qué luminaria representaba cada uno, donde todas los participantes acertaron. Por último, se compararon las ilustraciones de cómo se pensaba que quedarían las luminarias parametrizadas, con las luminarias reales, consiguiendo los resultados esperados.



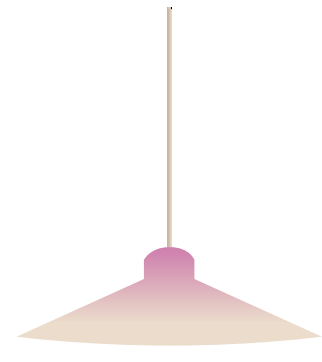
Syrah

Alta acidez
Medio tanino
Joven
Ladera



Cabernet Sauvignon

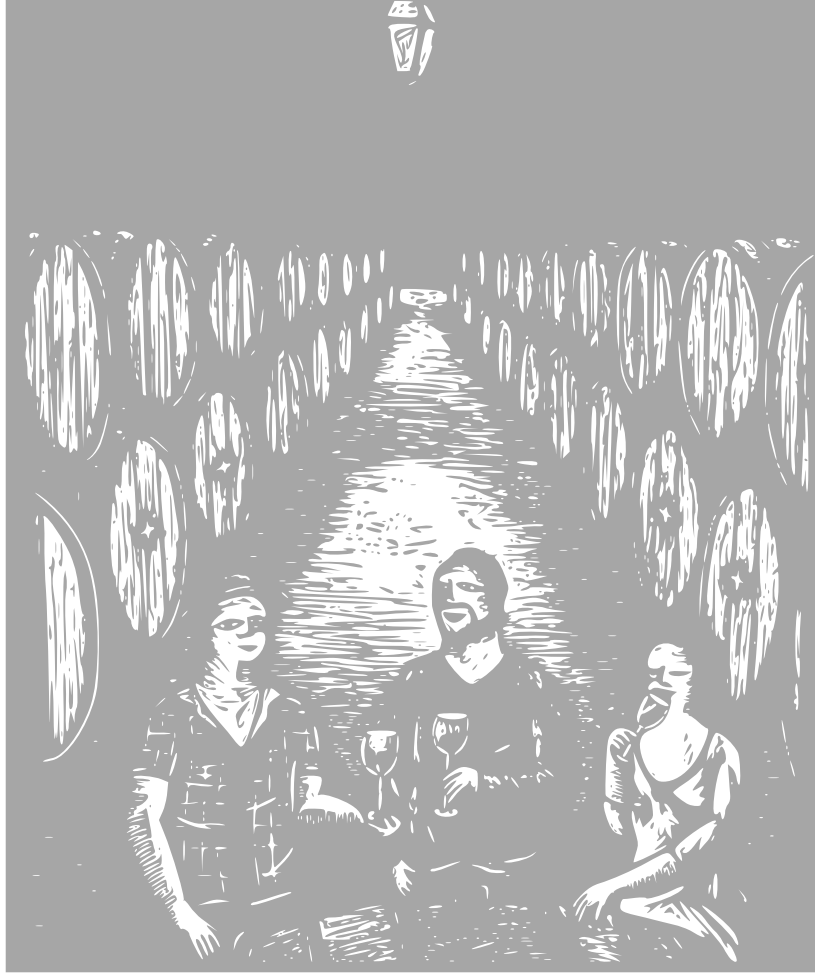
Media acidez
Alto tanino
Adulto
Plano



Carmenere

Baja acidez
Bajo tanino
Viejo
Ladera





Elaboración personal en base a Xilografía serie "Casino" de Ronald Pérez

6. Laju







Producto final



Laju N°1

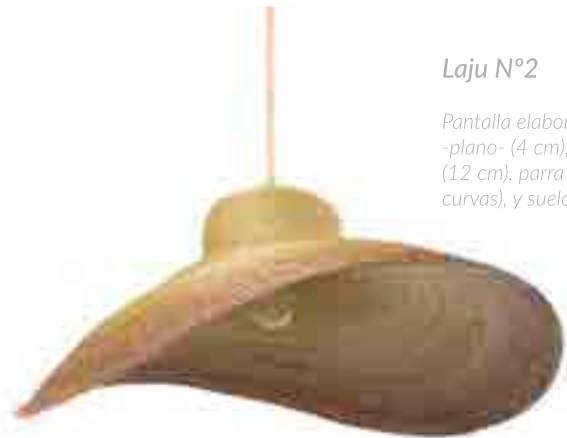
Pantalla elaborada en base a acidez muy baja -plano- (3 cm), tanino bajo -delgado- (8 cm), parra vieja -equilibrado- (circular), y suelo en ladera -vertical-.



Orujo | Carmenere
Parra | 80 años
Suelo | Ladera

Santa Rita

Floresta
 Carmenere



Laju N°2

Pantalla elaborada en base a acidez baja -plano- (4 cm), tanino muy alto -con cuerpo- (12 cm), parra adulta -semi equilibrada- (dos curvas), y suelo en pie de monte -horizontal-.



Orujo | C. Sauvignon
Parra | 40 años
Suelo | Pie de Monte

Santa Rita

Medalla Real
 Gran Reserva
 Cabernet Sauvignon



Laju N°3

Pantalla elaborada en base a acidez media alta -filoso- (6 cm), tanino medio alto -con cuerpo- (10 cm), parra media -semi nerviosa- (tres curvas), y suelo en ladera -vertical-.



Orujo | Syrah
Parra | 20 años
Suelo | Ladera

Santa Rita

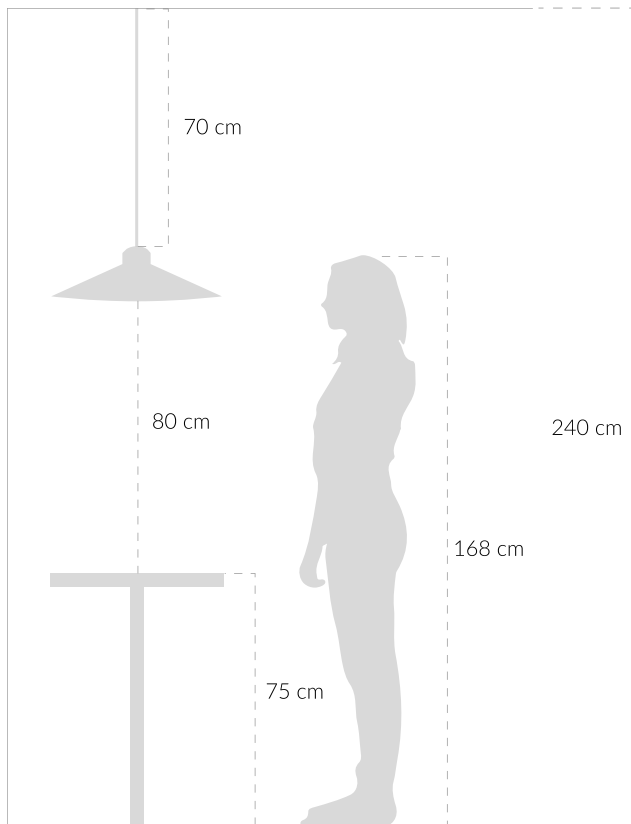
Medalla Real
 Gran Reserva
 Syrah





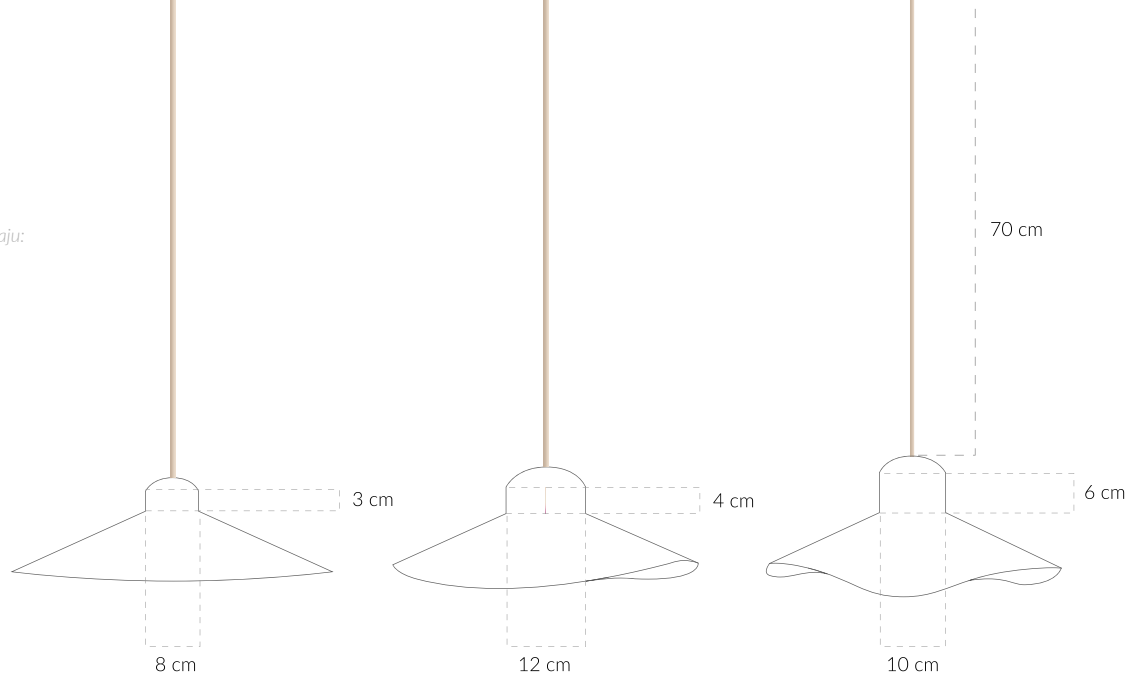


Planimetrías y materiales

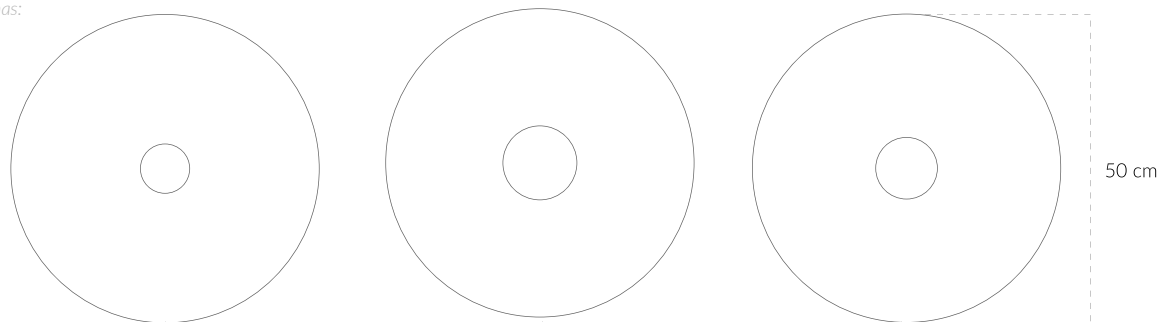


Las pantallas de estas luminarias son elaboradas con trenzas semi finas de paja de trigo, cosidas en espiral y teñida con orujo de vino. Cada Laju es única debido a su manufactura artesanal, pero son hechas en base a una clocha con medidas estandarizadas según la cepa. La copa varía según la acidez y el tanino, el diámetro completo es de 50 cm, y tiene un orificio en el centro de un centímetro, para la electrificación. Para esto se utiliza un cable redondo de 1 cm de diámetro, y 80 cm de largo, embarrilado con rafia color natural, hasta los 70 cm, que es la zona visible. Este es insertado en un soquete donde se enrosca una ampolleta Led de 40 watts, que no se calienta y aporta una luz cálida y tenue. El soquete es cubierto por un cubre soquete cilíndrico de hierro pulido y barnizado, de 5 cm por 7,5 cm de altura, en el cual se inserta una placa de 300 gramos, para darle peso a la luminaria. Para instalarla se utiliza un baldaquín de hierro pulido y barnizado, de 8 cm de diámetro por 1,5 cm de alto, que se acopla con roscalatas al techo. La instalación recomendada es dejar alrededor de 80 cm de espacio entre una mesa y la pantalla (Izquierdo, 2019), quedando esta a una altura de 1,55 mt, suponiendo una altura de la mesa de 75 cm. En base a estas medidas se embarrilan 70 cm del cable, considerando una altura supuesta de 2,40 mt. El cable puede adaptarse en caso de que se necesiten medidas distintas. Laju también puede hacerse con medidas especiales en casos excepcionales, como proyectos con espacios muy amplios o techos más altos, aumentando el diámetro de la pantalla o el largo del cable embarrilado.

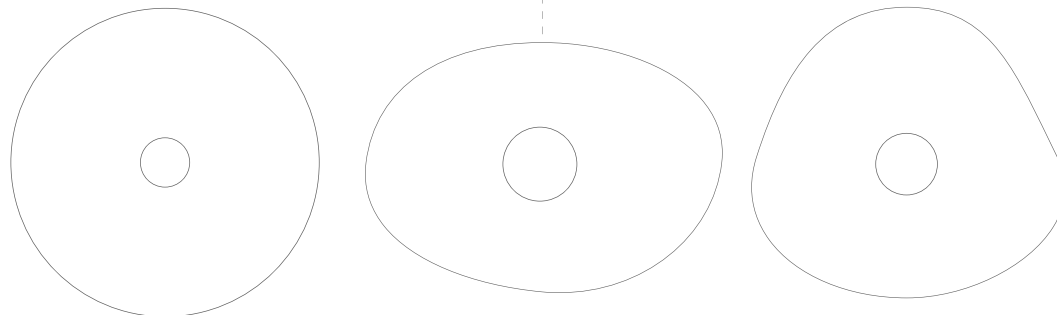
Elevación Laju:



Planta clochas:



Planta Laju:



Fotografía en planta Laju:



Laju N° 1



Laju N° 2



Laju N° 3



Santa Cruz, Valle de Colchagua, Taller Juanita Muñoz. Elaboración personal 2019

Juanita Muñoz destaca por su capacidad de innovar y crear cosas distintas con esta artesanía, como por ejemplo Baltazar el rey mago, y un ángel de un pesebre elaborado con fina paja teatina.

7. Identidad



Sesión de fotos Laju, por Camila Minzer 2019

Laju es una línea de luminarias desarrolladas bajo el programa LAP (Laboratorio de Artesanía Paramétrica). Este busca generar un patrón de valor aplicable a distintas artesanías inscritas en territorios particulares, aprovechando su paisaje cultural y recursos propios de la zona, fusionando la artesanía con el diseño por medio de la parametrización análoga.

Laju es la primera línea de productos realizada por LAP, que busca ejemplificar con este resultado, la fórmula que propone el programa, la cual es aplicable a otros casos de estudio.

Diseño gráfico

LAP

LAP

LAP

LAP

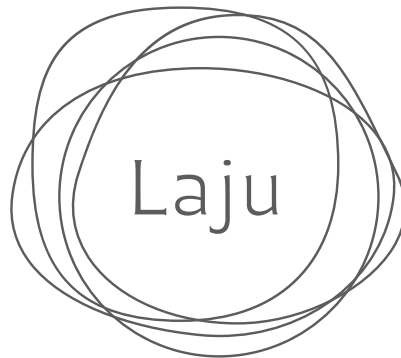
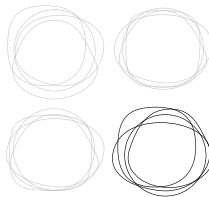
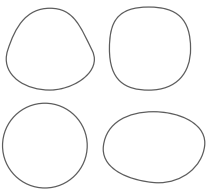


Laboratorio Artesanía Paramétrica



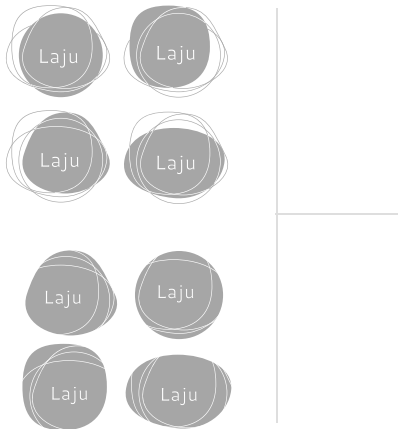
Naming y logotipo

LAP (Laboratorio Artesanía Paramétrica) es un programa que busca cruzar la artesanía y el diseño, fusionándolos por medio de la parametrización de una identidad cultural. El nombre busca informar acerca del programa, por lo que se acude a una sigla con su descripción abajo, y gráficamente sugiere una unión de las letras capitales, que atraviesan dos círculos que se cruzan: el mundo del diseño y la artesanía. Es un programa aplicable a diversos territorios y oficios por lo que trata de tener un carácter orgánico, elegante e inclusivo para poder incorporar distintos estilos según cada proyecto que nazca a partir de este sistema de revalorización e innovación para la artesanía respecto a su territorio, relato y significado.

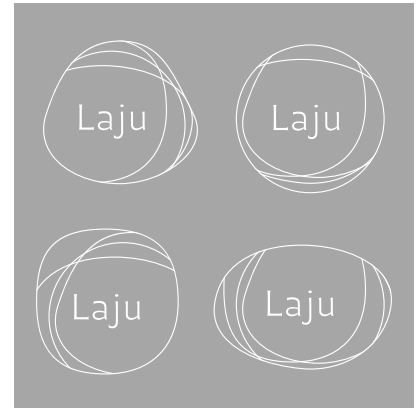
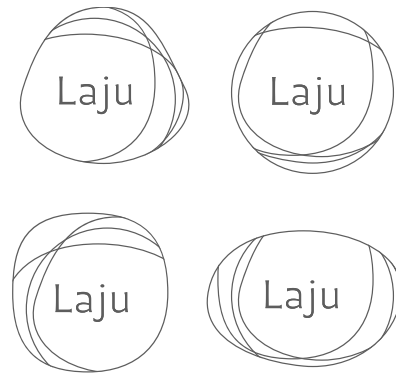


“Laju” proviene de “La Lajuela” zona donde se crean las finas trenzas de trigo y nace esta artesanía. Es una línea de luminarias diseñadas a partir de ciertos parámetros, creando así diferentes modelos. Uno de los parámetros es la edad de la parra de la que se consigue el orujo para teñir la paja, y esta la clasificamos en 4 rangos etarios: joven, media, adulta y vieja. Los años determinan que un vino sea más nervioso o equilibrado, lo que en Laju se refleja en 4 distintas siluetas de planta, mientras más curvas tiene, más joven es la parra correspondiente. Para su logo se juega con las 4 siluetas logrando un enjambre de líneas con el nombre en el centro, creando una composición orgánica y delicada, aludiendo a la parametrización de las luminarias. El logo busca ser legible, sencillo para reproducirlo de diversas formas, como grabado o estampado, y se usa en blanco para aplicar sobre el color gris y fotografías.

Variaciones logotipo



Cada luminaria Laju tiene una silueta determinada por la edad de la parra de la que se obtuvo la uva, por lo que se desarrolló un logo específico para cada modelo según su curvatura. Para esto se buscó destacar la silueta que coincide con cada luminaria, sin perder el carácter del logo de la colección. Luego de una exploración se vuelve a lo lineal, recortando lo que queda dentro de cada figura.

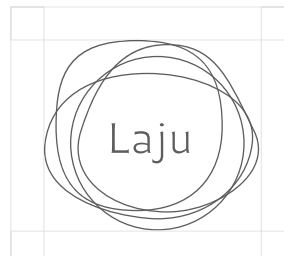


Paleta cromática

Teja	C: 24% M: 76% Y: 67% K: 16%		C: 100% M: 100% Y: 100% K: 100%
Cereza	C: 22% M: 83% Y: 48% K: 12%		C: 58% M: 48% Y: 47% K: 38%
Carmesí	C: 34% M: 80% Y: 32% K: 20%		C: 28% M: 21% Y: 22% K: 3%
Púrpura	C: 51% M: 80% Y: 29% K: 15%		C: 18% M: 12% Y: 14% K: 0%
Violeta	C: 64% M: 82% Y: 17% K: 3%		

Los 5 colores son una clasificación de los tonos que puede tener un vino según *hellowine.cl*. Se utilizan en piezas gráficas como acento en detalles, usando el tono que corresponde al de la cepa de cada pieza. El negro se utiliza en los textos, y los grises en ciertos casos para los logos, fondos y algunos formatos de textos.

Área de seguridad



Tipografías

Chercan-Fina

Tipografía diseñada por Francisco Gálvez, su nombre viene de un ave que habita en América, tiene un carácter muy propio, informal pero elegante a la vez. En el caso de LAP, la versión mayúscula se modificó eliminando el tracking y uniendo las letras como vectores. Para la bajada del logo, se respeta la tipografía original en un tamaño más pequeño, sólo con las primeras letras en mayúscula al igual que en Laju. Esta tipografía se mantendrá para futuros logos de próximos productos.

Lato Light

Tipografía complementaria, liviana y legible, que se utiliza para textos, sin quitarle protagonismo al logo y subtítulos.

Lato Italic

Variante utilizada para títulos.

Lato Medium Italic

Variante utilizada para subtítulos.

Packaging



Elaboración personal 2019



Sesión de fotos Loju, por Camila Minzer 2019



Elaboración personal 2019

En el packaging se utilizan materiales nobles y sustentables para ser acorde a la marca. Cada luminaria viene en una bolsa para llevar, estas son de crea de algodón con una cuerda de yute para amarrar y afirmar. Todas las bolsas tienen una etiqueta con el logo de la línea Laju, y en su interior una base de cartón piedra con las variaciones del logotipo correspondiente a cada modelo. Estas bases tienen la forma de la silueta de la pantalla, al igual que el logotipo, para sostener la forma sin generar presión que pueda dañarla. Dentro de esta bolsa viene la luminaria con la ampolleta Led, el cable embarrilado en rafia para conectar la corriente, un baldaquín y los tornillos para la instalación.

Cada luminaria viene con una etiqueta colgando con rafia desde el comienzo de la pantalla con el mismo logotipo de su base, y también contiene un folleto impreso en papel sustentable, que explica el proyecto en detalle para lograr enseñar sobre el vino que corresponde al orujo de la tinción, y crear un consenso conceptual para entender el diseño y el significado la pantalla Laju que se adquirió. Además tiene un código QR para ingresar al Instagram de LAP, donde se publica constantemente material e información sobre el proyecto.

En caso de ser solicitado, ya sea para un regalo, despacho y envíos fuera de Santiago o Chile, se utilizará una caja de cartón proporcional a cada modelo Laju, donde se inserta la bolsa con la luminaria adentro. Se rellena con poliestireno expandido para proteger de golpes, el cual idealmente será sustituido por micelio -espuma de hongos- para utilizar materiales sustentables. La caja lleva el logo estampado manualmente con tinta *offset* negra para que sea legible, con el acabado estético de un timbre.



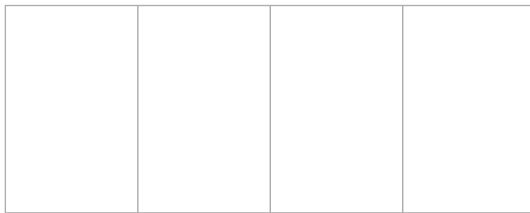
Elaboración personal 2019

Folleto



36 cm

15 cm



Juanita Muñoz

Artesana en paja de trigo y teatina.

Juanita es la artesana que hizo la estructura de paja para esta luminaria. Ella nació en La Lajuela, de esta localidad proviene el nombre "Laju", y en los años '90 se mudó a Santa Cruz. Desde que tenía 7 años aprendió mirando a trenzar las pajas, y desde entonces se ha dedicado a la artesanía. Ella es la quinta generación de su familia en el rubro, y la única de sus hermanos que lo hace, siendo la última generación de artesanos. Actualmente trabaja junto a su marido Jaime, haciendo chupallas, sombreros, y diversos productos de paja, buscando la innovación para sostener el oficio.



Papel couché opaco, 200 gr. Este papel proviene de una gestión forestal sostenible (Sello PEFC), y se puede reciclar.



Laboratorio Artesanía Paramétrica

LAP es un nuevo método para la renovación de las artesanías tradicionales chilenas que están perdiéndose por diversas razones. Este se basa en la parametrización, que significa transformar cualidades en datos numéricos que definen una forma, en este caso, la traducción de la forma responde a cualidades del paisaje cultural e identidad territorial correspondiente la artesanía en cuestión.

@lap_diseño

lapdiseño.com



Nº3

Es una línea de luminarias que traduce la vinculación del arraigo identitario de un territorio en particular -el Valle de Colchagua- con una artesanía emblemática local: la paja de trigo. En otras palabras, es un maridaje entre una identidad territorial, como la cultura vitivinícola propia de la zona, y una artesanía tradicional como las chupallas, por medio de un objeto contemporáneo.



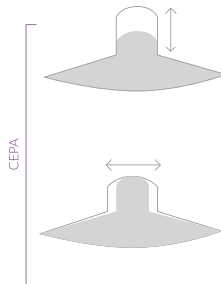
Colchagua es un valle vitivinícola, lo que forma parte de sus costumbres, su cultura, gente y paisajes. De la identidad territorial se rescata el mundo del vino, que marca el carácter de estos valles donde crece la vid y el trigo. Para esto se utiliza orujo: uva desechada luego de la fabricación del vino. Se definen 4 parámetros a partir de las cualidades del vino, dos de la cepa -la acidez y el tanino- y dos de la parra -la edad y el suelo-. Cada cualidad del vino se describe utilizando un "lenguaje evocativo" -palabras propias de otros sentidos- para poder explicar las sensaciones de un vino en boca, por ejemplo: un vino *plano*, *delgado*, *nervioso* o *vertical*.



Orujo Syrah
Parra 20 años
Suelo Ladera

Santa Rita

Medalla Real
Gran Reserva
Syrah

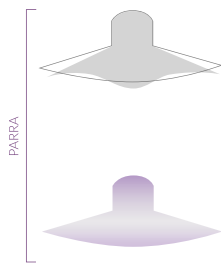


Acidez:

Hay cepas más ácidas que otras. Un vino con poca acidez se describe como plano, por el contrario, con alta acidez, más filoso.

Tanino:

El tanino es una sustancia que le da estructura al vino, a mayor tanino más cuerpo tiene un vino, y un vino delgado tiene tanino bajo.

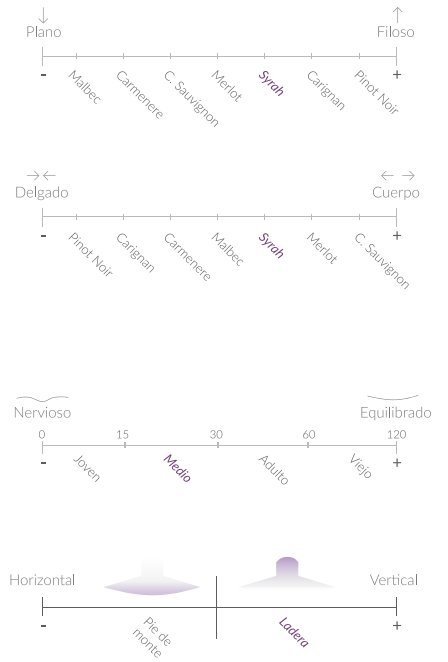


Edad parra:

Los años le dan equilibrio al vino, una parra vieja produce vinos que duran más tiempo. Una parra joven da un vino más nervioso.

Pendiente suelo:

Una parra en ladera tiene raíces más cortas que una en plano, absorbe menos agua y produce un vino más vertical.





"Trenza de paja" Santa Cruz, Valle de Colchagua, taller Juanita Muñoz. Elaboración personal 2019

8. Plan de implementación



Sesión de fotos Laju, por Camila Minzer 2019

Costos

Los costos se desglosan en la inversión inicial, costos fijos mensuales, y costo unitario en base a una cotización de 100 productos. El precio de la luminaria fue calculado en relación al estudio de la competencia, cuyos precios fluctúan aproximadamente entre \$78.000 (Lámparas Ruca) y \$582.000 (PET Lamp) y los costos de producción de Laju. Además se consideraron los rangos de precios de las chupallas finas, las cuales varían entre \$90.000 y \$240.000, ya que Laju pretende posicionarse como una artesanía fina y de excelencia en paja de trigo, como alternativa para quienes no compran chupallas. Laju busca un comercio justo, por lo que paga al artesano lo que cuesta un sombrero terminado equivalente en material y tiempo, en lugar de lo que cobra realmente por la mano de obra de la clocha, ganando \$15.000 pesos más por unidad.

INVERSIÓN INICIAL Total: \$1.388.200

Estructura parametrización

Madera	\$12.000
Fierros	\$1.600
Golillas	\$200
Mano de obra soldadura	\$20.000
Roscalatas	\$100
Brocha	\$2.300
Sellante	\$9.000
Total	\$45.200

Proceso tintura

Olla grande	\$16.000
Paella 60 cm	\$24.000
Cocina a gas (4 quemadores)	\$100.000
Total	\$140.000

Marca

Registro marca	\$160.000
Firma Notario	\$28.000
Construcción de escrituras	\$165.000
Patente comercial	\$50.000
Diseño página web	\$800.000
Total	\$1.203.000

COSTOS FIJOS MENSUALES Total: \$2.958.100

Diseñadora y directora	\$1.000.000
Community Manager	\$300.000
Contador	\$400.000
Dominio Web	\$800
Hosting y plan premium	\$7.300
Arriendo oficina	\$700.000
Insumos oficina	\$150.000
Arriendo Bodega	\$250.000
Viáticos	\$150.000

COSTO UNITARIO (cotizado en 100 u.) Total: \$49.300

Pantalla

Clocha artesanal	\$35.000
Orujo	-
Sal	\$30
Vinagre	\$70
Laca	\$420
Diluyente a la piroxilina	\$160
Brocha	\$280
Total	\$35.960

Electrificación

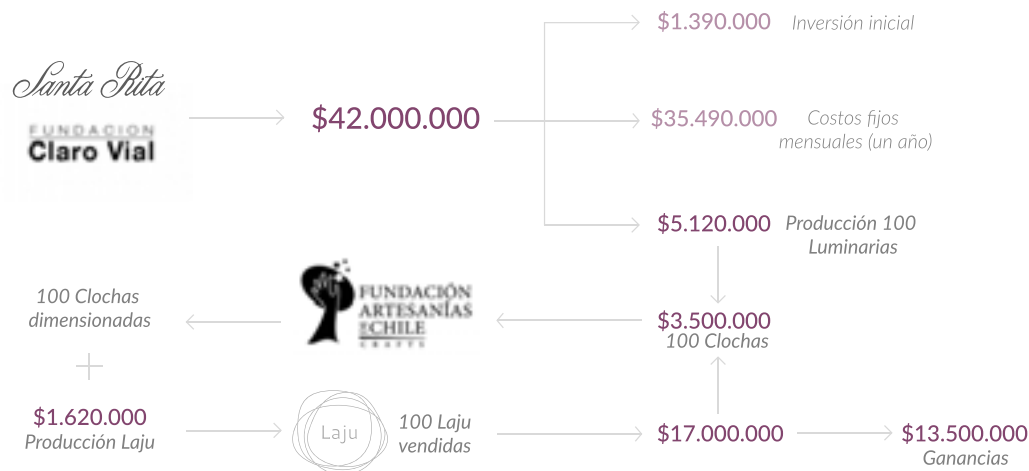
Ampolleta Led 4/40w	\$3.990
Soquete	\$820
Cubre soquete	\$850
Peso	\$90
Baldaqúin	\$620
Cable	\$440
Rafia	\$100
Mano de obra embarrilado	\$1.000
Mano de obra electrificación	\$500
Total	\$7.560

Packaging

Impresión etiquetas crea	\$50
Bolsas crea	\$2.000
Cordón yute	\$200
Bases corte laser en cartón piedra	\$2.000
Etiquetas corte laser en cartón piedra	\$100
Rafia	\$10
Cajas cartón	\$700
Chips poliestireno expandido	\$700
Cinta de embalaje	\$20
Total	\$5.780

Precio unitario **\$170.000**

Financiamiento



Se diseña un modelo de capital rotativo, es decir una donación que se pide una única vez. Este fondo cubre la inversión inicial, los costos fijos mensuales, y el costo de las primeras 100 unidades producidas, del cual se destinará el 63% a la elaboración de clochas artesanales a través de la Fundación Artesanías Chile. Ellos se encargan de darle el trabajo a una red de artesanos, entregando el pedido para terminar de elaborar y comenzar a vender la serie Laju. Con las ganancias de esta primera venta, se repite el proceso anterior según la demanda estimada y comienza a girar el negocio.

La Viña Santa Rita en el proceso de investigación de este proyecto, aportó con el conocimiento de enólogos y el orujo para las pruebas y productos finales. En la siguiente etapa se apela a la responsabilidad social de la viña con los artesanos de sus valles. Para esto se recurrirá a la rama de Asuntos Corporativos y Sustentabilidad, quienes financian este tipo de proyectos. A ellos se les ofrece, a cambio de una donación, conectar la marca a un producto artesanal y cultural de lujo, a partir de un desecho propio, el orujo donado -que hoy usan como abono-. Además se presentará el proyecto a la Fundación Claro Vial, “esta fue creada en 2005 por Ricardo Claro Valdés para investigar, desarrollar y difundir la cultura y el arte, y mantener en propiedad y administración un museo abierto al público destinado a cumplir con esos fines” (Museo Andino). Esta fundación levantó el Museo Andino, (en alianza con la Viña Santa Rita y la colaboración permanente de Cristalerías de Chile y Elecmetal, empresas de Ricardo Claro), acogiéndose a la Ley de Donaciones Culturales. Además, realiza otras obras de difusión cultural, especialmente en el área musical, el arte y patrimonio (Museo Andino). Se piensa dividir la donación inicial en dos, una parte de la viña (además de la donación de orujo), y la otra desde la fundación mencionada para financiar el primer año de funcionamiento de Laju.

Se busca crear un círculo perfecto: la fundación y la viña en su responsabilidad social con un producto asociado a su identidad, Artesanías de Chile con el fondo le compra a los artesanos la cantidad de piezas necesarias, el artesano recibe más trabajo y bien remunerado, LAP hace el proceso que le da la característica particular a ese producto, y se vende con el valor agregado el nuevo producto artesanal.

Para que LAP pueda seguir investigando y generando nuevos productos, se postulará a distintos fondos que se mencionarán más adelante.

Modelo de Negocios

Para evaluar la implementación del proyecto se utilizó la metodología de modelo de negocio Canvas.

<p>Socios clave</p> <p>Experto en el territorio:</p> <ul style="list-style-type: none">- Equipo enólogos <p>Proveedor de materia prima:</p> <ul style="list-style-type: none">- Viña Santa Rita <p>Red de artesanos</p> <ul style="list-style-type: none">- Artesanías Chile <p>Plataformas web colaborativas (e-commerce)</p> <p>Tiendas para la venta</p>	<p>Actividades clave</p> <p>Capacitación de artesanos</p> <p>Visitas periódicas a artesanos</p> <p>Conocimiento territorial</p> <p>Parametrización formal y cromática</p> <p>Difusión en redes sociales (Instagram)</p> <p>Distribución a tiendas de diseño</p> <p>Logística de despacho y envío</p>
	<p>Recursos clave</p> <p>Materias prima:</p> <ul style="list-style-type: none">- Trenzas de paja de trigo- Orujo <p>Mano de obra externa:</p> <ul style="list-style-type: none">- Artesano experto calificado- Eléctrico
<p>Estructura de costes</p> <p>Materiales/insumos</p> <p>Costos de producción y mano de obra externa:</p> <ul style="list-style-type: none">- Artesano- Eléctrico <p>Diseño luminarias</p> <p>Diseño de material gráfico</p> <p>Insumos imprenta folleto</p> <p>Packaging:</p> <ul style="list-style-type: none">- Bolsa de crea- Bases bolsas, en cartón piedra y corte láser- Etiquetas cartón piedra cortado en láser <p>Fotógrafa</p> <p>Community manager</p> <p>Publicidad en redes sociales</p> <p>Traslado</p> <p>Arriendo bodega</p> <p>Registro de marca</p> <p>Página web (dominio y programación)</p>	

Propuesta de valor

Producto artesanal (luminaria) contemporáneo y de calidad.

Manufactura manual y pulcra.

Objeto con carga cultural y significado identitario.

Estética que conversa con el paisaje cultural y natural de la zona en que se produce esta artesanía.

Propone técnicas nuevas de tintura como el degradés.

Producto sustentable y ecológico.

Comercio justo.

Relaciones con clientes

Experiencia posterior (código QR)

Fidelización a través de alianzas con decoradores y arquitectos.

Personalización del objeto según necesidades (ej. lámpara grande para un hotel, cables más largos para doble altura, etc.).

Canales de distribución

Redes sociales (Instagram).

Página Web.

Plataformas web colaborativas

Tiendas de decoración y diseño local.

Futura tienda GAM Artesanías Chile.

Segmentos de cliente

Hombres y mujeres entre 35 y 70 años, con interés por la artesanía, el mundo del vino, el diseño o la decoración.

Decoradores, diseñadores o arquitectos, que realicen proyectos acordes a la temática del vino.

Decoradores, diseñadores o arquitectos, que realicen proyectos acordes al mundo rural y artesanal.

Decoradores, diseñadores o arquitectos, que busquen una estética acorde al objeto para complementar un proyecto o espacio específico.

Fuentes de ingresos

Postulación a fondos concursables (FONDART y SERCOTEC).

Postulación a programas de fundaciones (Fundación Claro Vial).

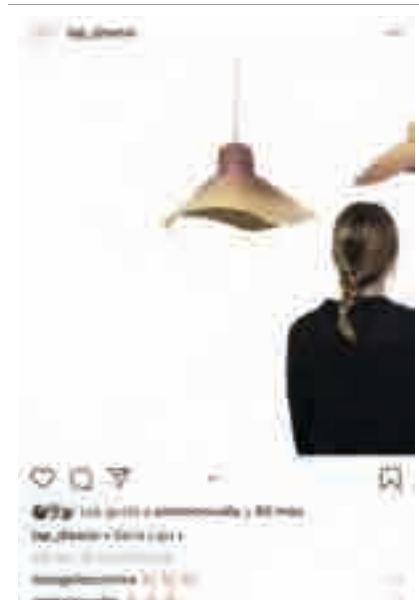
Venta de productos.

Difusión

El proyecto se difunde en las plataformas de LAP: Instagram y página web. Instagram es la principal vía de difusión, dónde se utilizan publicaciones, historias, mensajería, y un link a la web. Se centra en la narrativa de los proyectos, sus orígenes, procesos productivos, identidad, y en posicionar el producto como un objeto de deseo y exclusivo. Se busca crear una comunidad que comparta el interés por el diseño y el patrimonio. En la página web se presenta qué es LAP, Laju y se crea un espacio de "blog", que explique en profundidad los aspectos de Laju y futuros proyectos. Además presenta quienes crean los proyecto, y cuenta con un sistema para contactarse a través del mail. Se apunta a vender a través de otras páginas dedicadas al comercio de productos de diseño y diseño local, las que se informarán tanto en Instagram como en la web. Ambas plataformas permiten recibir un feedback, análisis de datos y comportamiento de los clientes, lo que ayuda al futuras decisiones.



Código QR para ingresar a Instagram @Lap_diseño

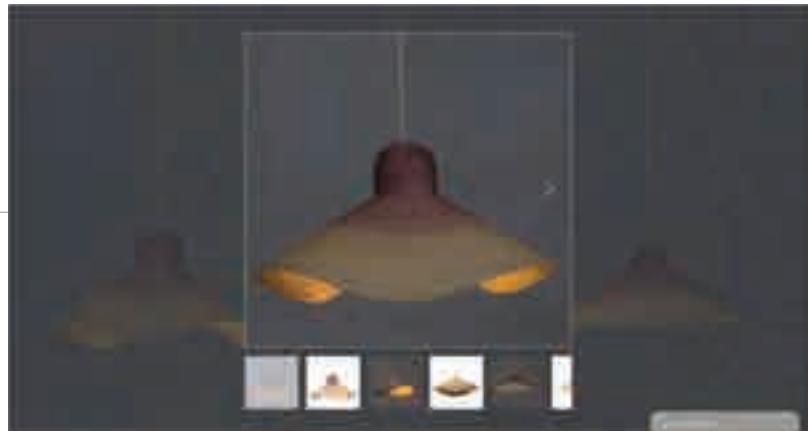


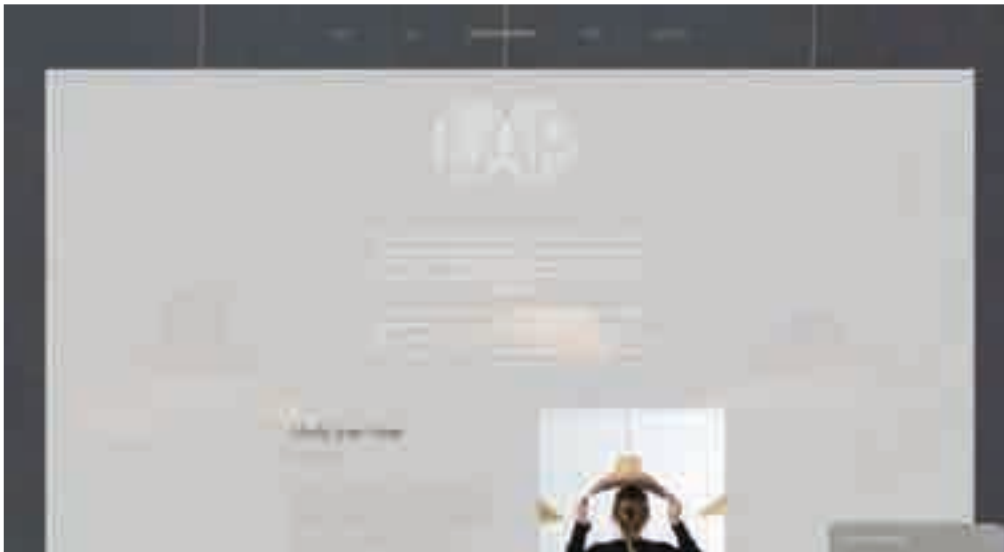


La página fue creada a través de una plantilla Wix, con el dominio www.lapdiseno.com. Busca comunicar lo esencial del proyecto, siendo precisa en sus descripciones, como podemos ver en la página de inicio. Tiene una sección en el "Inicio", que muestra lo último en Instagram.

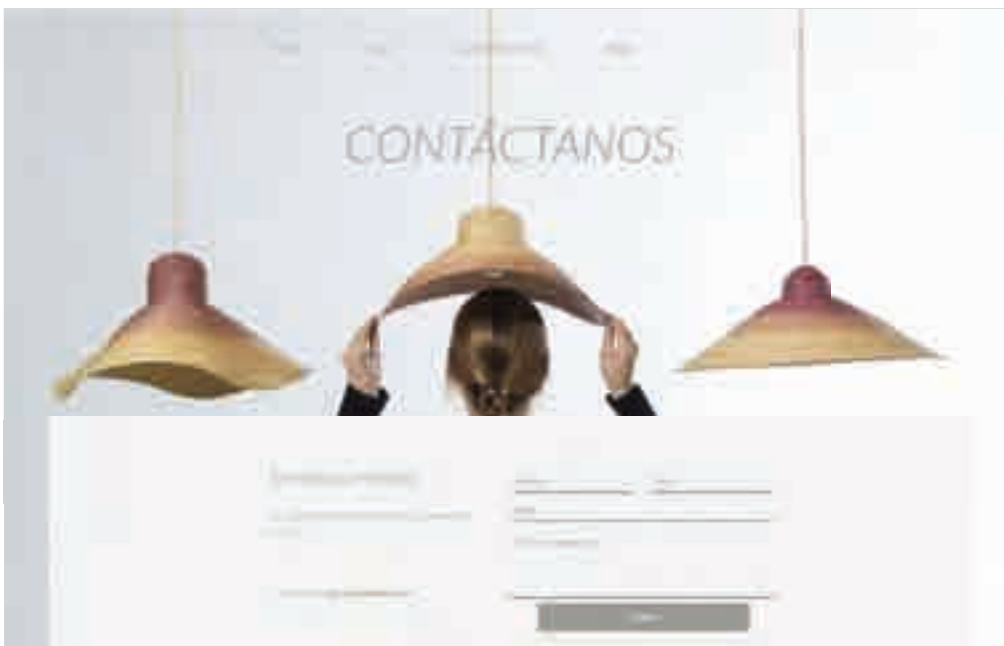


Sección "Laju". En esta pestaña podemos encontrar una descripción general de laju, y una galería de fotos que presenta cada modelo encendido y apagado, y el packaging en el que viene. Abajo como sugerencia se señalan las entradas del blog que se recomiendan para comprender el proyecto en profundidad.



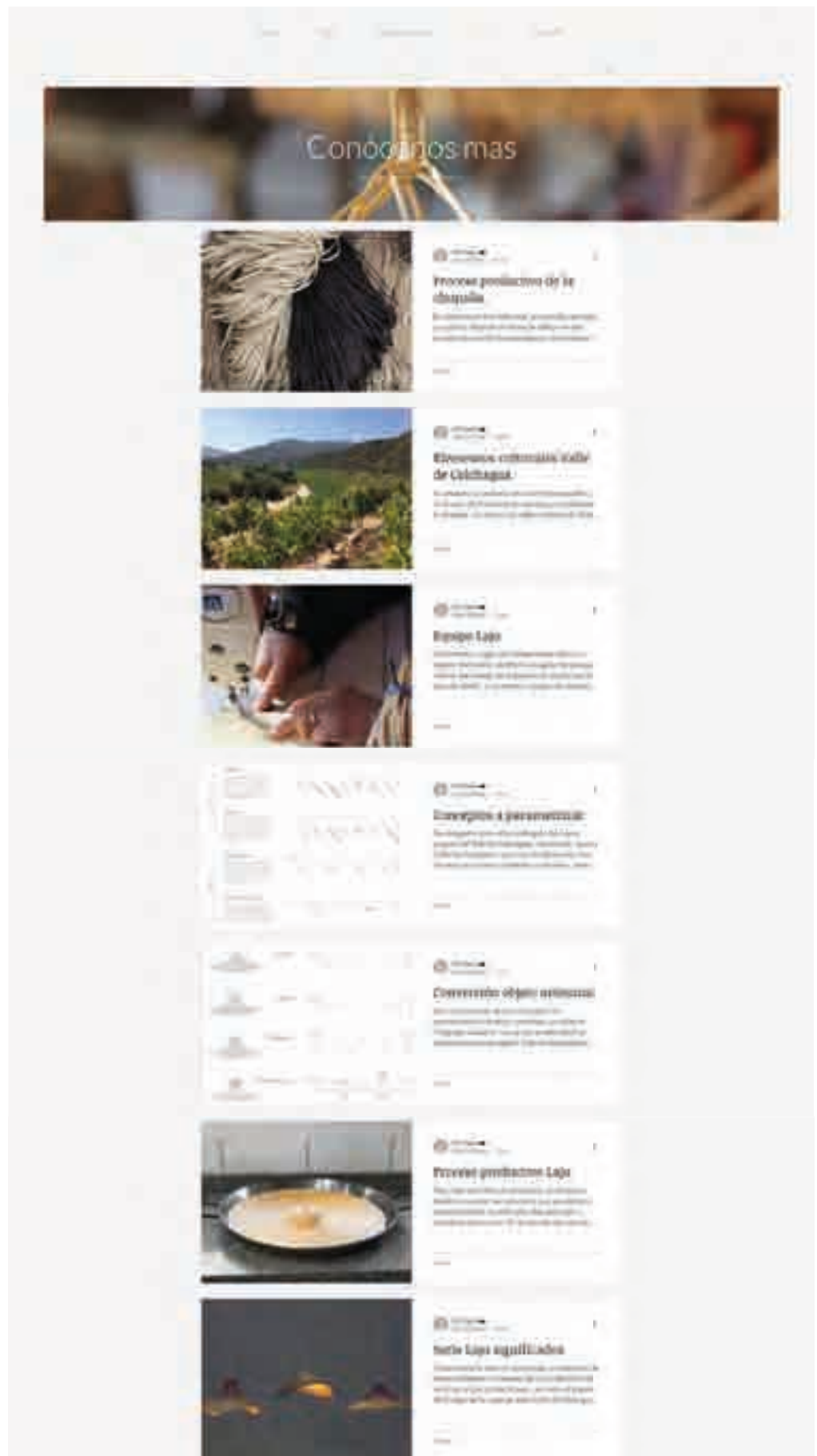


"Quienes somos", es una sección que incorporará artesanos a medida que crezca el proyecto, tanto en Laju como en otras artesanías.



"Contáctanos", permite a las personas comunicarse para resolver preguntas y asuntos. Además se pueden suscribir, y recibir constantemente información y noticias de LAP.

"Blog", esta sección presenta en 7 publicaciones el proceso para comprender la metodología LAP, aplicada al caso de Laju. Mas adelante se incorporará nueva información acorde a los proyectos que se desarrollen en el futuro.



Proyecciones

A corto plazo

Las próximas decisiones apuntarán a los desafíos de corto plazo, que se centran principalmente en el diseño de más modelos de luminarias trabajando con más variedades de orujo tanto de la zona de Colchagua, ampliando la línea Laju, como de otros valles generando nuevas líneas, como por ejemplo “Nin” en el caso de trabajar con el Valle del Itata y artesanos de Ninhue. Por otro lado, se quiere crear un modelo de compra personalizado, que además de poder comprar luminarias con más cable para diferentes alturas, se puedan personalizar los diámetros de las clochas para proyectos más grandes con espacios amplios (solo en casos puntuales), ya que se deben hacer las estructuras proporcionales para su elaboración, en caso de no encajar en las existentes. Santa Cruz será sede oficial de la Conferencia Mundial de Turismo Enológico de 2019, por lo que en diciembre se pretende exponer la serie Laju, ya que Juanita Muñoz es una de los artesanos invitados a mostrar su trabajo, y se aprovechará para presentar este proyecto que une el mundo artesanal con el tema principal de la conferencia.

Se quiere formalizar la Alianza con la Viña Santa Rita, para a principios del 2020, poder comenzar con la nueva producción previamente diseñada según los orujos de la temporada, y financiar parte del proyecto (Asuntos Corporativos y Sustentabilidad). Además se postulará a la Fundación Claro Vial para financiar la otra parte del proyecto, y así poder comenzar a funcionar el primer año. Por último, se debe formalizar la asociación con Artesanías de Chile, quienes apoyarían el proyecto en cuanto a la organización con la red de artesanos y puntos de venta.

A largo plazo

Para el 2020 se planea postular con Laju, junto a Juanita Muñoz, al Sello de Excelencia a la Artesanía de Chile 2020:

“Este reconocimiento destaca la excelencia de artesanías a nivel nacional, de acuerdo a los parámetros de la UNESCO, con el objetivo de ampliar su desarrollo, incentivar la creatividad y promover sus productos, fortaleciendo con ello su valor cultural, social y económico” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2019).

También se pretende abrir nuevos casos de estudio, incorporando nuevas líneas de productos a partir de distintas artesanías y territorios. Para esto, se buscará financiamiento según cada caso y sus potenciales alianzas, además de la postulación a distintos fondos.



Nin es el nombre de una potencial línea de luminarias, creadas bajo los mismos parámetros de Laju, pero con artesanos de Ninhue y cepas propias del Valle del Itata.

Puntos de venta

Laju espera ser vendida en tiendas físicas que ofrezcan productos de diseño nacional, como Creado en Chile, tiendas de diseño e iluminación, por ejemplo, Interdesign, y lugares relacionados al vino como wine shops. Además, Artesanías de Chile tiene el proyecto de abrir una nueva tienda en el centro GAM, que apuntará a la venta artesanías innovadoras y contemporáneas.

También apunta a la venta online abriendo una sección de compra en la página web de Lap, y postular a la participación en plataformas enfocadas a la venta y difusión para creadores chilenos, sitios web como creadoenchile.cl, theproductculture.cl, y paginas enfocadas en el diseño, por ejemplo, milk.cl.

Fondos concursables

FONDART (Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes), Ministerio de las culturas, las artes y el patrimonio.

“Su objetivo es apoyar el desarrollo de las artes, la difusión de la cultura y la conservación del patrimonio cultural de Chile” (Fondart).

El proyecto Lap puede postular a las siguientes líneas:

- Nacional, línea de circulación nacional e internacional.
- Nacional, línea de artesanía.
- Nacional, línea de diseño.
- Regional, creación artística.

SERCOTEC (Servicio de Cooperación Técnica), corporación dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

“Dedicada a apoyar a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país, para que se desarrollen y sean fuente de crecimiento para Chile y los chilenos” (Sercotec).

El proyecto LAP puede postular a:

- Capital Semilla Emprende Regional o Nacional.
- Capital Abeja Emprende Regional o Nacional.



Pulp Lamp. Fuente: www.romerodellana.com

9. Conclusiones

“El vino es un producto que habla de la tierra, de un lugar, de la cultura, de su gente. Creo que la gracia que tiene el vino a través de todos los años de historia que tiene, es que diferentes culturas y generaciones, han ido entendiendo cómo diferentes lugares; zonas del mundo no solo aquí en Chile, en el mundo entero; van mostrando a través del vino sus tradiciones culturales, de gente, de familia”.

Reitero esta cita del enólogo Sebastián Labbé, ya que el mensaje que comunica desde el mundo del vino se aplica de la misma forma en la artesanía, y mucha de ella está desapareciendo. Salir del ruido y el ritmo de la ciudad, para insertarse en una calma que conecta y despierta los sentidos, invita a observar con pausa y valorar detalles que muchas veces no podemos ver. El insertarse en el mundo rural, sus sonidos, paisajes y su gente, despertó el interés de reflejar en este proyecto la esencia de estos lugares. Los artesanos compartieron conmigo su tiempo, sus saberes, historias de vida y preocupaciones. Me abrieron las puertas de sus casas, talleres y mentes, en especial Juanita y Jaime Muñoz, quienes confiaron en mi proyecto desde un comienzo, siendo parte fundamental de él.

A pesar de haberme relacionado con objetos de este tipo toda mi vida, lo que me incitó a comenzar este proyecto, no había tomado completa conciencia de la dedicación, finura del trabajo y generaciones de conocimiento que hay detrás ellos y hoy pelagra. Ahora miro de otra manera, veo en la artesanía un verdadero lujo que tal vez no sabe lucirse para que todos lo vean, veo la necesidad de generar un consumo responsable y consciente para apoyar a artesanos y diseñadores que han elegido dedicar su tiempo para mantener vivos estos oficios, valorando más que nunca la calidad, materialidad y los significados.

¿Cómo podemos renovar la artesanía? ¿Es pertinente hacerlo? Son las interrogantes que impulsan este proyecto desde un comienzo, estando presentes durante todo su desarrollo. La fina línea que diferencia una artesanía tradicional de un producto hecho a mano, no está descrita en ningún lugar. LAP logra generar un método que permite desarrollar la renovación de estas artesanías valorizándolas a través de su identidad territorial, como es el caso de Laju. Este es un claro ejemplo de un producto que logra reinventarse, conservar la tradición, y llenarse de un significado cultural. Se logra un resultado romántico en cuanto a la renovación de la artesanía por medio de la inspiración de sus elementos identitarios, traducidos en parámetros de modificación asociados a la forma y color; pero a la vez práctico, ya que se diseñan productos contemporáneos, de uso cotidiano, replicables, únicos y diversos. LAP tiene potencial porque Chile tiene el potencial, tiene la diversidad cultural a lo largo de su territorio, tiene la riqueza de lugares y recursos naturales, y tiene todavía gente dedicada a la artesanía y dispuestas a renovarla para que siga existiendo.

¿Es pertinente hacerlo? Sí es pertinente renovar la artesanía, ya que está en peligro de extinción y necesita nuevos aires sin perder su esencia. ¿Cómo podemos renovarla? LAP es un camino que logra este desafío, y demuestra que se puede enriquecer una artesanía haciéndola aún más identitaria, y deja las puertas abiertas para que nuevas metodologías propongan nuevos caminos que ayuden a la salvaguardia de estos oficios.



Estas luminarias son un ejemplo de lo que menciona Verganti sobre la innovación del significado del objeto, no son una solución mejor para iluminar, pero su significado como algo cálido, único y cultural, lo hacen ser un producto especial.

10. Referencias Bibliográficas



Juanita Muñoz trenzando la paja. Elaboración personal 2019.

Álvarez, R. & Rendón, J. (2010). *El territorio como factor de desarrollo*. Semestre Económico, 13(27), 39-62

Bosch, N. (2019). *Tendencias Deco 2019 Revista ELLE*. Recuperado de: https://www.elmueble.com/ideas/decoterapia/tendencias-deco-2019_42547/9

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2013) *Caracterización y construcción de perfiles de los artesanos reconocidos por el sello de excelencia a la artesanía*. Recuperado de: <http://www.observatoriocultural.gob.cl/wp-content/uploads/2014/08/Informe-Final1.pdf>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2013) *Caracterización de los canales de comercialización de la artesanía e identificación de buenas prácticas*. Recuperado de: <https://chileartesanía.cultura.gob.cl/archivos/documentos/357b930662.pdf>

Craft Revival Trust, Artesanías de Colombia S.A., UNESCO. (2005). *Encuentro entre Diseñadores y Artesanos: Guía práctica*. Nueva Delhi.

Díaz R. (2017). *Las hijas del trigo*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=R-bBXnRTK7A>

Dis-up. (2013). *Less CPP, Catenary Pottery Printer*. Recuperado de: <https://www.disup.com/less-cpp-por-gt2p/>

División de Innovación del Ministerio de Economía (2009). *Política nacional de innovación para la competitividad, orientaciones y plan de acción 2009-2010*. Santiago: División de Innovación, Ministerio de Economía.

Dupon O. (2011). *The New Artisans*. United Kingdom: Thames and Hudson.

Durán A. Docente UC. *Comunicación personal*, 30 de julio de 2019.

Educarchile. (2013). *Historia huasa*. Recuperado de: <http://m.educarchile.cl/portal/mobile/articulo.xhtml?id=106980>

Equipo Editorial. (2015). *Paracrafting: más paramétrico, menos digital*. Recuperado de: <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/776244/paracrafting-mas-parametrico-menos-digital>

Fernández C. & Miranda S. (2018). *El vino se huele, se saborea y con Wine Loves Music, también se escucha*. Recuperado de: <https://www.vinetur.com/2018110648661/html>

Fernández F. (2015). *Tesoros humanos vivos: Colchoneras y colchanderos de trehuaco*. Recuperado de: <https://vimeo.com/147852009>

Fondos Cultura. (2018). *FONDART Nacional, Líneas de concurso*. Recuperado de: <https://www.fondosdecultura.cl/fondos/fondart-nacional/lineas-de-concurso/>

García, R. (2019) *Las 6 tendencias deco de 2019* Arquitectura y Diseño.. Recuperado de: https://www.arquitecturaydiseno.es/reformas/tendencias-decorativas-y-interiorismo-2019_2267/2

Giralt, E. (2019). *Tendencia: mimbre, esparto y ratán*. Recuperado de: https://www.elmueble.com/ideas/decoterapia/lo-ultimo-una-casa-fibrada_40540/20

Gonzales N., Hormazabal V., Martínez L. & Naulin P. (2014). *Objetos cotidianos en fibra vegetal*. Santiago: MAPA, CNCA y U. de Chile Facultad de Artes.

Guerra, A. (2018, noviembre 12). *Todo lo que hay detrás de una buena chupalla*. Revista del Campo, 2.209, pp.12-13.

Guzmán T., Velasco V. & Hurtado C. (2019). *Diálogo de Artesanía y Diseño* CCPLM.

Hoces de la Guardia, S. Docente UC. *Comunicación personal*, 22 de octubre de 2018.

Hoces, S., Alfaro, E., Rodríguez, C., Arredondo, S., Labrín, E., Castro, G., Mullins, I., Díaz, J. (2010). *5 fibras vegetales*. Santiago: Ediciones Universidad Católica De Chile.

Hurtado C. Directora Artesanías Chile. *Comunicación personal*, 17 de mayo de 2019.

Iglesias A. (2016). *20 términos para descubrir un vino*. Recuperado de: https://www.bonvivir.com/category/notas/abc_vino/

Infante, I. (2017). *Tintes naturales: la forma de acercarnos a la naturaleza*. Recuperado de: <https://laderasur.com/articulo/tintes-naturales-otra-forma-de-acercarnos-a-la-naturaleza/>

Izquierdo P. Fundadora Taller Maíz. *Comunicación Personal* 20 de junio de 2019.

Jélvez, P. Docente UC. *Comunicación personal* 26 de octubre de 2018.

Labbé S. Enólogo Viña Sta. Rita. *Comunicación personal*, 16 de mayo de 2019.

Lakoff G. & Johnson M. (2003). *Metaphors we live by* (2nd ed.). Chicago, IL: University of Chicago Press

Larraín, H., Ramírez, J., Baixas, I., Rodríguez, C., Aldunate, C. & Piwonka, N. (1993). *Chile Artesanía Tradicional*. Santiago: Ediciones Universidad Católica De Chile.

Leyton, E. (2006). *El viaje de la artesanía: desde la cultura popular a la de mercado*. Revista de antropología rural, N°0001, 9-22.

LN. (2018). *Diseño Paramétrico*. Recuperado de: <https://www.luisan.net/blog/disenio-grafico/disenio-parametrico>

Martínez, J. (2016). *Los negocios artesanales se abren paso y se convierten en una buena oportunidad de éxito*. Recuperado de: <https://www.iebschool.com/blog/negocios-artesanales-marketing-estrategico/>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. (2019). *Abierta convocatoria para el Sello de Excelencia a la Artesanía de Chile*. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.cl/convocatorias/sello-de-excelencia-a-la-artesanía-de-chile-2019/>

Molinare, A. (2011). *¿Qué es el diseño paramétrico?* Plataforma Arquitectura. Recuperado de: <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/02-118243/%25c2%25bfque-es-el-diseno-parametrico>

Mollenhauer, K. & Hormazábal, J. (2011). *Metodología para estrategias de emprendimiento design-driven: Modelo didáctico para la enseñanza de la innovación de significado*. Seminario-taller dictado para profesores de la Facultad de Diseño de la Universidad de Aguas Calientes del 19 al 23 de septiembre de 2011. Aguas Calientes, México: Manuscrito no publicado.

Mollenhauer, K. & Hormazábal, J. (2012). *Sistema de innovación basado en la red de valor. Diseño orientado a la gestión del patrimonio territorial como activo para el desarrollo económico de las micro y pequeñas empresas*. Revista Chilena de Diseño (2), 15-36.

Mollenhauer, K & Hormazábal, J. (2013). *Clusters innovativos en un territorio: modelo design-driven para la generación de propuestas de valor*. Diseña (6), 70-81.

Mollenhauer, K & Hormazábal, J. (2014). *Estrategias intensivas en Diseño para el desarrollo del territorio y didáctica para la formación de Capital Humano Avanzado*. Revista Mediar, (0), 20-49.

Museo Andino. (2006). *Museo Andino Fundación Claro Vial*. Recuperado de: www.museoandino.cl/fundacion/historia

Muñoz J. Artesana. *Comunicación personal*, 19 de julio de 2019.

Navarrete, B. (2016). *Informe Diagnóstico y Propuestas para la elaboración de Anteproyecto de Ley para el sector Artesanal Chileno*. Santiago.

Nielsen, J. (2000). *Why You Only Need to Test with 5 Users*. Recuperado de: <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>

Núñez, E. & Lacoste, P. (Marzo 2017). *Historia de la chupalla: sombrero de paja típico del campesino chileno*. Idesia, 35 no.1.

Ovalle T. Enóloga Viña Sta. Rita. *Comunicación personal*, 13 de julio de 2019.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (2000). *La economía de la experiencia. El trabajo es teatro y cada empresa es un escenario*. Barcelona: Gránica.

Porter, M. (2008). *Chile se ha demorado en crear las bases para la competitividad a nivel microeconómico*. Recuperado de: <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=47683>

Real Academia Española[RAE]. (2016) *Definiciones*. RAE. Recuperado de: www.rae.es

Rodríguez, A. (2018). *7 razones para decorar con fibras naturales*. Revista ELLE. Recuperado de: <https://www.elle.com/es/living/decoracion/a22055761/decoracion-fibras-naturales/>

Rodríguez, C. & Alfaro, E. (2009). *Dossier n°2 Taller A+D Encuentro en Santiago de Chile. Santiago: Sector Cultura de la Oficina Regional de Ciencias para América Latina y el Caribe de Unesco*.

Rodríguez, C., Alfaro, E., Albornoz, C. & Ceballos, P. (2008). *Chile Artesanal. Patrimonio hecho a mano*. Santiago: Colección Patrimonio.

Rodríguez, C., Alfaro, E. & Cerda, P. (2005). *Artesanía, nuestra cultura viva*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Romero de Llanas E. PET Lamp. *Comunicación personal*, 25 de junio de 2019.

Salazar, T. & Castillo, E. (2013). *Artesanía de excelencia: un sello para la creación nacional*. Santiago: Publicaciones Cultura.

Salazar, T., Oliva, A., Guzmán, T, Landa, L. (2011). *En diálogo con la Innovación: Artesanía chilena contemporánea*. Santiago: Publicaciones Cultura.

Sercotec.(2019) *¿Quiénes somos?*. Recuperado de: <https://www.sercotec.cl/quienes-somos/>

Spence C. (2011). *Crossmodal correspondences: a tutorial review*. Recuperado de: <https://link.springer.com/content/pdf/10.3758%2Fs13414-010-0073-7.pdf>

Spence C. & Deroy O. (2013). *How automatic are crossmodal correspondences?* Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.concog.2012.12.006>

Spence C., Deroy O., & Crisinel A. (2013) *Crossmodal correspondences between odors and contingent features: odors, musical notes, and geometrical shapes*. Recuperado de: <https://doi.org/10.3758/s13423-013-0397-0>

Straschnoy, C. (2018). *En la era post industrial, el nuevo lujo está en el trabajo artesanal*. Revista ELLE. Recuperado de: <https://elle.mx/moda/2018/06/13/lujo-trabajo-artesanal/>

Surraco, C. (2014). *Desarrollan tintes naturales para lana de oveja* .Recuperado de: <https://inta.gob.ar/noticias/desarrollan-tintes-naturales-para-lana-de-oveja>

Unesco. (1997). *Artesanía y Diseño*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/creativity/creative-industries>

Unesco. *Técnicas Ancestrales Tradicionales*. Recuperado de: <https://ich.unesco.org/es/tecnicas-artesanales-tradicionales-00057>

Verganti R. *Meaningful innovation in a world awash of ideas*. Recuperado de: <http://www.leadin-lab.polimi.it/?p=19711>

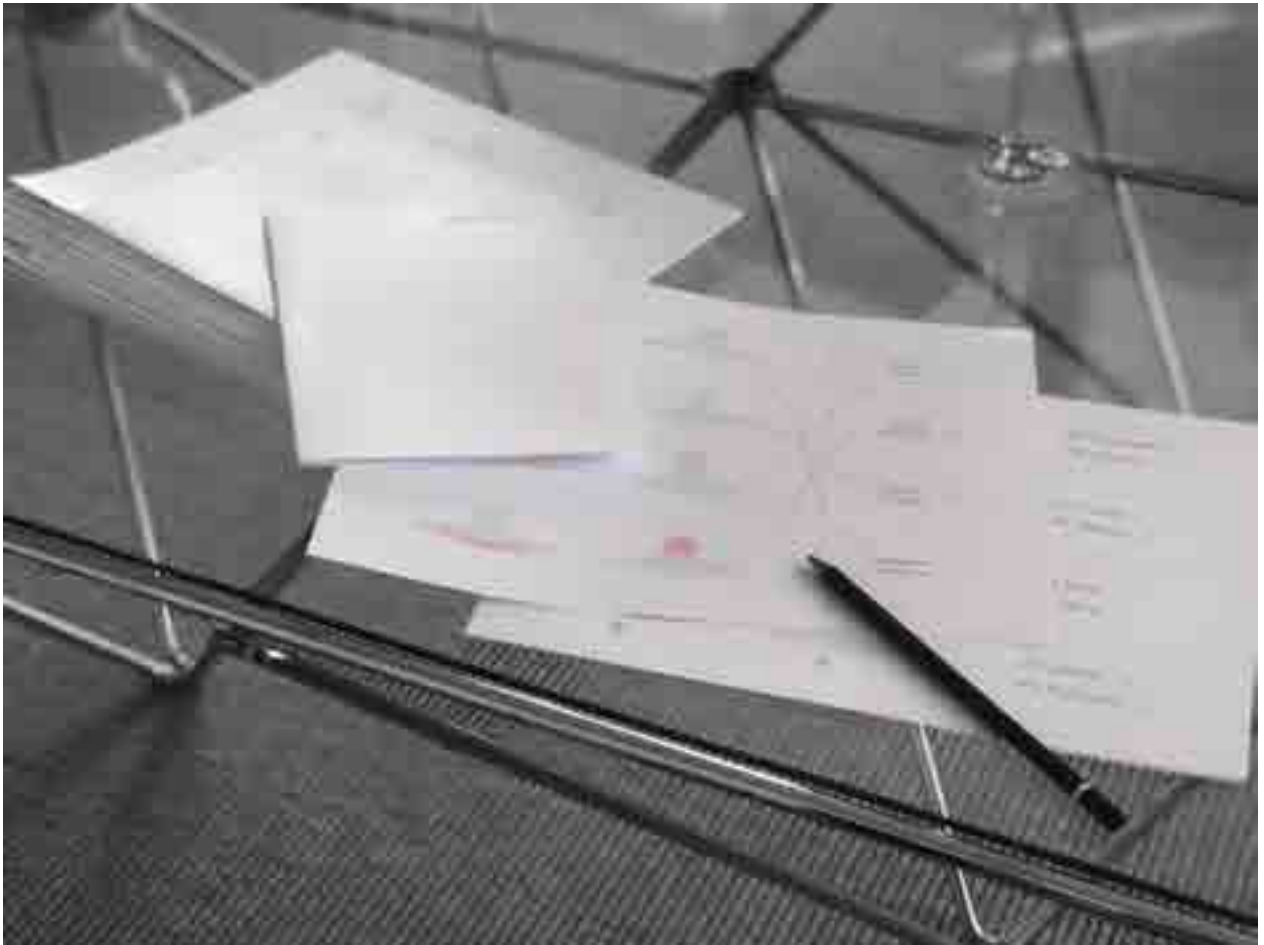
Villalobos, A. (2018, noviembre 11). *Las manos que tejen el trigo*. Paula, 1275, pp. 42-50.

Wan X., Woods AT., Van den Bosch J.J.F., McKenzie K.J., Velasco C. & Spence C. (2014). *Cross-cultural differences in crossmodal correspondences between basic tastes and visual features*. Recuperado de: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2014.01365/full#B13>

Zurita, M., Oyarzún, J. & Cisternas, L. (2011). *Reporte estadístico N°19: Sistema de Registro Nacional de Artesanía Sirena*. Santiago: Publicaciones Cultura.

Zurita, M., Oyarzún, J. & Cisternas, L. (2011). *Reporte estadístico N°25: Caracterización de los canales de comercialización de la artesanía e identificación de buenas prácticas*. Santiago: Publicaciones Cultura.

11. Anexos

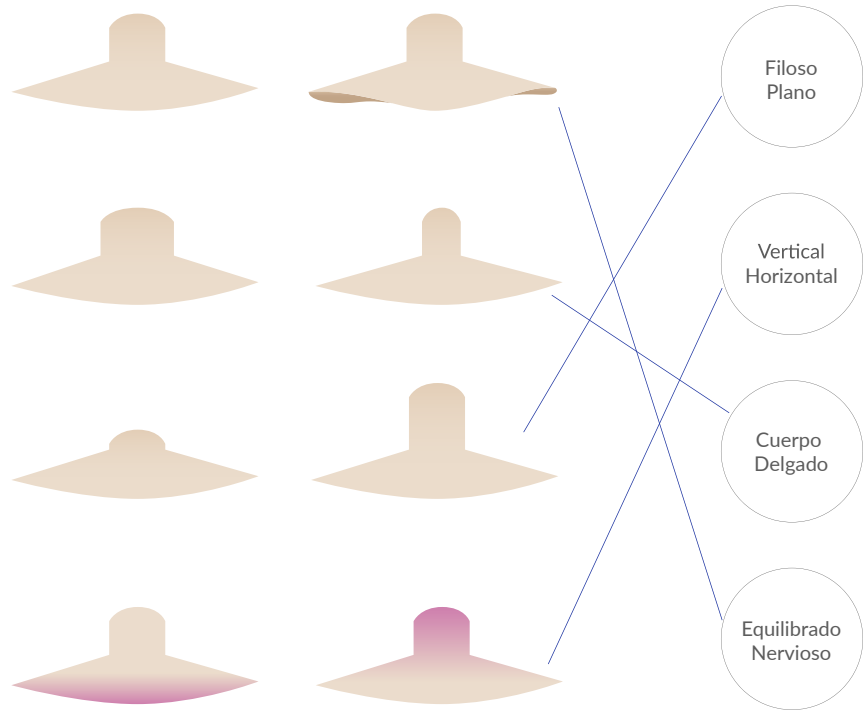


Testeo. Elaboración personal 2019

Testeo asociación formal a conceptos:

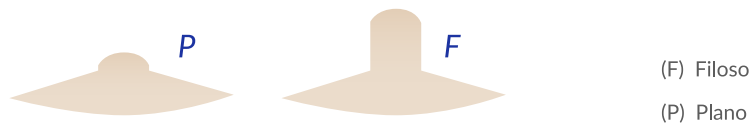
Se le realizó la prueba a 20 personas divididas en 4 grupos de 5. Cada grupo realizó una prueba similar a esta, que se fue corrigiendo según las observaciones y errores hasta llegar a esta última pauta, realizada al último grupo. Esta consta de 5 ejercicios y una hoja explicativa. En base a esto se diseña la información que aparece en el folleto, para que las personas sean capaces de entender la luminaria adquirida.

1



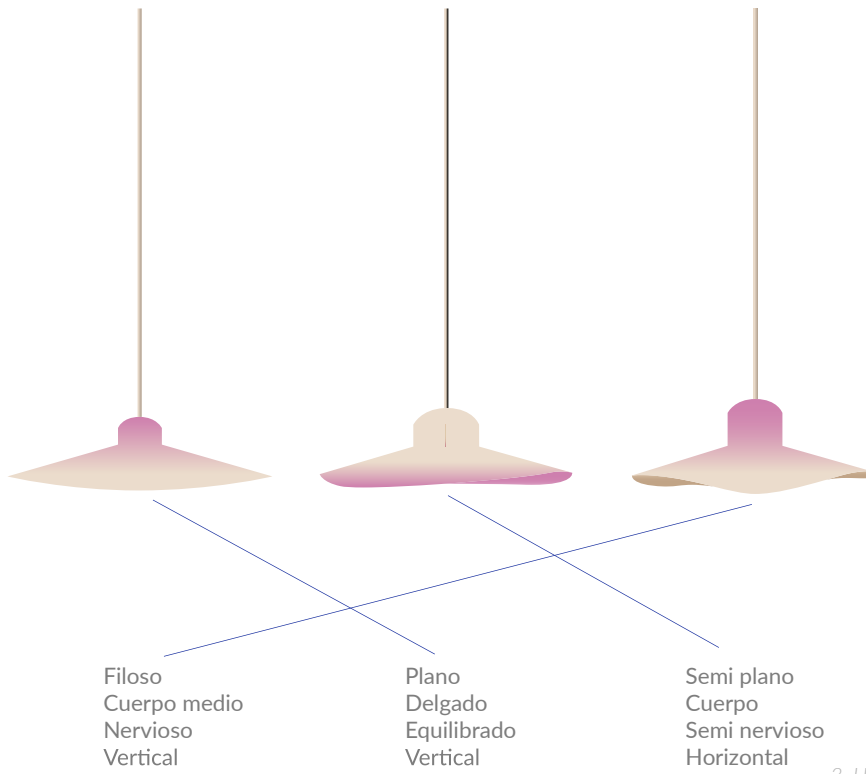
1. Unir la fila horizontal de ilustraciones (observar variación por grupo) con una de las agrupaciones de conceptos del costado.

2



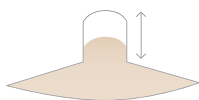
2. Escribir la inicial del concepto que corresponde a cada ilustración. Los conceptos son los anotados al costado de cada grupo de ilustraciones.

3



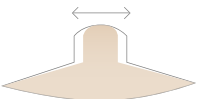
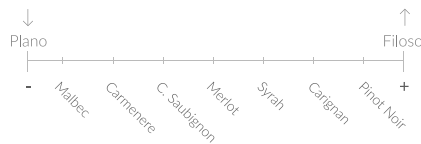
3. Unir cada ilustración de luminaria al grupo de conceptos que mejor la describa.

4



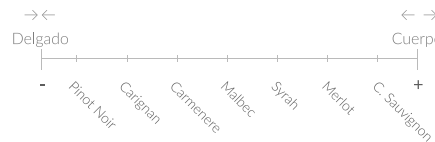
Acidez:

Hay cepas más ácidas que otras. Un vino con poca acidez se describe como plano, por el contrario, con alta acidez, más filoso.



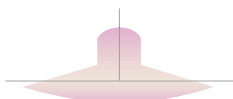
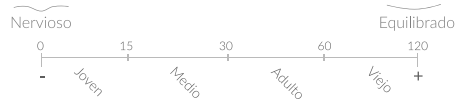
Tanino:

El tanino es una sustancia que le da estructura al vino, a mayor tanino más cuerpo tiene un vino, y un vino delgado tiene tanino bajo.



Edad parra:

Los años le dan equilibrio al vino, una parra vieja produce vinos que duran más tiempo. Una parra joven da un vino más nervioso.



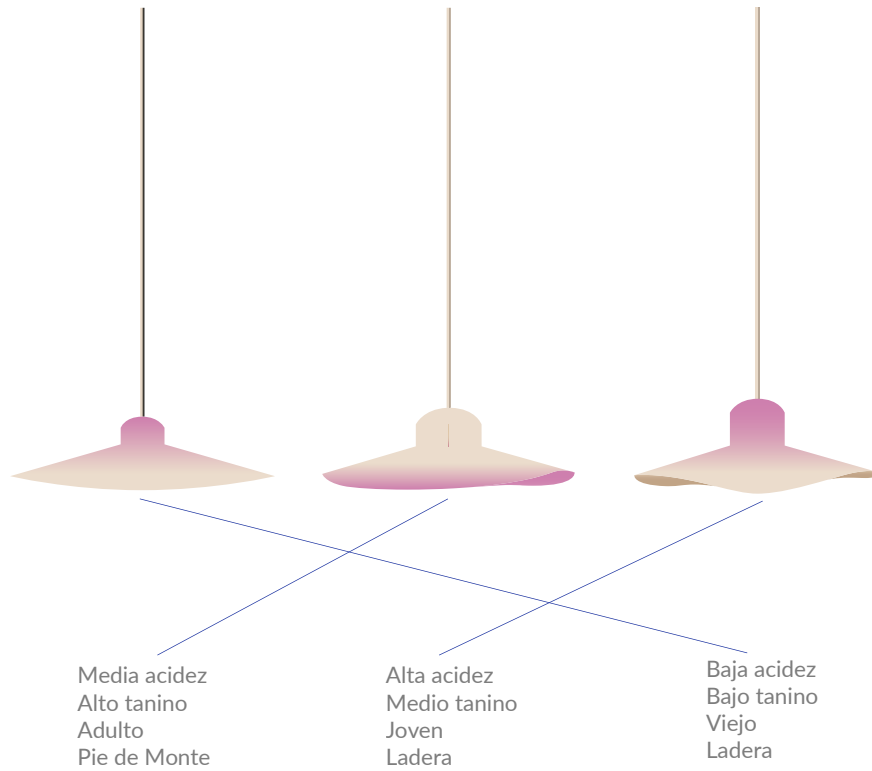
Pendiente suelo:

Una parra en ladera tiene raíces más cortas que una en plano, absorbe menos agua y produce un vino más vertical.



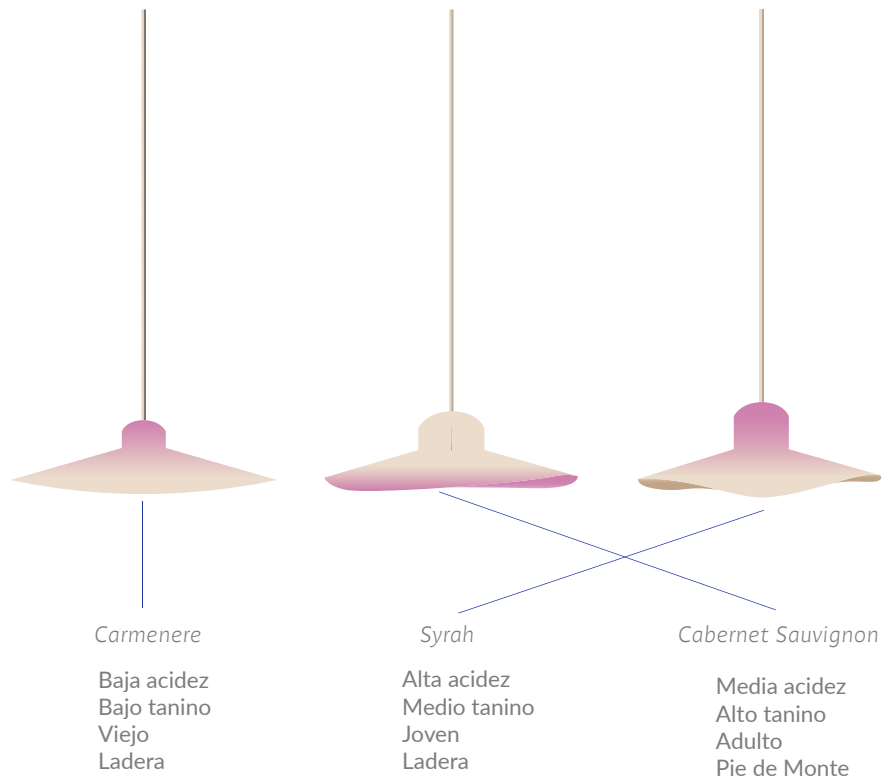
4. Hoja explicativa. Unión de conceptos con aspectos técnicos, formales y cromáticos.

5



3. Unir cada ilustración de luminaria al grupo de palabras técnicas que mejor lo describa, con ayuda de la hoja número 4.

6



3. Unir cada ilustración de luminaria al grupo de palabras técnicas que mejor lo describa, sin ayuda de la hoja número 4. Esta hoja refleja el aprendizaje y entendimiento.



Testeo. Elaboración personal 2019





Las páginas de esta tesis se
imprimieron en papel bond de 110 gr.

Los textos fueron compuestos con la
familia tipográfica Lato.

Esta edición fue impresa en
Septiembre de 2019, en Santiago,
Chile