



DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño

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



ARTESANÍA VIVA

Sistema de gestión y comunicación
del valor tras la artesanía nacional

Autora: Elena Silva Armstrong

Profesor guía: Andrés Villela

Julio 2023

Santiago, Chile

Agradecimientos

Quiero agradecer a todos quienes estuvieron presentes en este proceso.

A mi papá, por sus ideas y propuestas para este proyecto y por apoyarme a lo largo de la carrera. Al resto de mi familia por su preocupación y apoyo constante.

A mi guía Andrés, por los consejos, la paciencia y la buena disposición desde los inicios de este proyecto.

A la Nachi por ser una gran compañía en esta etapa, siempre motivándome y aconsejándome.

A mis amigas por todas las experiencias que vivimos juntas y por hacer que estos años de universidad sean realmente inolvidables.

Índice

1. INTRODUCCIÓN

- 6 Introducción
- 7 Formulación inicial del proyecto

2. MARCO TEÓRICO

- 9 Patrimonio cultural
- 10 Artesanía en Chile
- 13 Artesanía y diseño

3. CONTEXTO

- 16 Caso de estudio: Artesanía textil aymara

4. FORMULACIÓN / OBJETIVOS

- 21 Reformulación de los 3 Qué
- 22 Objetivo general
- 23 Objetivos específicos

5. USUARIOS

- 25 Definición de usuario

6. REFERENTES

- 30 Referentes

7. DESARROLLO DEL PROYECTO

- 32 Entrevistas a artesanas
- 35 Encuesta al público general
- 38 Ejercicios de percepción de valor: Impacto por dimensión
- 45 Ejercicios de percepción de valor: Perfiles de comprador
- 47 Ejercicios de percepción de valor: El impacto de la marca
- 49 Cómo comunicar el material
- 52 Cómo comunicar el tiempo
- 54 Antecedentes
- 56 Parámetros
- 57 1er prototipo
- 60 Prototipado con María Choque
- 62 2do prototipo
- 65 Prototipado con Felipa Condori
- 68 3er prototipo

- 71 Diseño final

- 73 Más que una etiqueta

- 74 Antecedentes

- 75 Referentes

- 76 Plataforma

8. MARCA

- 92 Marca Artesanía Viva

9. IMPLEMENTACIÓN

- 94 Proyecciones

- 98 Mapa de actores

10. CONCLUSIONES

- 102 Conclusiones finales

11. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

- 104 Bibliografía

- 106 Anexo: Entrevistas y llamadas

- 107 Anexo 2: Video plataforma

- 108 Anexo 3: Business Model Canvas



Fotografía de Cordillerana

1. Introducción

Introducción

La artesanía tradicional es una de las más relevantes expresiones patrimoniales, pues más allá de lo tangible y material, los oficios tradicionales son la historia contada por medio del trabajo manual, volviéndose el relato vivo de una cultura, su memoria, cosmovisión y experiencias. Por este mismo motivo, la salvaguarda y continuidad de la difusión de las técnicas ancestrales cobra vital importancia y se deben tomar las medidas necesarias para que se garantice su protección.

En el contexto nacional, la artesanía tradicional es reflejo de la cultura de cada localidad, siendo el área de la textilería una

de las manifestaciones culturales más destacadas. Esto lo podemos evidenciar en datos del Sistema de Registro Nacional de Artesanía (SIRENA), que hasta mayo de 2023 contaba con 3.279 artesanos y organizaciones inscritas, siendo el área textil la más importante en cuanto a cantidad de registrados, conformando el 32% de los artesanos. Sin embargo, el patrimonio - las creaciones, las técnicas y los mismos artesanos - ha sido escasamente valorado a escala local, por lo que para lograr aceptación se ha adaptado a modelos occidentales, los cuales hoy son un referente prácticamente obligatorio (Brugnoli et al., 2011).

Este fenómeno de occidentalización de la artesanía, conforma una amenaza para la continuidad de su patrimonio, debido a que el valor intangible oculto tras este - más allá del aspecto estético y práctico de la artesanía - representa el estilo de vida del artesano, siendo relato vivo de sus costumbres, sus tradiciones, su cosmovisión y de sus técnicas ancestrales, entre muchos otros elementos. Por este motivo, vale la pena cuestionar ¿De qué forma se puede comunicar este valor a un público occidental perteneciente a un mundo urbanizado ajeno a la cultura artesanal?

SISTEMA DE REGISTRO NACIONAL DE ARTESANÍA

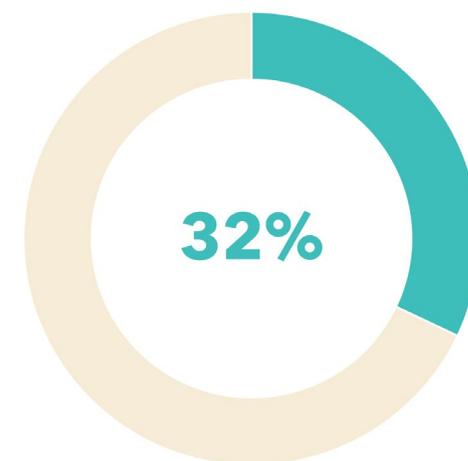


Figura 1: Registro de artesanos (SIRENA, 2023).

Formulación inicial del proyecto

QUÉ

Estrategia de codificación de los procesos artesanales articulado en un sistema de información gestionable por artesanas y artesanos para comunicar sus procesos de manera consecuente con la economía artesanal, permitiendo al comprador visualizar el valor simbólico y el trabajo tras la artesanía.

POR QUÉ

Porque la cadena de procesos tras las creaciones conforma la parte intangible de la artesanía, por esto su valor simbólico es escasamente comprendido por los compradores y el público general, lo cual afecta económicamente a los artesanos.

PARA QUÉ

Para generar enlaces entre el mundo del artesano y el público general a través de la comunicación de la cadena de procesos tras sus creaciones. De esta manera se busca que el comprador comprenda el valor intrínseco de la artesanía y empatice con el trabajo del artesano más allá del producto como resultado final de la cadena.



Fotografía de Artesanías de Chile

2. Marco Teórico

Patrimonio cultural

El patrimonio cultural se refiere a los productos o procesos heredados del pasado y transmitidos para el beneficio de las generaciones futuras, pudiendo ser material o inmaterial. Este último se refiere a un patrimonio vivo que es tradicional y contemporáneo a la vez. La base del patrimonio cultural inmaterial se encuentra en las mismas comunidades y sus tradiciones, motivo por el cual les otorga un sentido de pertenencia a éstas, siendo al mismo tiempo integrador y representativo de los miembros que las conforman (UNESCO, 2021).

Hoy en día, el patrimonio cultural inmaterial se encuentra vinculado a los mayores desafíos que enfrenta la sociedad, los cuales van desde el calentamiento global hasta las desigualdades económicas. Sin embargo, el gran desafío del patrimonio es mantenerse vigente, de manera de continuar su transmisión hacia las siguientes generaciones. Por este motivo, la salvaguarda y difusión patrimonial es considerada la clave para la promoción de la paz y el desarrollo sostenible de las comunidades. Para esto, el patrimonio cultural no debe mantenerse fijo, pues salvaguardar significa recrearlo de manera de transferir su saber y su valor a las siguientes generaciones (UNESCO, 2021).

“El patrimonio no es estanco y como una manifestación viva, se transforma.” (Alfaro, 2023).

Artesanía en Chile

En Chile la artesanía conforma una de las más relevantes expresiones tradicionales, pues los oficios ancestrales han sido parte de la historia del país desde tiempos precolombinos, siendo la textilería artesanal una de las principales áreas desarrolladas (Fundación Artesanías de Chile, 2021). La artesanía tiene su base en las tradiciones de los pueblos, siendo las creaciones del artesano reflejo del vínculo entre éste y su entorno. Por tanto, la artesanía tradicional es considerada tanto patrimonio material como inmaterial (Sepúlveda, 2003).

En este escenario, cobra importancia comprender el concepto de artesanía y las distintas clasificaciones que se desprenden de éste. El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), define a los artesanos y artesanas como personas "...capaces de elaborar con destreza, conocimiento, creatividad y expresión cultural objetos útiles, simbólicos, rituales o estéticos con materias primas provenientes de recursos sostenibles y generalmente representativos de un medio cultural" (Observatorio Cultural CNCA, s.f., p.4). Sumado a esto, el CNCA reconoce tres tipos distintos de artesanía, realizando distinción en relación al contexto propio de cada una:

*Imagen: Floreo.
Fuente: Edmundo Morales.*



ARTESANÍA CONTEMPORÁNEA:

Corresponde a producciones actuales que incorporan propuestas creativas, que aunque no requieren de referencias identitarias para la producción artesanal, podrían tenerlas.

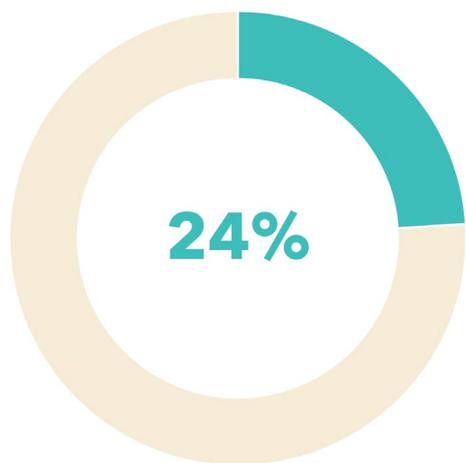
ARTESANÍA TRADICIONAL:

Se centra en la experiencia cultural de las comunidades, teniendo un marcado componente patrimonial y territorial, a la vez que manifiesta las creencias y formas de vida propias de cada comunidad. Se caracteriza por tener una estética representativa que se mantiene en el tiempo gracias al traspaso del conocimiento de generación en generación, manteniéndose relativamente estable con mínima incorporación de nuevos elementos.

ARTESANÍA INDÍGENA:

Se relaciona con la cultura de los pueblos originarios, siendo vehículo de su patrimonio inmaterial. Es la expresión de sus creencias, viéndose estas reflejadas en distintos artefactos de uso utilitario o ritual. Al igual que la artesanía tradicional, es a través de generaciones que se transmite esta actividad ancestral.

ARTESANÍA INDÍGENA



Hoy en día, tan solo el 24% de los artesanos y artesanas inscritas en el Sistema de Registro Nacional de Artesanía pertenecen a la categoría de artesanía indígena (SIRENA, 2011), la cual se mantiene viva principalmente gracias a mujeres artesanas pertenecientes a las culturas ancestrales mapuche y aymara (Fundación Artesanías de Chile, 2021).

Figura 2: Artesanía Indígena (SIRENA, 2011).

Artesanía y diseño

La artesanía no es estática, tiene una esencia de cambio que es parte de su relato. Por esto, la artesanía no puede concebirse sin innovación, lo cual no significa dejar de lado su identidad cultural y su valor tradicional, sino permitirle seguir su curso natural de cambio, con un profundo respeto y comprendiendo el mundo artesanal desde una mirada global e integradora entre artesano, obra y su saber hacer como un todo. En consecuencia, la mirada del diseñador no debe limitarse a resoluciones técnicas, sino por el contrario, se tiene que tener una visión amplia y comprensiva de las implicancias éticas de la artesanía, siendo consciente de los problemas sociales en torno al mundo artesanal (Alfaro & Rodríguez, 2009).



Figura 3: Mirada global.
Fuente: Elaboración propia.

Desde esta esencia de cambio se presenta una oportunidad para trabajar en cuanto a patrimonio cultural inmaterial, valor simbólico, salvaguarda y difusión de este, ocupándose de generar enlaces entre el público general y la realidad de los artesanos y artesanas, de manera de lograr estrategias de rescate de patrimonio. Para conseguir esto, se debe poner énfasis en el diseño estratégico y las lógicas de innovación social, pues se basan en una visión sistémica y global que busca generar propuestas de valor

desde contextos cambiantes (Marroquín & Sanz, 2021), con el objetivo de lograr estrategias a futuro que sean extrapolables a otras áreas del mundo de la artesanía e incluso a diversas culturas ancestrales. En el caso mencionado, el diseño toma un rol fundamental en cuanto a generar nuevas oportunidades de innovación social para que las comunidades de artesanos y artesanas puedan mantenerse vigentes, incorporando su labor a la sociedad de una manera sustentable y responsable con su patrimonio.

“La percepción del diseño no puede abocarse únicamente a la resolución de relaciones entre, materia, técnica y forma, sino también a su vinculación ética, pues la práctica del diseño demanda al diseñador ser consciente de los problemas sociales” (Rodríguez y Alfaro, 2014, p.106).



Fotografía de Carolyn

3. Contexto

Caso de estudio: Artesanía textil aymara

El mundo artesanal es diverso y complejo, sin embargo la transmisión de valor al público general es una interrogante que trasciende a todas sus disciplinas y culturas, por lo que para poder abordarla, la artesanía textil aymara funcionará a modo de caso de estudio.

La cultura aymara está presente en Chile, Perú, Bolivia y Argentina. Según el censo realizado el año 2017, en Chile hay 156.754 personas que se consideran pertenecientes a este pueblo originario, siendo el segundo gru-

po más numeroso después del pueblo mapuche (INE, 2017). En Chile, la población aymara se ubica principalmente en las regiones de Arica y Parinacota y de Tarapacá, donde la mayoría reside en zonas urbanas, sin embargo un quinto aún habita el altiplano (Gleisner & Montt, 2014). En cuanto a textilería, las comunas de Camiña, Colchane y Pica son las que cuentan con mayor presencia de artesanía textil, la cual es hasta hoy una de sus más relevantes formas de expresión tradicional (Rodríguez et al., 2008).

POBLACIÓN RURAL

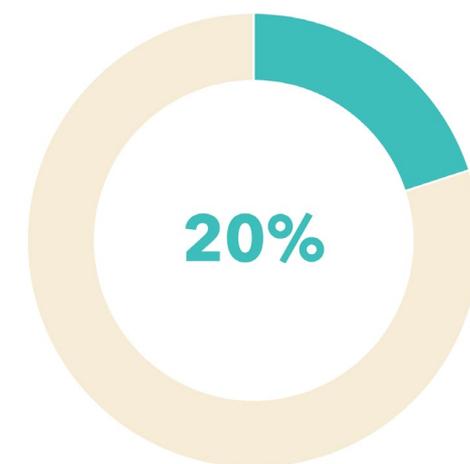


Figura 4: Población rural.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 5: Mapa población aymara.
Fuente: Elaboración propia.

La tradición textil nos comunica la historia de los pueblos y no ha estado ajena a los cambios culturales de estos. Este es el caso de la comunidad aymara, la cual se mantuvo relativamente aislada del resto de la sociedad chilena hasta la década de 1980, cuando el gobierno comenzó a aumentar la conectividad entre los poblados del altiplano y las grandes ciudades del norte del país mediante la construcción de caminos y carreteras. Esto produjo múltiples consecuencias para las comunidades aymara que habitaban el altiplano, pues hombres y mujeres adoptaron distintas medidas para integrarse a la sociedad contemporánea. Por un lado, los primeros se alejaron de la textilera artesanal para decantarse por oficios propios

del mundo occidental. Por otro lado, las mujeres utilizaron el tejido como medio de integración a la sociedad chilena, provocando un gran cambio para su artesanía textil, al pasarse de una textilera volcada a lo tradicional a una de estilo contemporáneo que pudiera responder a los gustos y necesidades de un usuario occidental (Rodríguez, 2022).

Sumado a lo anterior, en las últimas décadas, el usuario de textilera aymara se vio ampliado no solo a personas pertenecientes a dicha cultura, sino que también al resto del público chileno y al turista extranjero. En la actualidad, estos nuevos actores son los principales compradores de artesanía, caracterizándose por valorar la tradición,

los oficios y lo hecho a mano. Este aprecio e interés por la tradición textil, en el primer caso, proviene de una identificación y arraigo con el mundo rural y la identidad chilena, mientras que en el segundo caso se atribuye a una especie nostalgia por esta identidad tradicional, al ser personas que vienen de lugares donde generalmente ya se han perdido los oficios artesanales (Hurtado, 2022).

Ninguno de estos dos tipos de comprador suele pertenecer al mundo de la artesanía ni a algún pueblo originario, por lo que a pesar de apreciar el carácter histórico de los productos artesanales, no conocen el valor intangible tras lo que están comprando (Hurtado, 2022).

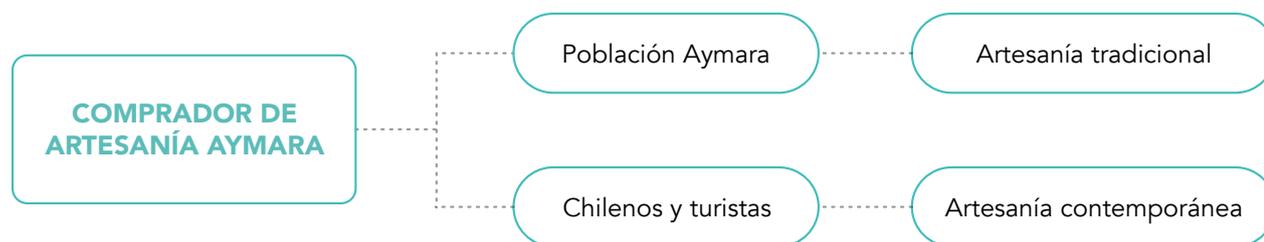


Figura 6: Compra de artesanía.
Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, el valor simbólico es el componente patrimonial más relevante del legado textil tradicional, pues el tejido más allá de representar una cultura, su historia y tradiciones, es además el reflejo de toda una cadena de valor, que conformando un largo proceso, termina por determinar toda una forma de vivir de los artesanos y artesanas. El tejido es el resultado de esta cadena de procesos y de una forma u otra, en él se plasma la vida artesanal, el conocimiento y toda una cosmovisión que se encuentra en riesgo de desaparecer (Rodríguez, 2022).

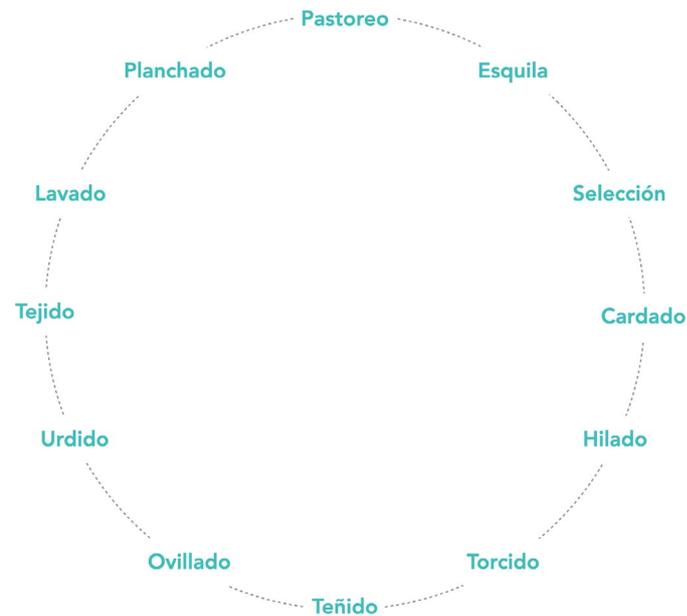


Figura 7: Diagrama ciclo textil.
Fuente: Elaboración propia.



**“El tejido es mi vida, es mi sustento, el tejido para mi es todo, levantarme y acostarme pensando en el tejido entonces importa mucho en la vida porque aprendí de mi madre esto que es una herencia ancestral.”
(Mamani, 2023)**

En la cultura andina, la textilera es un importante factor en la gestación de su acervo cultural al ser transmisora de una gran variedad de mensajes (Hoces de la Guarda et al., 2006), pues es expresión de la ideología, cosmovisión, tecnología e incluso el rol social de los miembros de la comunidad, habiendo una gran carga simbólica tras la creación del tejido. Este es un saber que tiene siglos de historia, puesto que desde antes de la llegada de los españoles al continente americano, existía una larga tradición textil transmitida en las familias de generación en generación (Fundación Artesanías de Chile, 2021). Por consiguiente, la textilera tiene una gran carga significativa para

el artesano, puesto que más allá de la técnica, es portadora de la identidad propia de este y de su pueblo (Amaya, 2017). Así, el tejido funciona como un texto histórico que refleja la evolución de los aprendizajes y de la experiencia de los antepasados, convirtiéndose en testimonio de una memoria colectiva (Gleisner & Montt, 2014).

La textilera aymara se caracteriza por el fino hilado de lana comprimida en el telar, donde la utilización de tonalidades vibrantes es muy común, combinando tintes naturales y artificiales (Gleisner & Montt, 2014). El proceso para la creación del tejido de alpaca es un ciclo continuo que se rige principalmen-

te desde el ritmo de los acontecimientos climáticos, pastoriles y rituales (Grebe, 1990). Esto implica pastoreo del ganado a lo largo de todo el año, esquila cada primavera o verano, selección de la fibra utilizable, separación por tonos y cardado para obtener el pelo más largo, el cual será hilado y torcido de manera manual. Después de este paso, si no se utilizará el pelo en el color original del animal, se procede a teñirlo de manera natural o artificial, para finalmente ovillarse y así ser utilizado en el tejido. Todo este proceso y sus tecnologías, encuentran su raíz en la cosmovisión aymara, la cual "...define y sanciona también el modo particular en que el hombre aymara se relaciona

con su medio natural, la clave ideológica de su tecnología y su ética de trabajo (Van Kessel, 1994, p.12)".



Imagen 1.
Fuente: Artesanías de Chile

"Las materias primas... son testimonio de la comprensión y respeto que tienen los pueblos originarios por la naturaleza y el entorno que habitan." (Alfaro, 2023).



Fotografía de Artesanías de Chile.

4. Formulación / Objetivos

Reformulación de los 3 Qué

QUÉ

Sistema de gestión de portafolio y de visualización de los recursos incorporados en la artesanía. Este cuenta con una plataforma digital que permite al artesano gestionar sus proyectos y la información que entregará al público general, articulándose en un sistema adaptable y personalizable de etiquetas caseras que brinda la oportunidad a artesanas y artesanos de comunicar dimensiones de valor, de manera que el público general pueda visualizar la parte invisible y el trabajo tras la artesanía.

POR QUÉ

Porque el valor de la artesanía es escasamente comprendido por los compradores y el público general. Esto se debe a que existe una brecha entre ellos y el mundo artesanal, lo cual afecta negativamente a los artesanos.

PARA QUÉ

Para generar enlaces entre el mundo del artesano y el público general a través de la comunicación de dimensiones de valor de la artesanía. De esta manera se busca que el comprador comprenda el valor intrínseco de la artesanía nacional y empaticice con el trabajo del artesano más allá del producto como resultado final de su ciclo de procesos.

Objetivo general

Generar un sistema de comunicación de información gestionable por los artesanos, de manera de brindarles herramientas que les permitan transmitir el lado invisible de su artesanía al público general, buscando aumentar la valorización de esta y la empatía hacia su proceso artesanal.

Objetivos específicos

1. Comprender el ciclo del artesano, su temporalidad, contexto y procesos como elemento de investigación para entender distintas realidades artesanas.

IOV: Creación de mapas de ciclo de los artesanos a partir de entrevistas.

2. Estudiar la percepción de valor de la artesanía y la disposición a pagar por parte del público general.

IOV: Nivel de impacto de diferentes tipos de información en la variación de la percepción del precio y disposición a pagar del público general en una simulación de compra.

3. Definir dimensiones de valor en el mundo de la artesanía, tanto desde el público general como desde los artesanos.

IOV: Dimensiones levantadas.

4. Empaquetar el sistema, la entrega y su logística.

IOV: Usabilidad de la plataforma y participación de las artesanas.



Fotografía de Artesanías de Chile.

5. Usuarios

Definición de usuario

El proyecto Artesanía Viva va dirigido a tres usuarios diferentes, estos son: Artesanos, público general, tanto comprador como no comprador de artesanía, y finalmente a instituciones y eventos de artesanía. A continuación se detalla la propuesta de valor que el proyecto conforma para cada uno de los usuarios mencionados.

ARTESANOS

A lo largo de Chile, hay una gran diversidad de disciplinas y culturas artesanas, sin embargo un sentimiento que trasciende es la sensación de que su trabajo no es valorado por gran parte del público general, el cuál no entiende el esfuerzo y sacrificio que hay tras sus creaciones al compararlas directamente con productos provenientes de mercados muy diferentes al de la artesanía. Esta distancia entre el mundo artesanal y el público general, va más allá de producto y se vincula de manera directa con el estilo de vida de los artesanos, pues quienes se dedican a los oficios tradicionales suelen vivir casi exclusivamente de esta actividad, motivo por el cual la artesanía es el eje de su vida cotidiana. Sumado a esto,

acorde a una investigación realizada por el CNCA la gran mayoría de los artesanos suele trabajar de manera independiente, por lo que se encargan tanto de la producción como de la comercialización de sus creaciones, asumiendo prácticamente todos los roles del proceso productivo (CNCA, 2016).

El proyecto Artesanía Viva conforma una propuesta de valor para los artesanos en cuanto les permite generar un puente entre su realidad, sus creaciones y el público general. Brindándoles una herramienta de gestión de portafolio, permitiéndoles aumentar la percepción del valor de sus creaciones e incluso pudiendo aumentar sus ganancias.



“...piensan que es fácil entonces no tiene valor, pero es algo que cuesta caro, pero la gente no lo toma así.” (Moscoso, 2022).

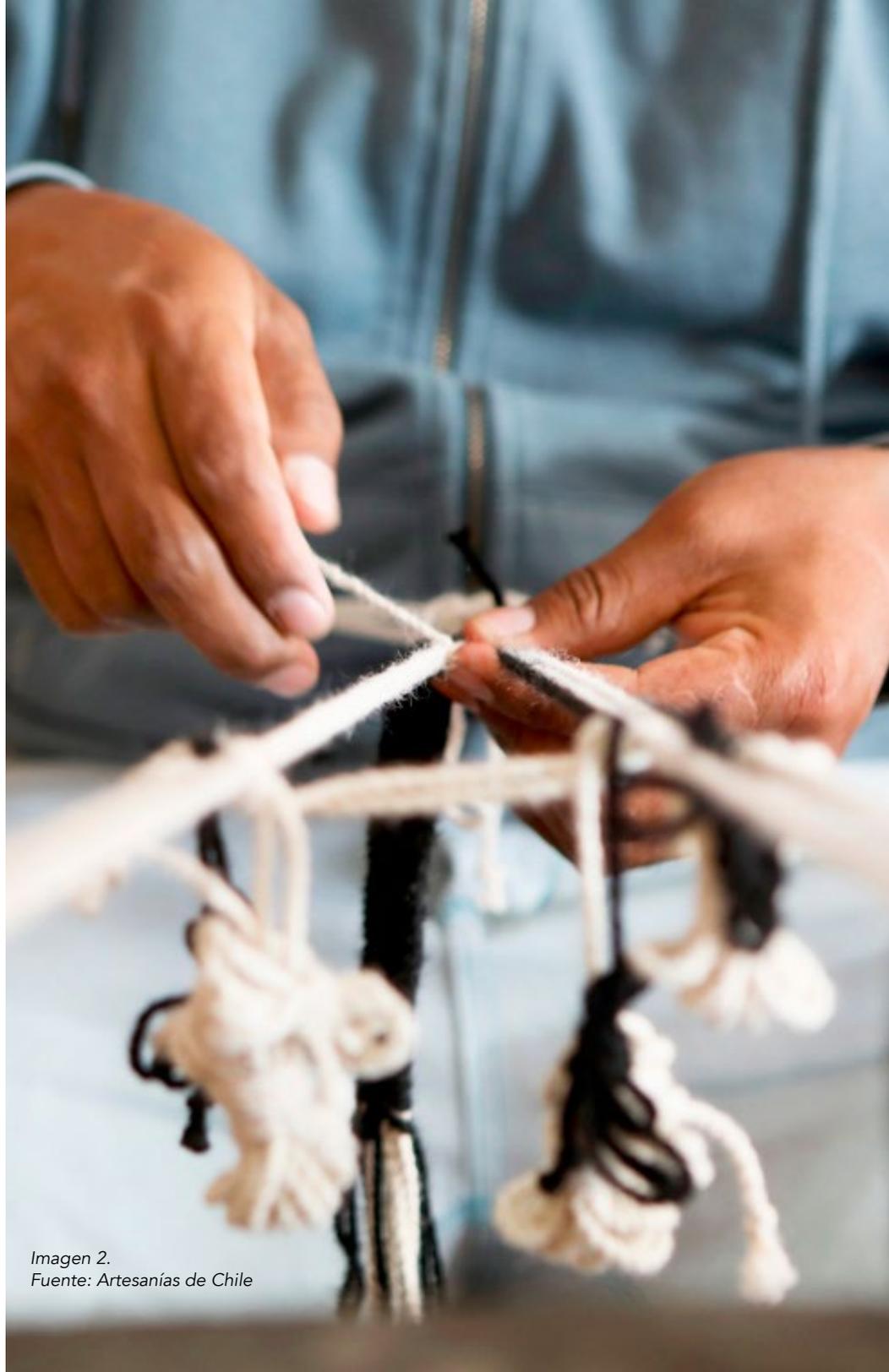


Imagen 2.
Fuente: Artesanías de Chile

PÚBLICO GENERAL Y COMPRADOR DE ARTESANÍA

De acuerdo a Claudia Hurtado, ex directora de Artesanías de Chile, el perfil del comprador de artesanía son personas que valoran la tradición, los oficios, lo hecho a mano, que tienen arraigo con el mundo rural y la identidad chilena. También son extranjeros de iguales características, pero que en muchos casos vienen de lugares donde ya se han perdido los oficios y por lo tanto los valoran más.

En cuanto a la compra de artesanía, ha habido un incremento en el interés por ella. Este interés es transversal y no necesariamente se relaciona al nivel socioeconómico de las personas,

“...muchas veces en los segmentos con más poder adquisitivo no hay tanto interés ni valoración por la artesanía por un desconocimiento de ella y de lo que significa.” (Hurtado, 2022).

esto se debe a que se vincula al conocimiento que las personas tienen respecto a los oficios tradicionales. “De hecho, el alza en la compra también se debe a que las personas están más conscientes de lo que significan los productos hechos a mano, con materias primas nobles que no dañan el medio ambiente y que tienen una duración mayor, por lo que suelen envejecer dignamente.” (Hurtado, 2022).

Artesanía Viva conforma una propuesta de valor para el público al verse acercado al patrimonio cultural inmaterial tras las piezas artesanales y sus cultores.

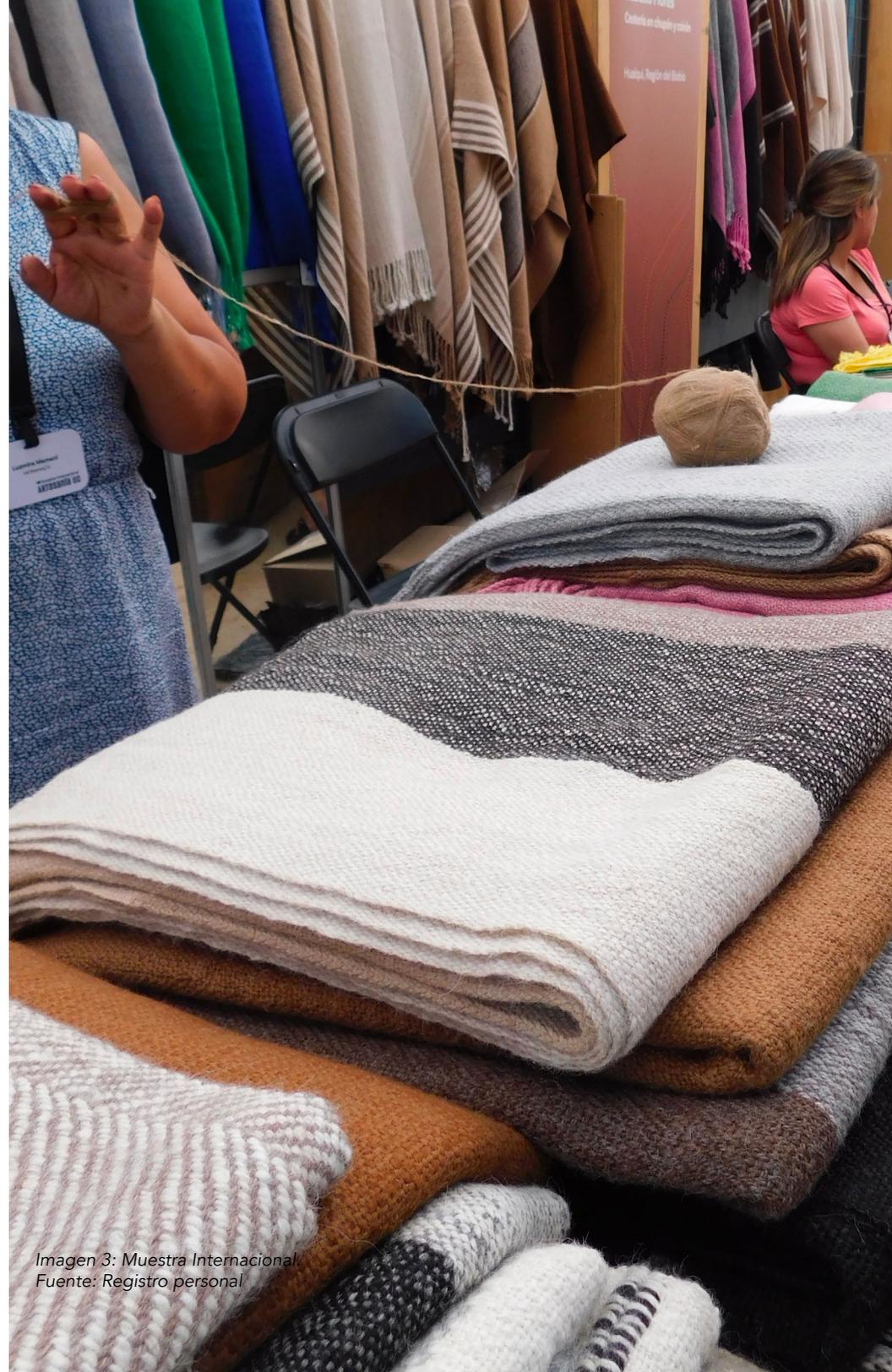


Imagen 3: Muestra Internacional
Fuente: Registro personal

INSTITUCIONES Y EVENTOS DE ARTESANÍA

La vinculación con instituciones y eventos de artesanía es altamente relevante para Artesanía Viva, pues tienen un interés común que es la comunicación, valorización y gestión de artesanía y patrimonio. Por un lado, este proyecto conforma una propuesta de valor al ser una herramienta de registro y comunicación de información orientada a la gestión de artesanía. Por su parte, las instituciones pueden encontrar en Artesanía Viva una fuente de información proveniente de los mismos artesanos, lo cual incluso puede permitirles generar inventarios y desarrollar logísticas de organización de eventos de artesanía o bien, de otras iniciativas dirigidas a los artesanos.

*Imagen 4: Muestra Internacional de Artesanía UC.
Fuente: Municipalidad de Las Condes*





Fotografía de Artesanías de Chile.

6. Referentes

Referentes

Para continuar, se presentan distintas iniciativas en torno a la visualización de la realidad artesana y sus procesos a modo de referente con el fin de rescatar sus aprendizajes y aplicarlos al proyecto:



Imagen 5: Radio Artesanía UC.
Fuente: Spotify.

RADIO ARTESANÍA UC

Podcast impulsado por estudiantes de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile, entrevista a artesanos de diversas disciplinas y culturas, invitándolos a compartir su historia, procesos y problemáticas del mundo artesanal. Lanzó 12 capítulos en Spotify durante el año 2020, sin embargo no continuó activo.



Imagen 6: Artesanías de Chile.
Fuente: Artesanías de Chile.

FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE

Fundación sin fines de lucro cuyo foco es poner en valor la artesanía nacional y a sus cultores. Ha hecho un gran trabajo de registro fotográfico y audiovisual, visibilizando artesanos y oficios a lo largo de todo el país.



Imagen 7: Mi Casa Mi Taller.
Fuente: Youtube.

MI CASA MI TALLER

Mediante su canal de Youtube el Programa de Artesanía UC creó una lista llamada "Mi casa mi taller", esta incorpora videos donde los artesanos, en el marco de la pandemia de COVID 19, mostraban sus casas y cómo trabajaban día a día en sus proyectos.



Imagen 8: Taller de hilado aymara.
Fuente: Registro personal.

TALLERES EDUCATIVOS MUESTRA INTERNACIONAL DE ARTESANÍA UC

En el marco de la Muestra Internacional, se realizaron talleres educativos y demostraciones de oficio dirigidos por artesanos. Su objetivo es visibilizar el proceso tras las creaciones de los cultores.



Fotografía de Artesanías de Chile.

7. Desarrollo del proyecto

Entrevistas a artesanas

Para comenzar, se quería comprender el ciclo de procesos tras la artesanía textil aymara, cómo se inserta en el contexto de cada una de las artesanas, su temporalidad y qué diferencias o elementos comunes hay entre las entrevistadas. Se logró contactar a 5 artesanas por vía telefónica: Elizabeth Choque, María

Choque, Felipa Condori, Gladys Huanca y Luzmira Mamani. Inicialmente la conversación había sido planificada para dirigirse hacia etapas del proceso textil y su temporalidad, sin embargo en el transcurso de las entrevistas fueron surgiendo nuevas actividades que también inciden en el proceso textil.

A partir de lo conversado con las artesanas, se crearon mapas de ciclo para cada una de ellas. Estos engloban la ubicación de la artesana por cada mes del año, estación altiplánica, actividad artesanal y pastoril, ferias, eventos y festividades culturales de las que participa cada una:

- Altiplano
- Ciudad

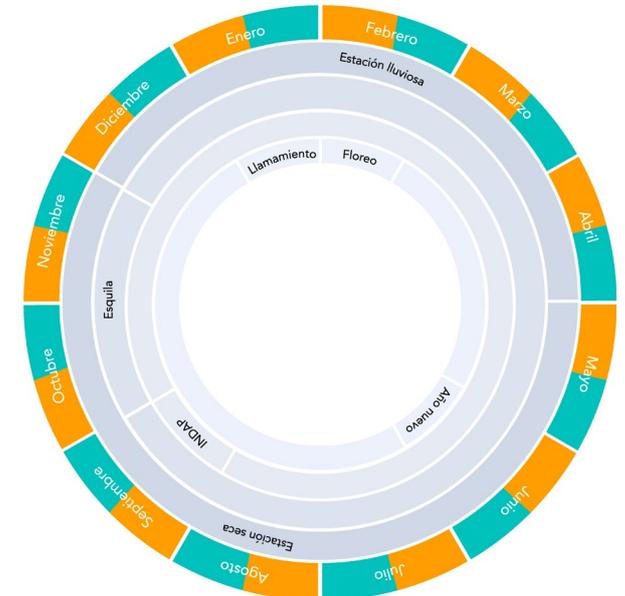
MARÍA CHOQUE



ELIZABETH CHOQUE



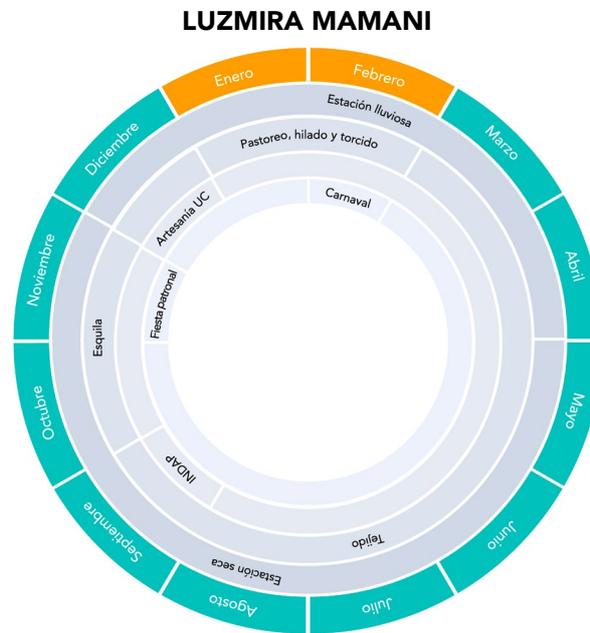
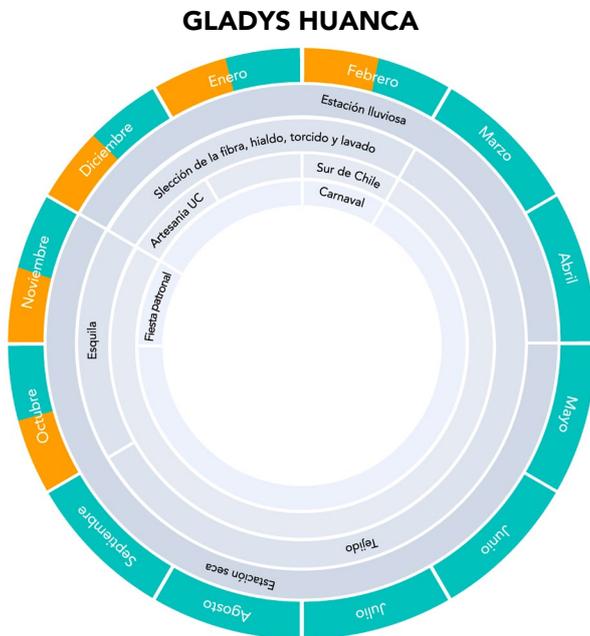
FELIPA CONDORI



Desde estos mapas y entrevistas, se pudo desprender que si bien hay elementos comunes; como el traslado regular entre altiplano y ciudad, los pasos a seguir para el desarrollo de la fibra y las técnicas utilizadas; hay muchos factores que diferencian sus procesos. Por ejemplo, algunas se proyectan a largo plazo organizando sus

actividades de inicio a fin de año, mientras que otras trabajan de acuerdo a su necesidad de materia prima en el momento. Sumado a esto, las artesanas también manejan distintas prioridades, ya sea ganadería, color o tejido, lo cuál también influye en el modo en que se mueve su ciclo artesanal.

“La trazabilidad permite hacer parte a las personas, que sean parte del por qué y no solo del producto.”
(Compagnon, 2023)



Figuras 8, 9, 10, 11 y 12: Diagramas de ciclo artesanal. Elaboración propia.

A modo de conclusión, se destacan como elementos de valor para la artesanía nacional la trazabilidad desde la pieza creada hacia el artesano y el costo oportunidad de la artesanía. Por un lado, la trazabilidad se entiende como el relato personal de cada artesana, pues si bien todas son expertas en textilería aymara, cada una maneja procesos únicos, por lo que sus creaciones tienen una historia propia e irrepetible. Por

su parte, costo oportunidad se comprende como la cara intangible del proceso artesanal. Es particular de cada artesana, sin embargo en el caso de las artesanas aymara había elementos comunes como los traslados constantes entre altiplano y ciudad, el cuidado de la familia, la labor doméstica y la agricultura, actividad económica que utilizan para complementar los ingresos de la artesanía.

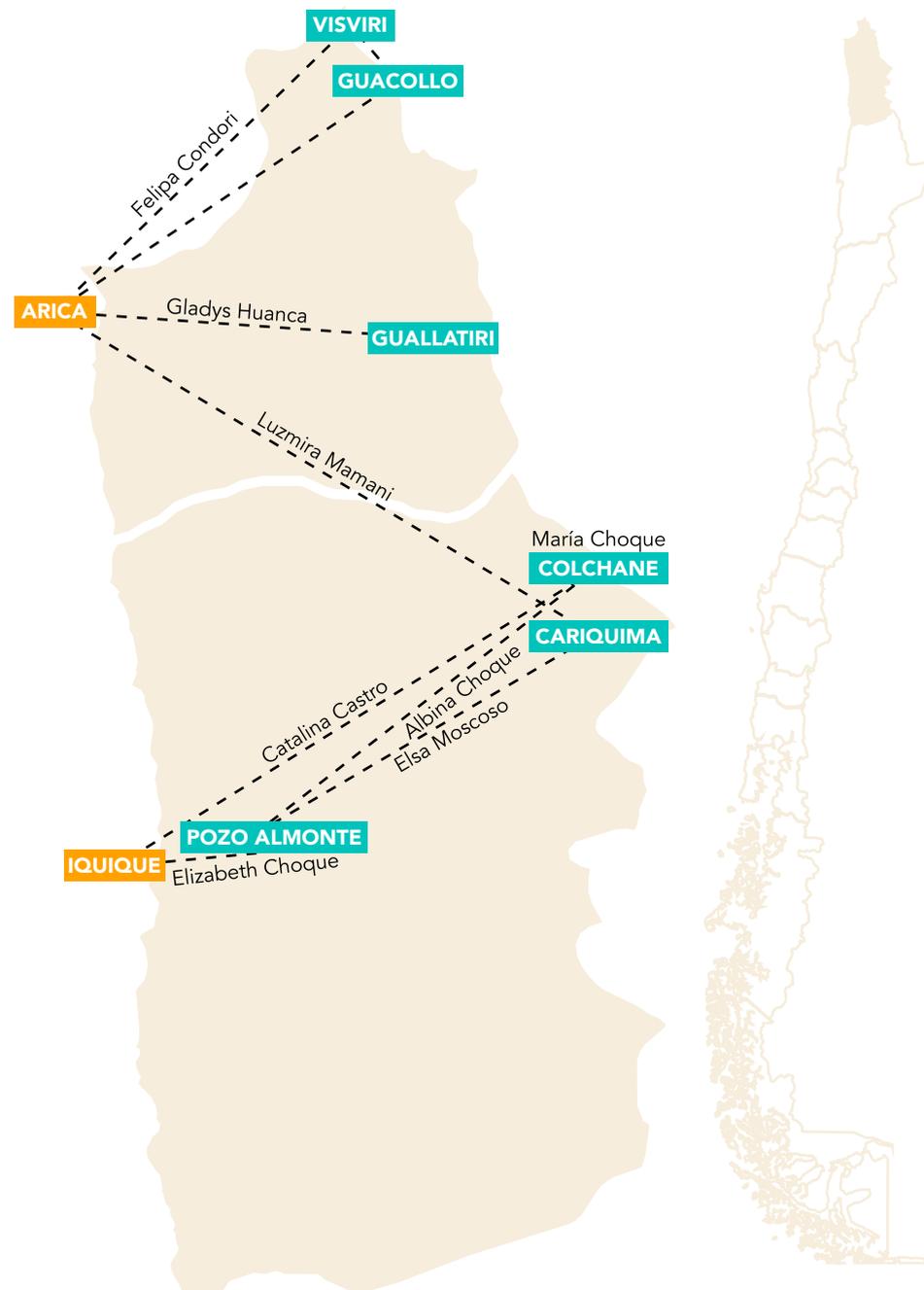


Figura 13: Traslados.
Elaboración propia.



Encuesta público general

¿QUÉ FACTORES TIENEN MAYOR PESO AL COMPRAR ARTESANÍA?

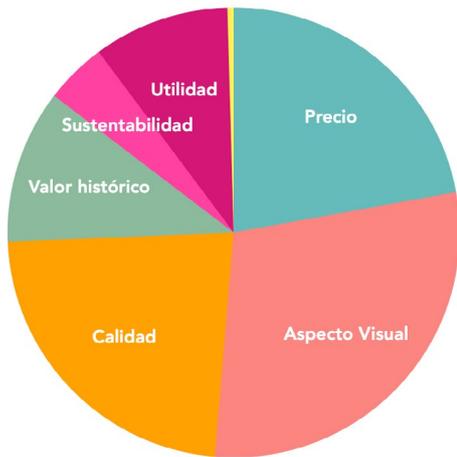


Figura 14: Resultados.
Elaboración propia.

Con el objetivo de estudiar la relación del público general con la compra de artesanía y cómo perciben el valor en ella, se realizó una encuesta a 95 personas.

Primero, se preguntaba cuál era el factor más importante a considerar al comprar artesanía, ante lo cuál las respuestas más repetidas fueron precio, calidad y aspecto visual, predominando por sobre su valor histórico, utilidad, sustentabilidad y el proceso de creación.

En segundo lugar, se mostró la imagen de una bufanda artesanal tejida en fibra de alpaca y luego se preguntó cuál era su mayor valor. Las respuestas más repetidas de los encuestados fueron el tiempo invertido, el ser hecho a mano, la calidad y el proceso. Los conceptos eran diversos, pero muchos apuntaban hacia direcciones similares, por lo que se agruparon en 5 categorías: Proceso y dedicación, calidad, utilidad, aspecto visual e historia. Predominando las categorías "Proceso y dedicación" y "Calidad".



Figura 15: Resultados. Elaboración propia.

De los resultados arrojados por ambas preguntas, se destaca la relevancia del factor "Material" tanto en la toma de decisión de compra como en la percepción del valor de la pieza artesanal. Por su parte, llama la atención que si bien el proceso y el trabajo tras la artesanía no son considerados en la toma de decisión de compra por parte del público general, si son percibidos como los aspectos de mayor valor.

A partir de lo anterior, se levantan 4 dimensiones de valor a estudiar en torno a la compra de artesanía, estas son: Material, Tiempo, Trazabilidad y Costo oportunidad.



Ejercicios de percepción de valor: Impacto por dimensión



Imagen 9: Bufanda de alpaca.
Fuente: Registro personal



Imagen 10: Etiquetas.
Fuente: Registro personal.

Con el fin de poner a prueba las dimensiones de valor levantadas, se realizó una simulación de situación de compra de artesanía. A cada uno de los 60 participantes se le entregó una bufanda artesanal de pelo de alpaca y una etiqueta. Había cuatro etiquetas distintas, una por dimensión, y cada una incluía dos preguntas: ¿Cuánto cuesta? y ¿Cuánto pagarías?

Luego de que los participantes contestaran, debían dar vuelta la etiqueta y escanear un código QR, este estaba asociado a una imagen con información sobre artesanía, después de leer la imagen los participantes debían contestar nuevamente las preguntas, indicándoles que no necesariamente tenían que cambiar sus respuestas.

Imagen 11: Material.
Fuente: Elaboración propia.

100% fibra de alpaca
Visviri, Región de Arica y Parinacota, Chile

Este material es reconocido mundialmente por su gran calidad, estas son algunas de sus cualidades:

- Suavidad
- Calidez
- Ligereza
- Durabilidad

ORIGEN: 400 cabezas de ganado pertenecientes a la familia de la artesana Felipa Condori

Imagen 12: Tiempo.
Fuente: Elaboración propia.

100% artesanal

¿Cuántas horas de trabajo hay tras esta bufanda?

- Esquila: 1 hr
- Hilado y torcido: 16 hrs
- Teñido: 3 hrs
- Tejido: 5 hrs

+25 hrs de trabajo

Imagen 13: Trazabilidad.
Fuente: Elaboración propia.

Creado por Felipa Condori
Artesana aymara

"El tejido es mi vida, es mi sustento, el tejido para mí es todo, levantarme y acostarme pensando en el tejido..."

- Ubicación:** Arica, Visviri y Guacollo, Región de Arica y Parinacota
- Tejido:** Aprendió de su mamá y su abuela, teniendo más de 50 años de experiencia
- Ganadería:** Encargada del cuidado de más de 400 alpacas
- Reconocimientos:** 3 veces ganadora del Sello de Excelencia a la Artesanía

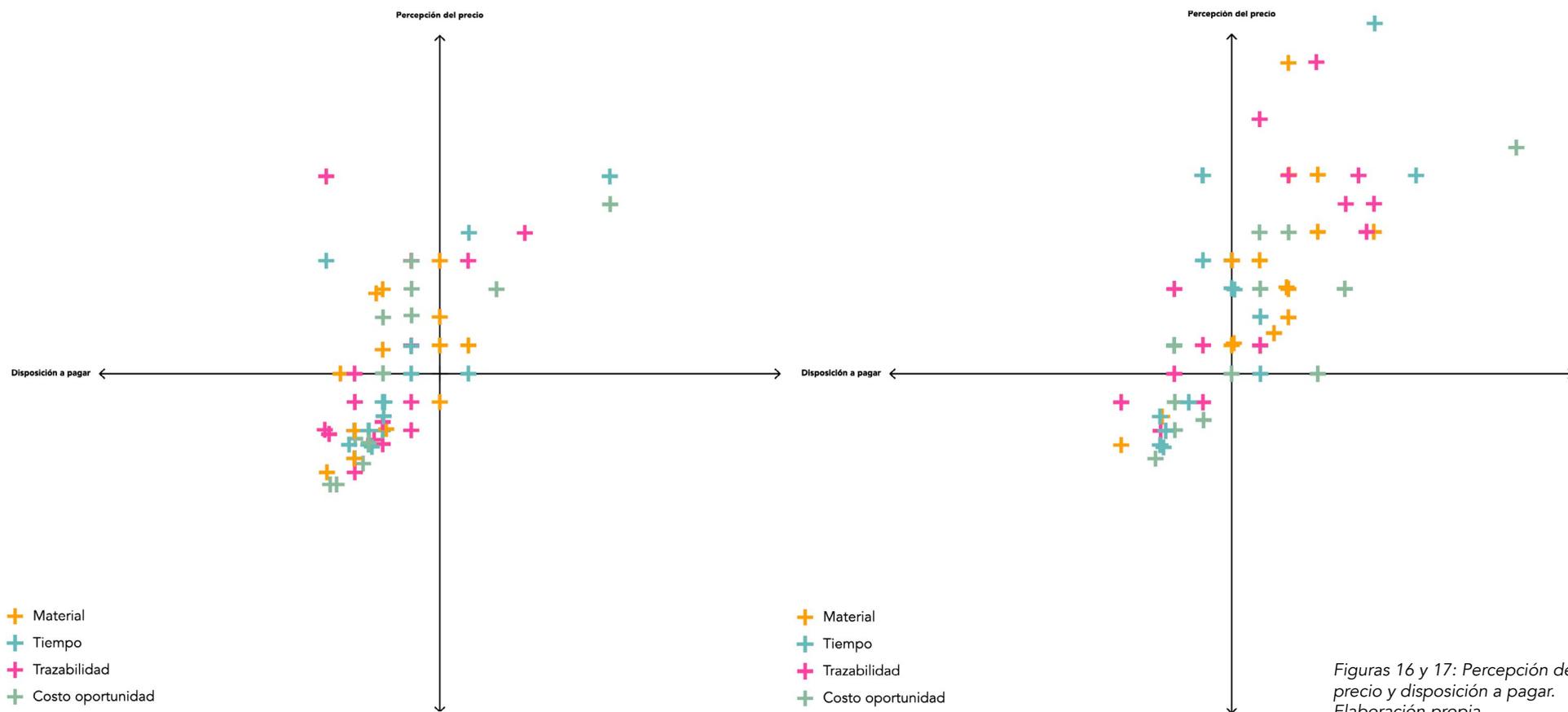
Imagen 14: Costo oportunidad.
Fuente: Elaboración propia.

La cara invisible de la artesanía

Este producto es la parte tangible de un largo proceso que incluye:

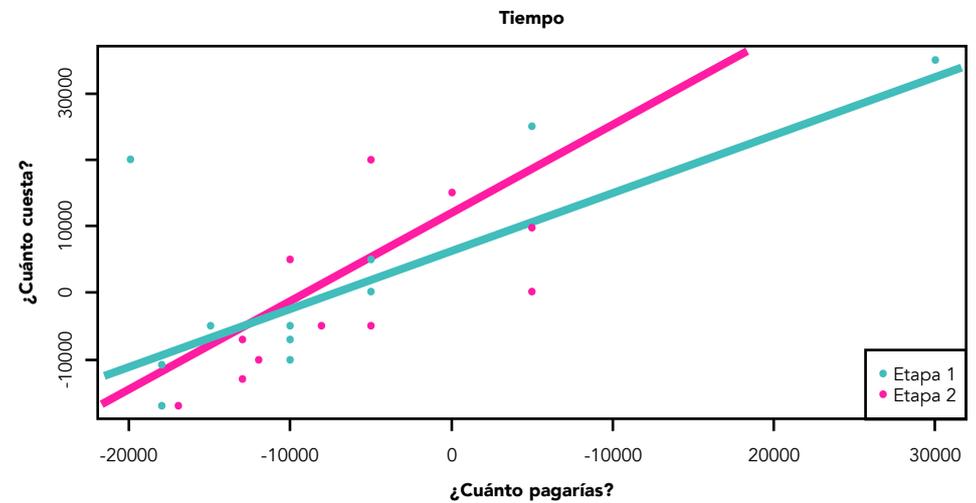
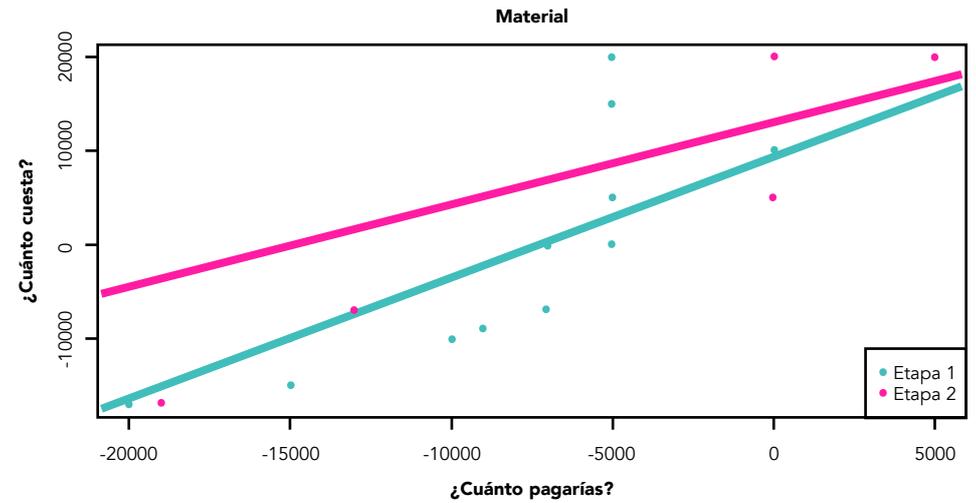
- FAMILIA:** Trabajo doméstico, matrimonio, cuidado de los hijos y del hogar
- AGRICULTURA:** La mayoría de las artesanas dedican al cultivo de hortalizas, papa y quinoa para complementar sus ingresos
- TRASLADO:** Entre la ciudad y el altiplano para asistir a ferias, eventos y hacerse cargo del ganado y sus cultivos

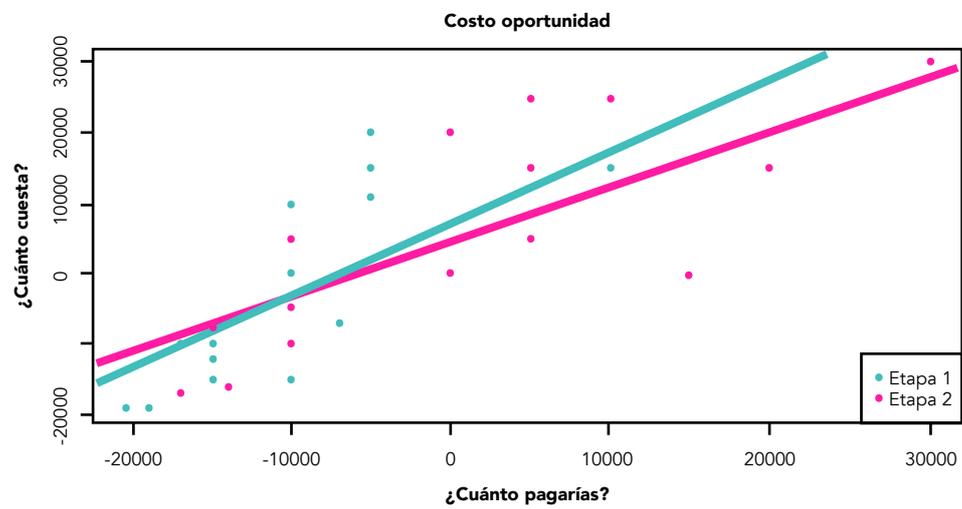
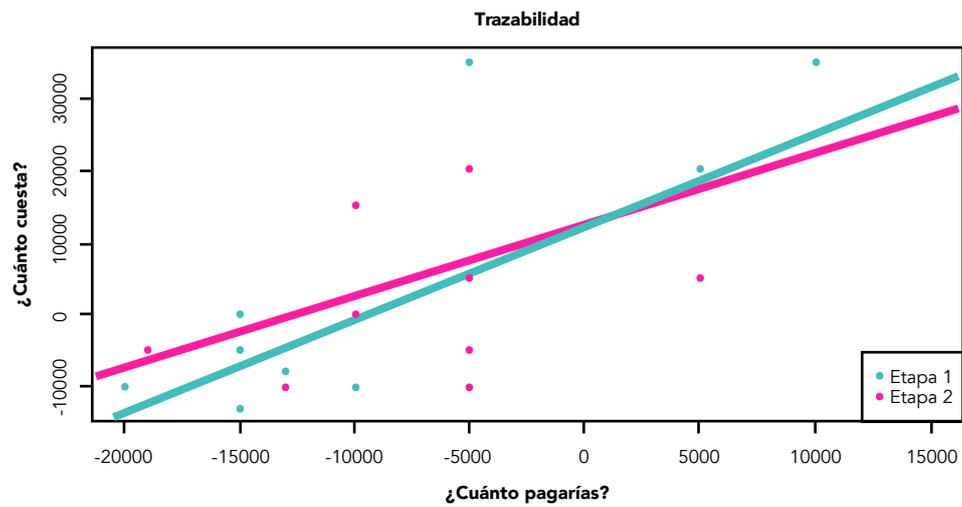
Si bien, a simple vista se notaba una tendencia transversal a aumentar tanto la percepción del precio como la disposición a pagar en todas las dimensiones, cada una de estas se sometió a un análisis estadístico para medir su impacto. Para esto, se solicitó la ayuda de Vicente Angelotti, estadístico de la Pontificia Universidad Católica de Chile, quien realizó una regresión y un test de hipótesis y por cada dimensión de valor.



Figuras 16 y 17: Percepción de precio y disposición a pagar. Elaboración propia.

Por un lado, la regresión arrojó que la variabilidad entre las respuestas de los encuestados era alta entre la primera y la segunda vez que contestaron las preguntas, es decir todas las dimensiones generaron un impacto que permitió un cambio significativo en la percepción del producto.





Figuras 18, 19, 20 y 21:
Regresión lineal. Fuente:
Vicente Angellotti.

Por su parte, el test de hipótesis buscaba medir el nivel de confianza de la variación de las respuestas de los participantes. En este caso, los resultados mostraron un 95% de confianza en la variación de las respuestas de la dimensión "Material". En "Trazabilidad" hubo un 95% de confianza en la variación de la disposición a pagar, mas no así en la variación de la percepción del precio. Por último, tanto la dimensión "Tiempo" como "Costo oportunidad" mostraron niveles de confianza menores al 95% en su impacto en la variación de percepciones.

TEST DE HIPÓTESIS:

Si $p < 0,05 = 95\%$ de confianza

MATERIAL

¿Cuánto cuesta? $p = 0,0071$

¿Cuánto pagarías? $p = 0,01$

TIEMPO

¿Cuánto cuesta? $p = 0,16$

¿Cuánto pagarías? $p = 0,22$

TRAZABILIDAD

¿Cuánto cuesta? $p = 0,067$

¿Cuánto pagarías? $p = 0,034$

COSTO OPORTUNIDAD

¿Cuánto cuesta? $p = 0,26$

¿Cuánto pagarías? $p = 0,09$

Para concluir, se le preguntó a Vicente desde su perspectiva de estadístico, qué dimensiones aconsejaría priorizar de acuerdo a su nivel de impacto, a lo cual contestó que en primer lugar Material, seguido por Tiempo y finalmente Trazabilidad y Costo oportunidad. Por este motivo, se decide poner el foco de trabajo en las tres primeras dimensiones.



Ejercicios de percepción de valor: Perfiles de comprador

En base a las respuestas recibidas en el ejercicio mencionado, se definieron cuatro perfiles de comprador de artesanía: "Gastador", "Desinformado", "Tacaño" y "Fan". A continuación se ahondará en los últimos tres mencionados:

DESINFORMADO

Baja percepción del precio y disposición a pagar.

Desinformado de presupuesto acotado

No sabe de artesanía, su origen, calidad, historia y material por lo que desconfía del producto y su precio. Es probable que su disposición a pagar no cambie al conocer el producto pues cuenta con un presupuesto acotado.

Desinformado de presupuesto amplio

Se diferencia del "Desinformado de presupuesto acotado" al contar con amplitud de presupuesto, por lo que su disposición a pagar está abierta crecer al obtener mayor información sobre el producto.

TACAÑO

Alta percepción del precio y baja disposición a pagar.

Tacaño informado

Conoce el producto y sin embargo no quiere pagar su precio.

Tacaño desinformado

Cree que es un producto de valor alto, sin embargo esto se basa en suposiciones propias ya que no sabe mucho de artesanía, por lo que no está dispuesto a pagar su precio y busca regatear.

FAN

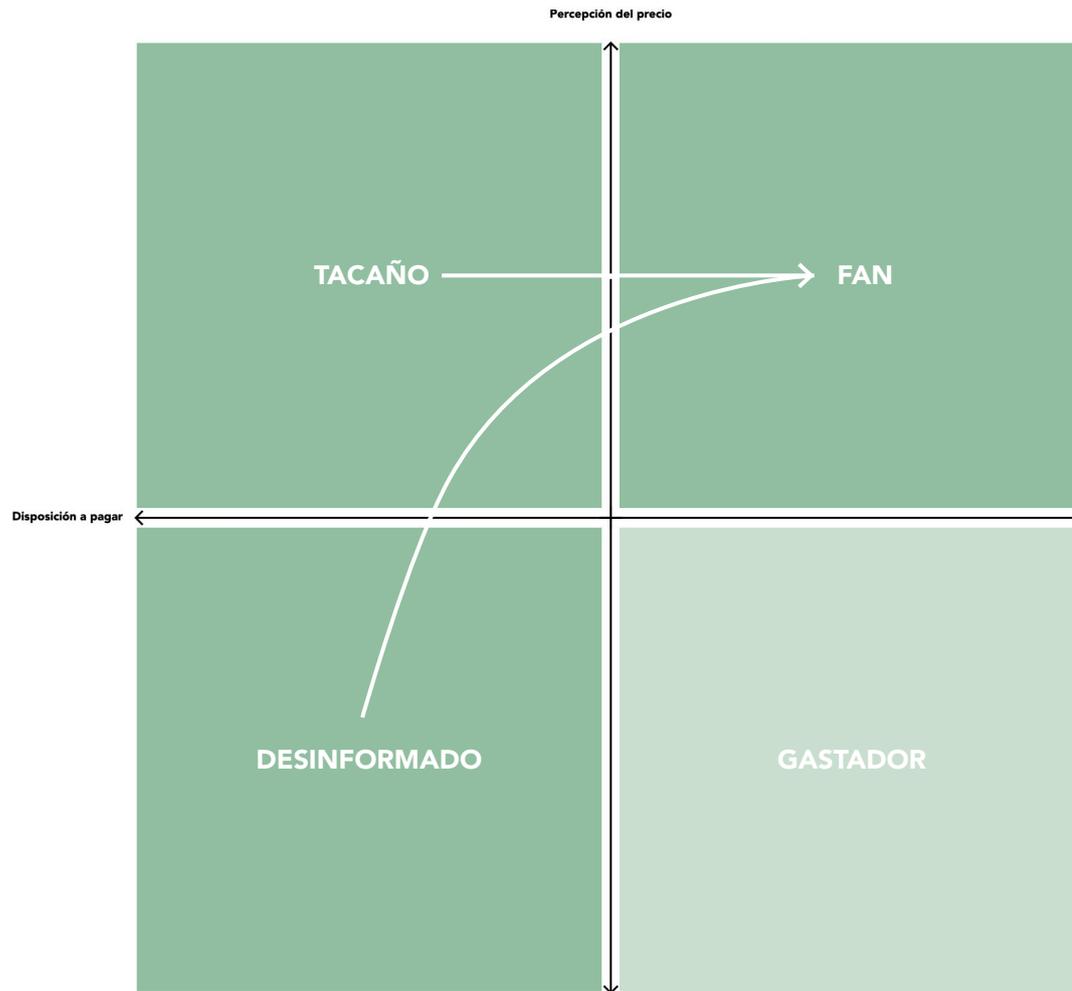
Alta percepción del precio y disposición a pagar.

Fan experto

Sabe de artesanía, valora el producto por su historia, procesos y material.

Fan inexperto

No sabía de artesanía, sin embargo su disposición a pagar aumenta al recibir información nueva sobre el producto.



El foco de trabajo del proyecto no está puesto en ninguno de estos perfiles específicos, sino en exponerlos a información de manera de impulsar los cuadrantes más negativos como el "Desinformado" y el "Tacaño", hacia el cuadrante "Fan".

Figura 22: Diagrama de perfiles de comprador.
Fuente: Elaboración propia.

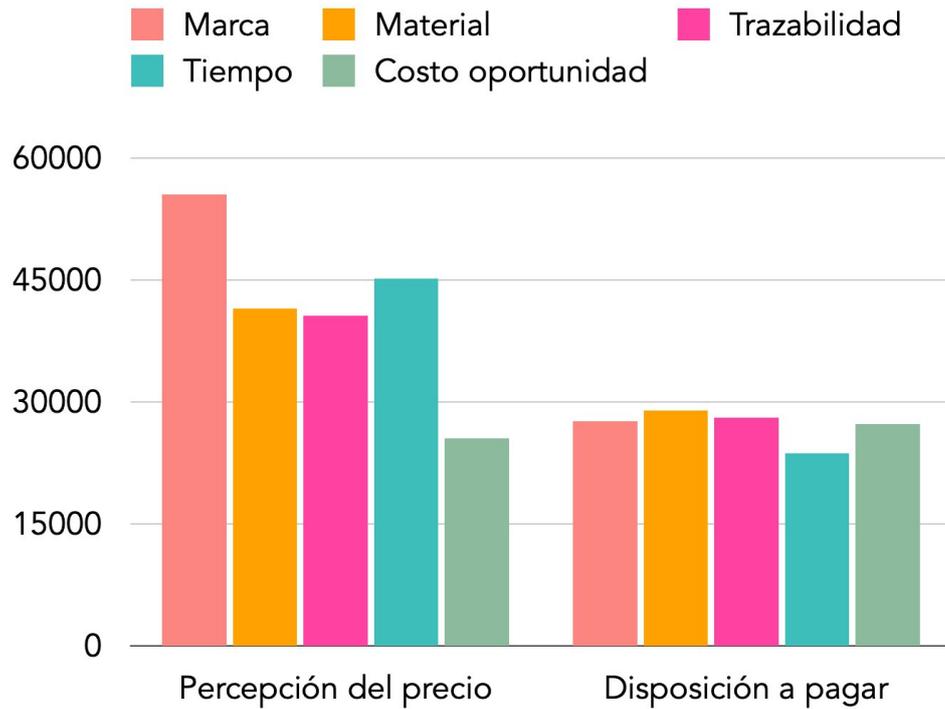
Ejercicios de percepción de valor: El impacto de la marca

Para finalizar con el estudio de la percepción de valor por parte del público general, se quería poner a prueba el impacto de la marca en la percepción del precio de la artesanía y la disposición a pagar por ella. Para lograr esto, se copió una etiqueta de "Kuna", marca de indumentaria de alpaca. Todo el contenido de la etiqueta se mantuvo a excepción del nombre, el cuál fue reemplazado por "Tiku". El objetivo de esto, era evocar la idea de una marca consolidada y de calidad al aplicar la etiqueta en un producto artesanal.

Al igual que en el ejercicio anterior, se utilizó la misma bufanda de alpaca y se preguntó a los participantes cuánto creían que costaba la bufanda y cuánto pagarían por ella, de manera de que las respuestas fueran comparados con los resultados de la segunda etapa del primer ejercicio, es decir con los precios que los participantes mencionaron luego de recibir información sobre artesanía.



Imagen 15: Tiku.
Fuente: Registro personal.



Al comparar los resultados, se concluyó que si bien la marca tras el producto puede tener mayor impacto e influencia en la percepción del precio tras la artesanía, esta no es un factor que aumente la disposición a pagar del comprador en mayor medida que recibir información relevante sobre la artesanía y su contexto.

Figura 23: Gráfico comparado.
Fuente: Elaboración propia.

Cómo comunicar el material

A partir del análisis estadístico realizado a los resultados de los ejercicios de percepción de valor, se concluyó que lo que mayor impacto generaba en la percepción del valor de la artesanía por parte del público general era el material del producto, más allá de las especificaciones técnicas, características, cuali-

dades o beneficios que este pudiera tener. Por este motivo, se concluye que el material en sí mismo es el elemento de valor, pero ¿Cómo comunicar el material?

Las principales materias primas utilizadas en la artesanía textil aymara son la fibra de alpaca,

baby alpaca y llama. En primer lugar, se evaluaron cuatro alternativas de comunicación impresa de dichas materias primas: texto, fotografía, ilustración e ícono. La primera alternativa descartada, es el uso de fotografías, con el objetivo de optimizar el uso de tinta en la impresión. Aquí, surge la duda

de si las personas realmente saben diferenciar a los diferentes camélidos sudamericanos por su aspecto. Para esto, se realizó una encuesta donde los participantes debían reconocer llamas y alpacas por fotografías e íconos.

*Imagen 16: Cría de alpacas.
Fuente: Artesanías de Chile.*



¿Qué animal es?

esilvaarmstrong@uc.cl [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

¿Qué animal es? *



Alpaca
 Guanaco
 Llama
 Vicuña

¿Qué animal es? *



Alpaca
 Guanaco
 Llama
 Vicuña

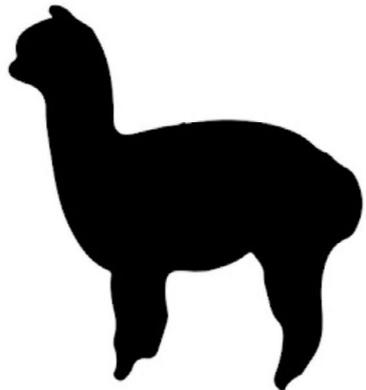
¿Qué animal es? *



¿Qué animal es? *

Guanaco
 Llama
 Vicuña

¿Qué animal es? *



Alpaca
 Guanaco
 Llama
 Vicuña

Enviar Borrar formulario

Imágenes 17, 18 y 19: Encuesta.
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados arrojaron que había poca asertividad por parte del público general al diferenciar estos animales, por lo que en realidad el uso de elementos visuales más allá del texto no serían un aporte en cuanto al reconocimiento del material.

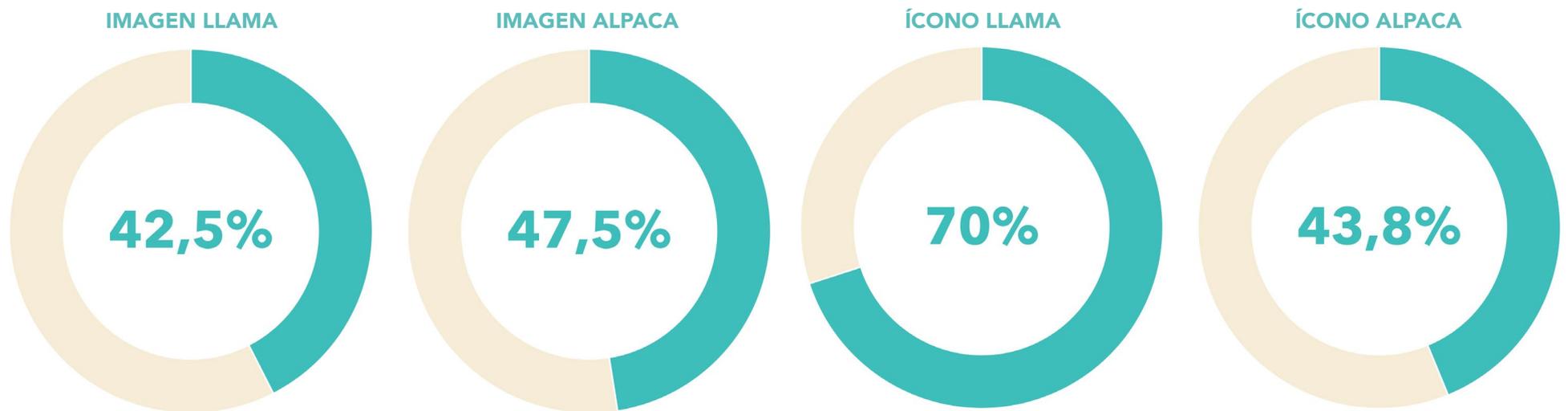


Figura 24: Resultados.
Fuente: Elaboración propia.

Cómo comunicar el tiempo

Para ver cómo se mide el tiempo tras el ciclo textil, se contactó a cuatro artesanas aymara: Catalina Castro, Albina Choque, María Choque y Elsa Moscoso.

En primer lugar, se pensó que el tiempo tras las creaciones se podría calcular a partir de la cantidad de ovillos de lana utilizados en cada pieza, pues se creía que las artesanas armaban los ovillos con un peso estándar de 100 gramos. Sin embargo,

las artesanas confirmaron que los ovillos no se arman de manera estandarizada, más bien se determina su peso y tamaño de acuerdo a la necesidad de materia prima o bien, de acuerdo a la disponibilidad de recursos y tonos de pelo del animal. Sumado a esto, usan varios tonos de lana en cada creación, por lo que se complejiza el cálculo de cuánto material están utilizando.



Imagen 20: Ovillos alpaca.
Fuente: Zurita.

En segundo lugar, se pensó que si bien no se podía calcular el tiempo a partir de la cantidad de ovillos utilizados, si se podría calcular a partir del peso del producto terminado. Sin embargo, las conversaciones con las artesanas revelaron que el peso entre productos no se puede estandarizar, ya que a pesar de que las artesanas conocen cuánto pesa cada una de sus creaciones, este es altamente variable entre artesanas, ya sea por las dimensiones del producto o bien por el grosor de la lana utilizada.

Finalmente, se concluye que el tiempo no se puede calcular de manera estandarizada, pues diversos factores en el proceso textil influyen en este. El ciclo de cada artesana es único, y puede tener su comienzo en el pastoreo e incluir hilado a mano, o bien puede iniciar luego de la compra de la fibra. Así mismo, su ciclo puede incluir teñido natural, artificial o no incluir teñido pues se utiliza el pelo en su tono natural. Cada artesana es única, sin embargo hay un factor común que es transversal, y es que cada una conoce muy bien las etapas de su ciclo y los tiempos que invierte en cada una de estas.

PESO DE SUS CREACIONES				
	Catalina Castro	Elsa Moscoso	Albina Choque	María Choque
Bufanda	150	300	240	170
Chal	150	200	450	480
Poncho	500	500		
Faja	500	500		
Piecera	100			
Manta	150	250		

Figura 25: Tabla pesos.
Fuente. Elaboración propia.

Antecedentes

ETIQUETAS DE LOS ARTESANOS

Los artesanos buscan comunicarse con el público general a través de etiquetas, se ve que estas no son caseras por el tipo de papel utilizado, tintas de color e impresión por tiro y retiro. Algunas incorporan factor manual al ser perforadas de manera casera con perforadora, la cual deja un agujero más grande que el clásico sacabocado de etiquetas.



Imágenes 21, 22 y 23:
Etiquetas artesanas.
Fuente: Registro personal.

ETIQUETAS INDUMENTARIA OUTDOOR

Las marcas outdoor "Patagonia" y "The North Face" utilizan un sistema de etiquetado modular que permite una fácil gestión y adaptabilidad a diferentes productos según sus cualidades. Estos módulos se clasifican en categorías que se aplican a cada producto según corresponda. De esta manera tienen un sistema de etiquetado estandarizado para la marca, pero a la vez adaptable a cada producto específico.



Imágenes 24 y 25: Etiqueta Patagonia.
Fuente: Shutterstock.
Imagen 26: Etiqueta The North Face.
Fuente: Katie Heit.

Parámetros

Para el desarrollo de los prototipos, se definieron parámetros de evaluación cuyas métricas varían entre cada prototipo. Esto tiene el objetivo de contrastar los aspectos positivos y a mejorar tanto en términos de diseño como de interacción entre las artesanas y los distintos prototipos:

1. COMPLEJIDAD

Se relaciona con la preparación del prototipo, es decir, complejidad de impresión, cantidad de cortes y cantidad de piezas.

2. USABILIDAD

Evalúa la comprensión del prototipo por parte del artesano, es decir el uso de sus piezas y forma de armado de este.

3. OPTIMIZACIÓN

Va vinculado al uso de recursos, esto es uso de papel y gasto de tinta, entre otros.

1er prototipo

El primer prototipo consiste en cinco etiquetas, una con el logo del proyecto, una de material, una de tiempo, una de trazabilidad y un certificado.

En cuanto a decisiones de diseño de las etiquetas, estas fueron pensadas con forma rectangular de manera de ser fáciles de re-

cortar. Sus proporciones están basadas en la etiqueta de mayor tamaño: "Trazabilidad" cuyas dimensiones son 5,4 cm de ancho x 6,9 de largo. De esta manera, se optimiza su tamaño, pues gracias a esto pueden entrar 12 etiquetas en una hoja tamaño carta.



Imagen 27: Prototipo 1.
Fuente. Elaboración propia.



Imagen 28: Prototipo 1.
Fuente. Elaboración propia.

Para continuar, los diferentes tamaños de etiquetas se diseñaron en relación al nivel de impacto por dimensión de valor, por este motivo, las dimensiones de mayor impacto utilizan etiquetas de proporciones menores, con el objetivo de que se dispongan por sobre las demás etiquetas. En relación a esto, cabe destacar que cada dimensión de valor ocupa una etiqueta diferente, de manera que

cada artesano pueda gestionar qué etiquetas quiere usar y qué información prefiere omitir.

Respecto al margen superior, este tiene una medida de 1,4 cm con el objetivo de proteger el contenido de la etiqueta, ya que se ha visto anteriormente que los artesanos usan perforadora casera para hacer etiquetas, cuyo diámetro de perforación es de 0,5 centímetros.

VISTA IMPRESA

Originalmente se había pensado que cada tipo de etiqueta ocuparía una hoja carta, sin embargo en el marco del prototipado, se unieron todas en una sola hoja para optimizar el uso de papel de María.

					
ARTESANÍA VIVA	ARTESANÍA VIVA	ARTESANÍA VIVA	ARTESANÍA VIVA		
AQUÍ HAY: +15 DÍAS DE TRABAJO	AQUÍ HAY: +15 DÍAS DE TRABAJO	AQUÍ HAY: +15 DÍAS DE TRABAJO	AQUÍ HAY: +15 DÍAS DE TRABAJO	100% ALPACA Hecho en Chile	100% ALPACA Hecho en Chile
Incluye: Libre pastoreo Hilado artesanal Teñido manual	Incluye: Libre pastoreo Hilado artesanal Teñido manual	Incluye: Libre pastoreo Hilado artesanal Teñido manual	Incluye: Libre pastoreo Hilado artesanal Teñido manual		
TIEMPO	TIEMPO	TIEMPO	TIEMPO	MATERIAL	MATERIAL
Taller Ayka Artesanía Textil Aymara Región de Tarapacá, Chile Taller liderado por María Choque, heredera de antiguas técnicas que le traspasaron su madre y abuela.	Taller Ayka Artesanía Textil Aymara Región de Tarapacá, Chile Taller liderado por María Choque, heredera de antiguas técnicas que le traspasaron su madre y abuela.	Taller Ayka Artesanía Textil Aymara Región de Tarapacá, Chile Taller liderado por María Choque, heredera de antiguas técnicas que le traspasaron su madre y abuela.	Taller Ayka Artesanía Textil Aymara Región de Tarapacá, Chile Taller liderado por María Choque, heredera de antiguas técnicas que le traspasaron su madre y abuela.	100% ALPACA Hecho en Chile	100% ALPACA Hecho en Chile
  	  	  	  		
TRAZABILIDAD	TRAZABILIDAD	TRAZABILIDAD	TRAZABILIDAD	MATERIAL	MATERIAL

Imagen 29: Vista impresa.
Fuente. Elaboración propia.

Prototipado con María Choque

Para comenzar el testeo del primer prototipo, se contactó a la artesana María Choque de Colchane. En primer lugar, se le explicó en qué consistía el proyecto y se le preguntó si tenía acceso a impresora, a lo que contestó que sí, mostrándose entusiasmada por participar. Luego, se le pidió que escogiera una de sus creaciones, en este caso eligió una bufanda tejida en fibra de alpaca y se le realizaron preguntas en torno a su proceso, el material y su taller “Ayka Artesanía Textil Aymara”. Al finalizar, se generaron etiquetas con la información brindada por María, estas fueron enviadas por Whatsapp para que las imprimiera en su casa.

María tardó un par de días en imprimir las etiquetas, pues no sabía usar su impresora y tuvo que esperar que su marido volviera a Colchane desde Iquique para pedirle ayuda.

Luego de imprimir las etiquetas, se comunicó por whatsapp donde comentó que le habían gustado y adjuntó una imagen de estas recortadas y otra de la etiqueta puesta con un alfiler de gancho en una de sus bufandas.

Al preguntarle por qué había utilizado solo una de las etiquetas enviadas explicó que le gustó por el código Qr, el cuál dirigía al perfil de María y su taller en la web del Programa de Artesanía UC.

De este primer prototipo se desprende que el no saber usar impresoras no es impedimento, pues María pudo apoyarse en su familia para recibir ayuda. En cuanto a temas técnicos, se ve una alta fidelidad en cuanto a los colores impresos respecto a los del diseño enviado, sin embargo el uso de tinta en bloques lisos de color aparece entrecortado.



Imagen 30: Etiqueta impresa.
Fuente: María Choque.

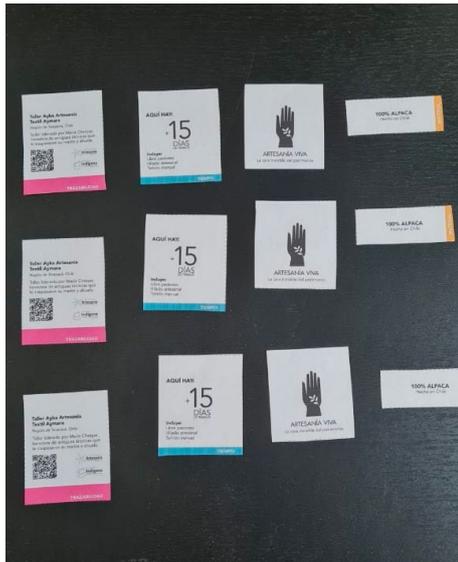


Imagen 31: Prototipo 1.
Fuente: María Choque.

COMPLEJIDAD

Muchas piezas y cortes distintos, se debe optimizar el tiempo de la artesana.

USABILIDAD

El prototipo enviado consistía en 4 etiquetas, sin embargo María solo utilizó una. Si bien María señaló que fue una decisión planificada, esto también indica poca intuitividad por parte del diseño enviado.

OPTIMIZACIÓN

Por el hecho de ser prototipo, se incorporaron todas diferentes etiquetas en un solo papel, de manera que María solo utilizara una hoja para su impresión, esto hizo que entraran 12 etiquetas, es decir tres portadas, tres de material, tres de tiempo y tres de trazabilidad, es decir solo tres etiquetas completas en total.

Complejidad



Usabilidad



Optimización



REFLEXIÓN

En cuanto a complejidad, hay que disminuir la cantidad de cortes para optimizar el tiempo del artesano, esto además se vincula a la usabilidad, pues se puede generar un diseño más intuitivo en cuanto a armado.

Por otra parte, es posible disminuir la cantidad de tinta en relación al uso de colores, pues

estos no cumplen funciones específicas dentro del diseño de la etiqueta. Para finalizar, es importante testear el uso de impresión por dos caras, que si bien aumenta la complejidad de impresión, permite a la vez un mayor aprovechamiento del papel.

2do prototipo

El segundo prototipo consiste en un pliego de papel cuyo tiro fue diseñado por cuadrantes, uno con el logo del proyecto, uno con el material, otro con tiempo tras el producto y otro con información sobre el artesano. Por su parte, el retiro incluye un certificado emitido por “Artesanía Viva” que afirma que la información entregada en la etiqueta es verídica.

Para el diseño del pliego se mantuvo la forma rectangular y sus dimensiones 9,6 x 12 cm se pensaron para que entren cuatro etiquetas por hoja tamaño carta, permitiendo un margen superior de 2 cm y lateral de 1 cm aproximadamente. De esta manera queda un espacio de seguridad para la impresión y a la vez permite hacer lugar a indicaciones de recorte de los pliegos.

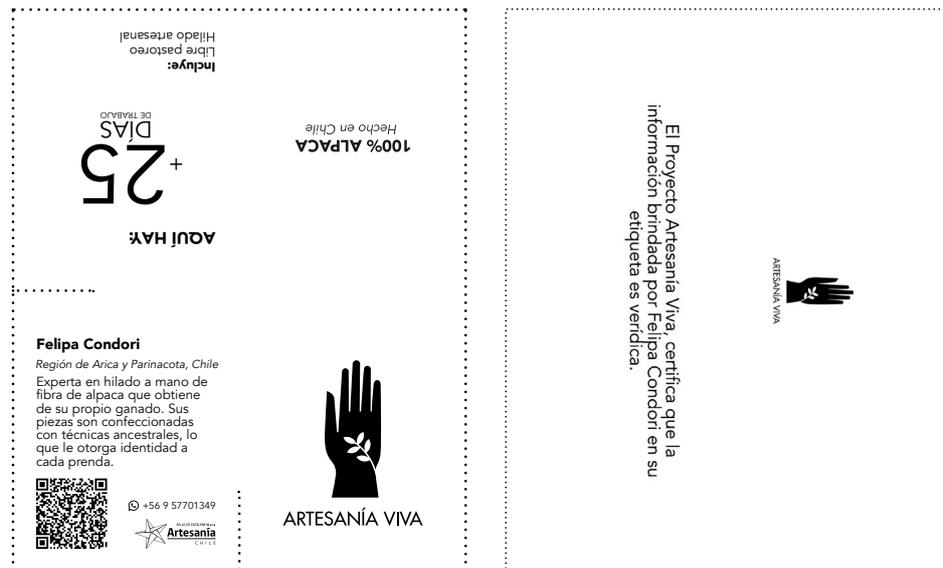


Imagen 32: Prototipo 2.
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al diseño de los cuadrantes, cada uno tiene un margen inferior y lateral de 0,5 cm, junto a un margen superior de 1 cm que brinda un espacio de seguridad para ser perforado de la forma que el artesano prefiera. Sumado a esto, la línea punteada tiene la finalidad de marcar el área de recorte, pues el pliego está pensado para ser cortado con tijera, herramienta más básica y común que un cartonero. A su vez, se incorporaron dos líneas punteadas interiores que marcan la mitad a lo largo y ancho del pliego para guiar su doblado. Al mismo tiempo, estas líneas señalan dónde se posiciona el punto medio de una perforadora estándar, de manera de situar la perforación en la esquina superior de la portada del pliego al ser doblado en cuatro.

Finalmente, la disposición de los elementos del pliego fue pensada para que al ser doblado quede el logo del proyecto a modo de portada, seguido por cada dimensión en el orden de impacto estudiado, esto es: Material, Tiempo y Trazabilidad. Para concluir, si se abre el pliego se encontrará el certificado de veracidad en la parte de atrás, cuya disposición de elementos se diseñó dejando un margen de seguridad en el centro que permite que la etiqueta sea perforada sin alterar la legibilidad del certificado.



Imagen 33: Tiro.
Fuente: Elaboración propia.

VISTA IMPRESA

Para la vista impresa del segundo prototipo, se consideraron marcas de recorte solo por el lado del tiro, entendiendo que puede haber un desfase en la impresión, de esta manera se

evita que queden marcas de recorte visibles por alguna de las caras de la hoja

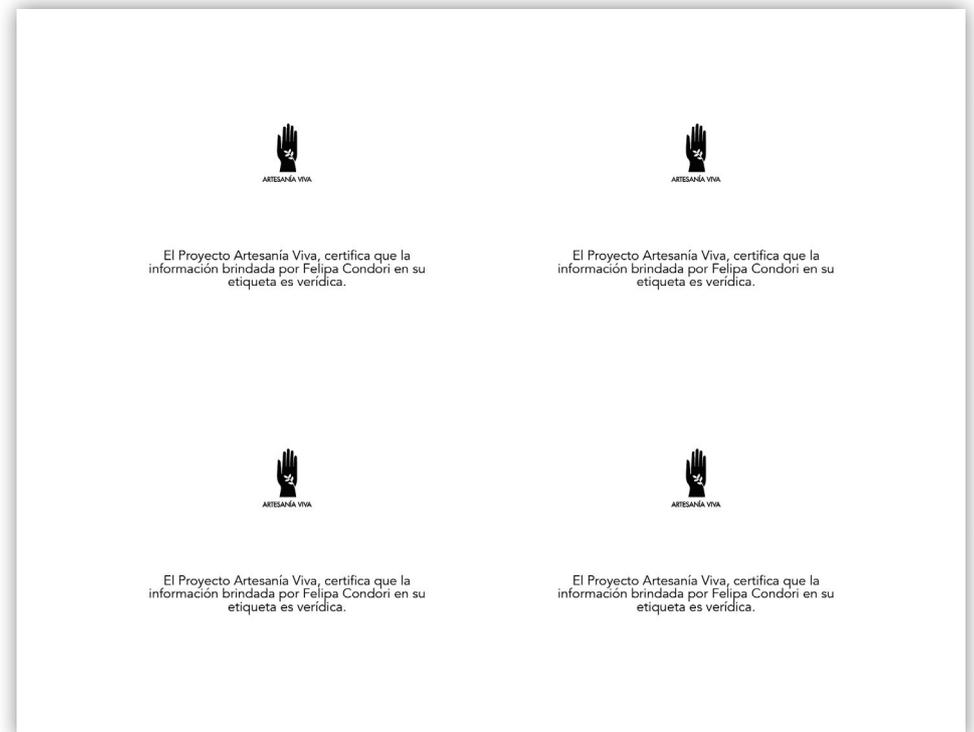


Imagen 34: Retiro.
Fuente: Elaboración propia.

Prototipado con Felipa Condori

Para el testeo del segundo prototipo, se contactó a la artesana Felipa Condori de Arica. En primer lugar, se le explicó en qué consistía el proyecto y se le preguntó si tenía acceso a impresora, a lo que contestó que no tenía en su casa pero que podía usar la de la Biblioteca Municipal de Arica. Luego, se le pidió que escogiera una de sus creaciones, en este caso eligió una chal tejido en fibra de alpaca y se le realizaron preguntas en torno a su proceso, el material y su trayectoria. Al finalizar, se generó el pliego con la información brindada por Felipa, este fue enviado por Whatsapp para que lo imprimiera en la biblioteca municipal con ayuda de su hija.

Finalmente Felipa no pudo imprimir el pliego, pues viaja constantemente entre Arica, Visviri y Guacollo, por lo que encontrar un minuto para ir a la biblioteca junto a su hija le fue imposible.

Acá el sistema de prototipado toma un giro con el objetivo de optimizar el tiempo, pues para que la artesanas logren imprimir de manera casera, tienen que alinearse diversos factores:

- 1- Acceder a una impresora.
- 2- Disponibilidad de los miembros de la familia para brindar apoyo en cuanto a manejo tecnológico.
- 3- Traslados. Este factor es relevante ya que las artesanas se trasladan constantemente entre altiplano y ciudad, lo que dificulta la comunicación con ellas y su disponibilidad para imprimir prototipos.

Si bien en primer lugar era importante que artesanas aymara participaran del prototipado para demostrar que era posible imprimir etiquetas de manera casera. Esto se demostró con la participación de María Cho-

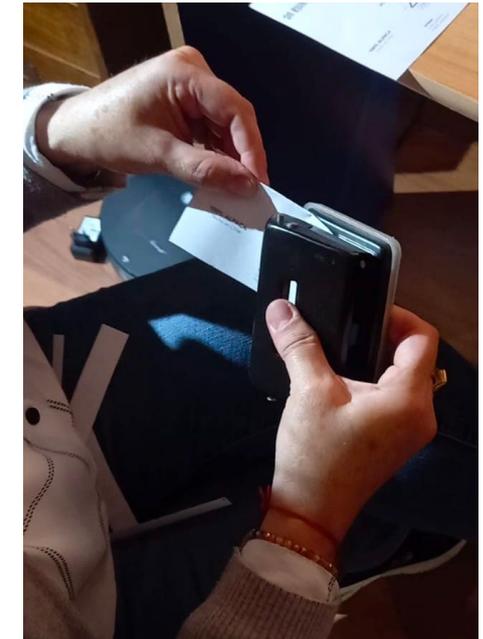
que, quien imprimió el material enviado en su propia casa. Sumado a esto, aunque Felipa no pudo imprimir la etiqueta, si se mostró dispuesta a hacerlo al proponer visitar la biblioteca municipal. Considerando esto, y ante la dificultad de alinear los tres factores mencionados en un corto plazo que permita testear y re-diseñar prototipos de manera eficiente, se tomó la decisión de ampliar los participantes del prototipado a personas que no pertenecieran al mundo de la artesanía aymara, puesto que además el siguiente objetivo del prototipado se limitaba a resoluciones técnicas de diseño y usabilidad.

A rasgos generales, las artesanas contactadas en el marco de la investigación son mujeres mayores de 45 años con bajo manejo tecnológico pero que cuentan con apoyo familiar en caso de presentar dificultades de dominio técnico. Por esto, el siguiente prototipo fue testeado con Paula Sanchez, dueña de casa de 53 años, quien fue ayudada por su hijo Enrique de 22 años.

Las principales interrogantes a resolver en este prototipo eran: ¿Personas de bajo dominio técnico podrán imprimir por dos caras? y ¿Se entiende cómo doblar el pliego?

La primera dificultad se presentó al imprimir dos caras, pues su impresora contaba con esta funcionalidad pero no sabían cómo usarla. Para resolverlo Enrique propuso imprimir primero las páginas impares, sacar la hoja, volver a ponerla en el sentido opuesto y proceder a imprimir las páginas pares. Esto funcionó, sin embargo ocupa mucho tiempo y aumenta la dificultad en caso de que una artesana quiera imprimir varias páginas de etiquetas.

En cuanto al armado del pliego, Paula siguió las guías de recorte, luego dobló el pliego por la mitad y lo perforó.



Imágenes 35 y 36: Prototipado con Paula Sánchez.
Fuente: Registro personal.



Imagen 37: Prototipo 2.
Fuente: Registro personal.

COMPLEJIDAD

Alta complejidad de impresión al ser por ambas caras del papel.

USABILIDAD

Comprensión rápida de instrucciones de recorte, sin embargo el doblado y perforado no fue intuitivo, pues no se entiende cuál es la portada, los dobleces, ni dónde perforar.

OPTIMIZACIÓN

Prototipo impreso por ambas caras del papel para aprovechar recursos, sin embargo su complejidad de impresión puede conducir a errores y por consiguiente, a pérdidas de tiempo y desperdicio de papel.

Complejidad



Usabilidad



Optimización



REFLEXIÓN

En cuanto a complejidad, se comprobó que la impresión por ambas caras del papel es contraproducente. Se debe avanzar hacia un diseño más intuitivo para el artesano que a la vez optimice al máximo el uso de recursos.

3er prototipo

Para el tercer prototipo, se diseñó una etiqueta en forma de letra "L". Esta estaba dividida en 5 sectores: Portada, material, tiempo, trazabilidad y certificado. Cada sector medía 5,1 x 5,4 cm de manera de permitir la impresión de cuatro etiquetas en una hoja tamaño carta, dejando un margen de seguridad de 0,5 cm en toda la hoja.

La forma de "L" se pensó para generar una imagen de portada, esto con el objetivo de señalar de forma más intuitiva cuál es la portada del prototipo. Con este mismo objetivo, se decidió incorporar el logo de los artesanos.

Se incorporó una línea entrecortada para el contorno de la "L"

de manera de guiar el recorte. A su vez se incorporaron marcas para guiar el doblado por sectores y un triángulo para indicar el punto central de una perforadora estándar en caso de que se quisiera perforar. En relación a esto, se añadió marcas de perforación para guiar el doblado.



VISTA IMPRESA

La vista impresa era bastante compleja, sin embargo se quiso poner a prueba la intuitividad de recorte utilizando guías más marcadas y notorias.

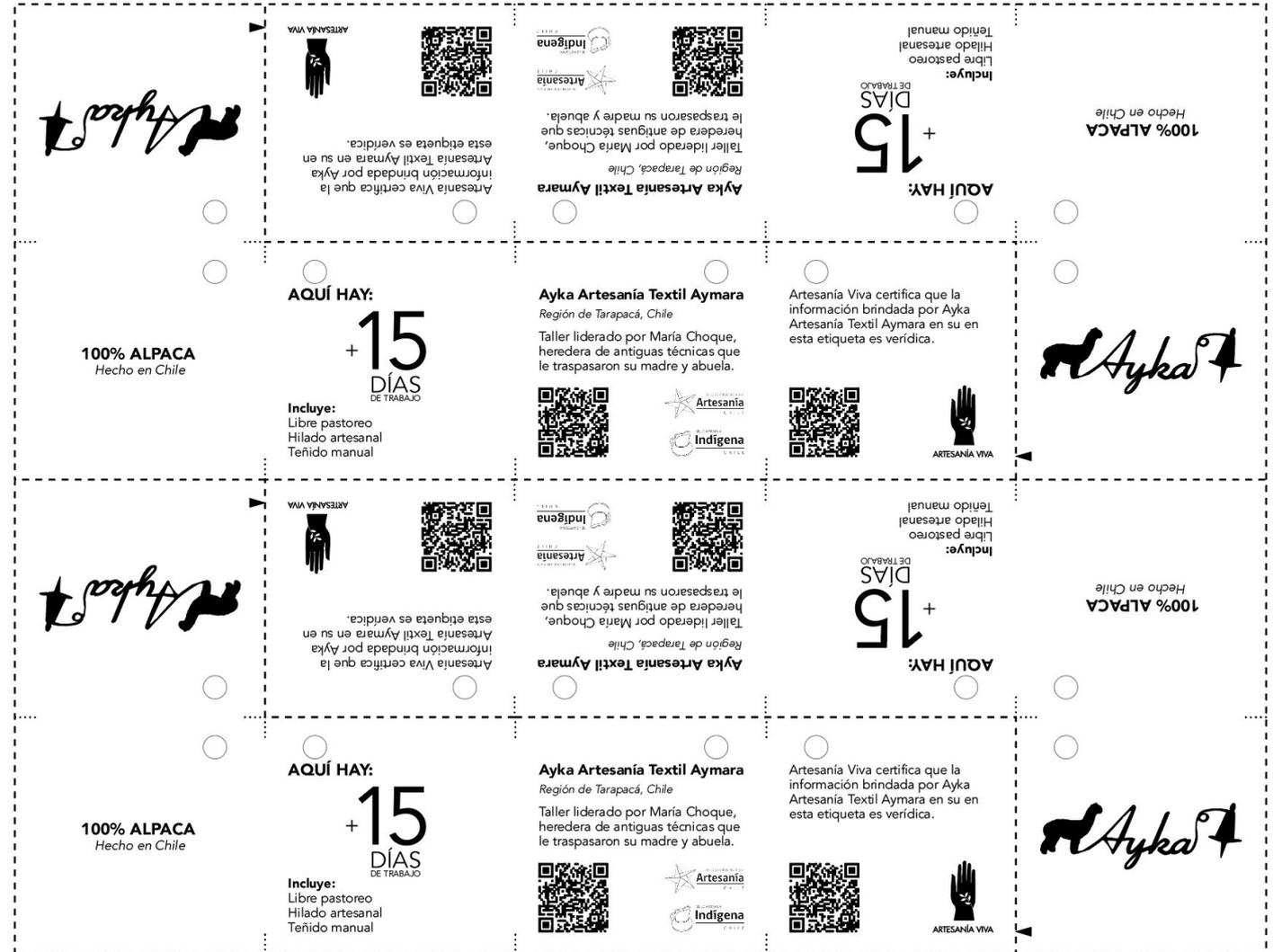


Imagen 39: Vista impresa.
Fuente: Elaboración propia.



Imagen 40: Prototipo 3.
Fuente: Registro personal.

COMPLEJIDAD

Vista previa de recorte compleja, sin embargo es recortada sin errores.

USABILIDAD

Doblado confuso, finalmente se dobló de manera correcta, sin embargo hubo errores en el proceso. Las guías de recorte fueron confundidas con la marca de perforación.

OPTIMIZACIÓN

Se utiliza el papel al máximo. En cuanto a recorte se puede simplificar para optimizar el tiempo y disminuir fallos, pues su complejidad puede conducir a errores y por consiguiente, a pérdidas de tiempo y desperdicio de papel.

Complejidad



Usabilidad



Optimización



REFLEXIÓN

Se puede simplificar la forma de la etiqueta para disminuir tiempos de recorte y errores. La guía de recorte debe ser más sutil pero funcional. Las guías de doblado deben ser un aporte y no confundir. La marca de perforación no es funcional, puesto que solo marca la posición correctamente si se imprime la etiqueta en una escala de

100%, sin embargo muchas impresoras ajustan el documento a la página como configuración por defecto, por lo que puede alterar levemente las dimensiones de la etiqueta.

Diseño final

Para el diseño final se creó una tira de 26,9 cm de ancho x 5,1 cm de alto. Esta se divide en cinco sectores de 5,1 cm x 5,4 cm, de esta manera se pueden incluir hasta cuatro etiquetas por hoja tamaño carta, incluyendo un margen de seguridad de 0,5 cm. Sumado a esto, cada sector incluye respectivamente: Logo del artesano o de Artesanía Viva en caso de no tener logo, material, tiempo, trazabilidad y certificado.

Cada sector fue pensado con márgenes laterales e inferior de 0,5 cm y uno superior de 1 cm, esto con el objetivo de aumentar la zona de seguridad al colgar la etiqueta.

Para el contorno se incorporó una línea punteada de manera de guiar el recorte. Esta alternativa se consideró por sobre incluir marcas de corte por fuera del diseño, pues así el archivo de impresión está prepara-

do para ser cortado con tijera como herramienta más básica y común que el cuchillo cartonero. A su vez, las líneas de doblado se hicieron con una línea continua sutil más corta que el alto de la etiqueta, estas se posicionan de forma centrada y, al no ir de lado a lado de la etiqueta, evitan ser confundidas con líneas de recorte.

Se testeó con un grupo de cuatro personas y todas recortaron

la etiqueta sin cometer errores. En cuanto al doblado, utilizaron las marcas de guía e identificaron la portada a partir del logo del taller. Sin embargo, la mitad de los participantes dobló la tira de manera incorrecta, enrollándola en vez de crear un zigzag que permitiera leer su contenido.

Imagen 41: Diseño final.
Fuente: Elaboración propia.





Imagen 42: Diseño final.
Fuente: Registro personal.

COMPLEJIDAD

Recorte simple y recto, baja probabilidad de confusión y errores.

USABILIDAD

Se utilizaron las guías de doblado y se identificó la portada. Sin embargo hay confusión al plegar la tira.

OPTIMIZACIÓN

Se utiliza el papel al máximo, sin embargo solo es impresa por una de las caras de la hoja.

Complejidad



Usabilidad



Optimización



REFLEXIÓN

Hubo una interacción fluida con la etiqueta hasta el momento del plegado. A futuro esto se puede solucionar mediante una vista previa de la etiqueta cortada y plegada en la plataforma dirigida a los artesanos.

Más que una etiqueta

¿Por qué una etiqueta? La respuesta a esta pregunta es que Artesanía Viva no permite a los artesanos simplemente generar etiquetas, sino que genera puentes entre su realidad y la del público general.

El público general, tanto comprador como no comprador de artesanía, no suele pertenecer ni al mundo de los oficios tradicionales, ni a algún pueblo originario, por lo que compara a la artesanía directamente

con productos provenientes de mercados y economías que le son muy diferentes. Esta problemática perjudica tanto al cultor como a su patrimonio, por lo que mediante el estudio de la percepción del valor, Artesanía Viva busca generar enlaces entre público y artesano, de manera de mantener vigente a una comunidad que quiere dar a conocer, brindar continuidad y mantener vigente su herencia ancestral de manera de salvaguardar su patrimonio cultural.



“...ese es mi sueño para que no se pierda... que no se pierda la herencia que nos dejó nuestros abuelos.” (Condori, 2023).

Antecedentes

El principal antecedente es el Sistema de Registro Nacional de Artesanía y la plataforma Behance:



Imagen 43: Convocatoria SIRENA.
Fuente: SIRENA.

SISTEMA DE REGISTRO NACIONAL DE ARTESANÍA (SIRENA):

Plataforma perteneciente al programa Chile Artesanía del Ministerio de Cultura, su objetivo es reconocer a los artesanos del país, su origen y calidad. Sumado a esto, el SIRENA busca potenciar la comercialización y gestión de artesanía, a través del fortalecimiento de la organización del sector.



Imagen 44: Logo Behance
Fuente: Behance.

BEHANCE

Plataforma dirigida a creadores, la cual permite subir proyectos, colaborar con más personas y crear un portafolio personal.

Referentes

Por su parte, los principales referentes para el diseño de la plataforma digital, fueron Facebook, LinkedIn :

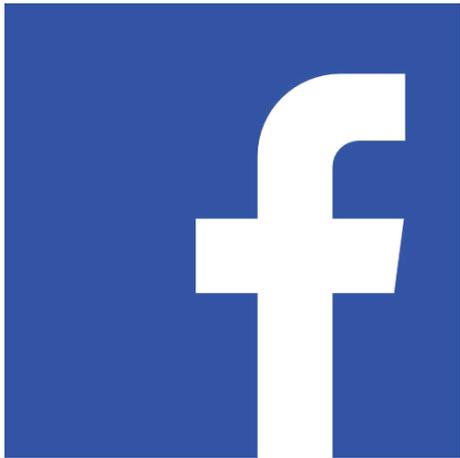


Imagen 45: Logo Facebook.
Fuente: Facebook.

FACEBOOK

La red social sirvió de referente de usabilidad, pues si bien los artesanos suelen tener bajo dominio técnico en el uso de plataformas digitales, tienen familiaridad con Facebook, por lo que algunas de sus funcionalidades e interacciones funcionaron como referente para el diseño de la interfaz de Artesanía Viva.



Imagen 46: Logo LinkedIn.
Fuente LinkedIn.

LINKEDIN

Esta plataforma fue referente no solo en el desarrollo de conexiones e interacciones entre institución y persona, sino que también en su rol de asociación y recolección de datos profesionales provenientes de las mismas personas.

Plataforma

La plataforma de Artesanía Viva está dirigida tanto a artesanos como instituciones y eventos de Artesanía, siendo gratuita para los creadores y un servicio de pago para los segundos.

PERFIL DE ARTESANO

Por un lado, el artesano al ingresar a Artesanía Viva, se encuentra con su perfil dentro de la plataforma, este contiene una fotografía, una breve biografía, datos de contacto, redes sociales y reconocimientos. Este tipo de perfil se puede utilizar tanto por artesano particular como por agrupaciones artesanales, permitiendo diferenciar entre cada miembro de la agrupación. Todos estos datos vienen de los artesanos y pueden ser editados por los mismos.

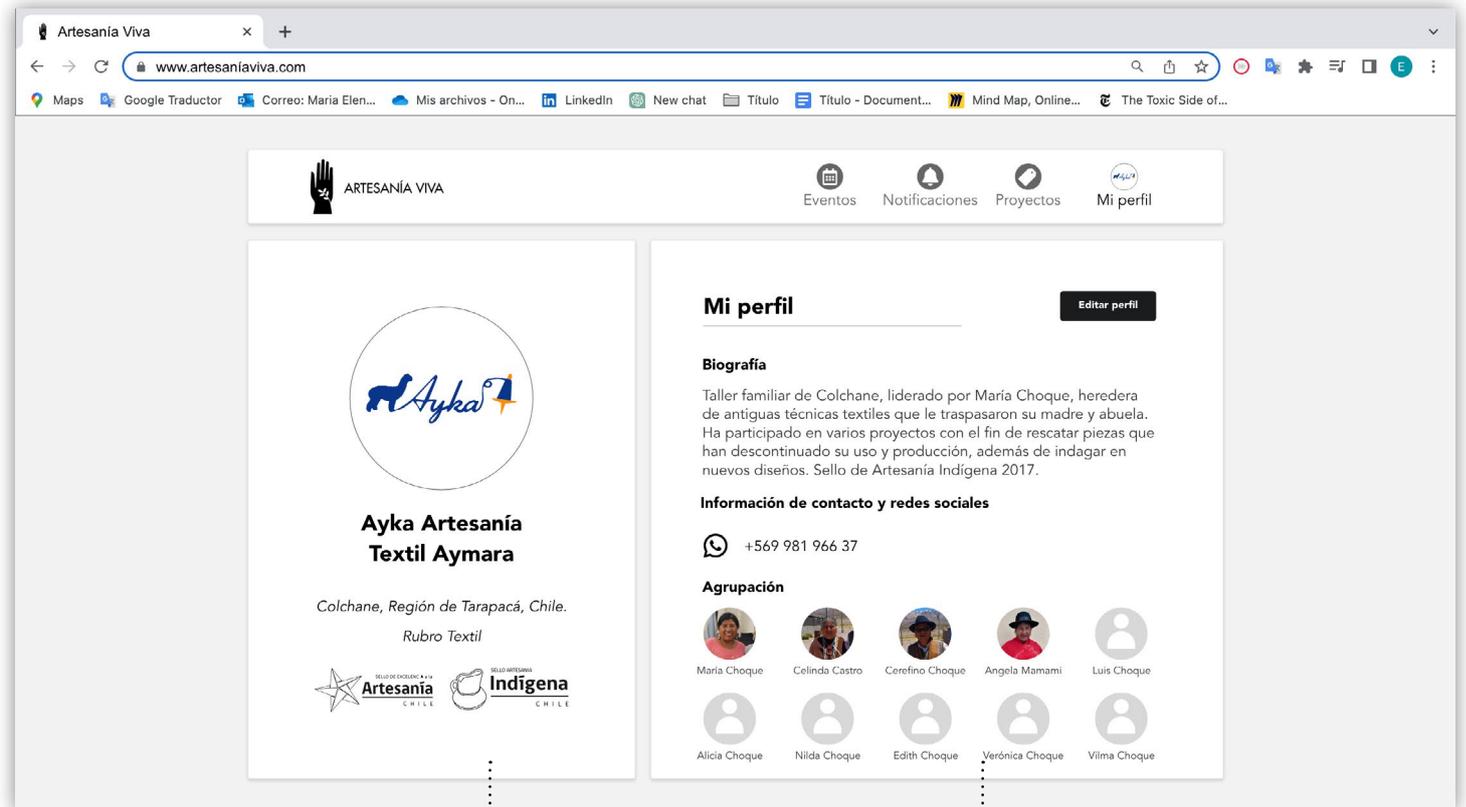


Imagen 47: Perfil de artesano.
Fuente: Elaboración propia.

· Foto de perfil
· Ubicación
· Rubro
· Premios y reconocimientos

· Reconoce a los miembros en
· el caso de las agrupaciones

GALERÍA DE PROYECTOS

La plataforma permite que los artesanos creen y guarden proyectos. Por un lado, pueden crear proyectos particulares. Por otro, pueden crear colecciones con varios proyectos.

Galería de proyectos

Crear proyecto

Crear colección

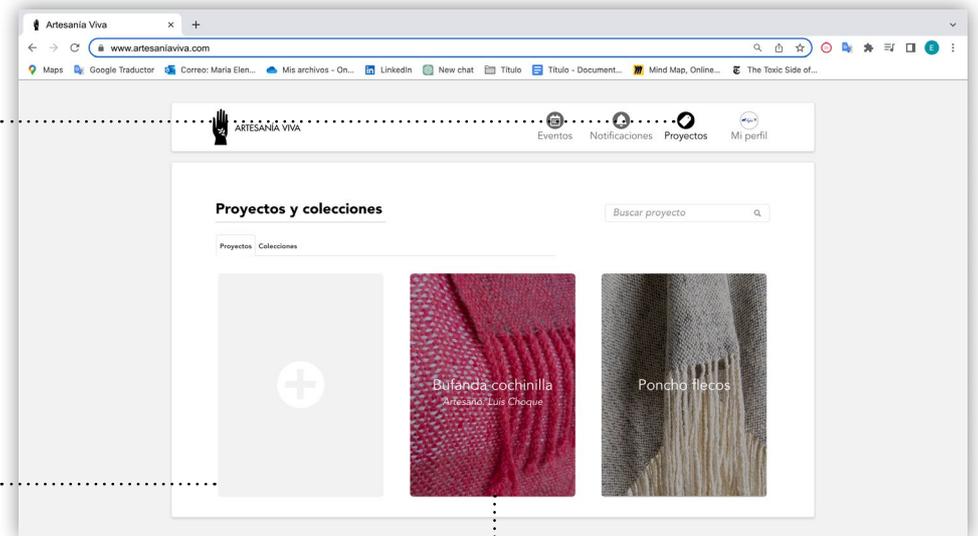


Imagen 48: Galería de proyectos.
Fuente: Elaboración propia.

Asocia proyectos a artesanos específicos dentro de las agrupaciones

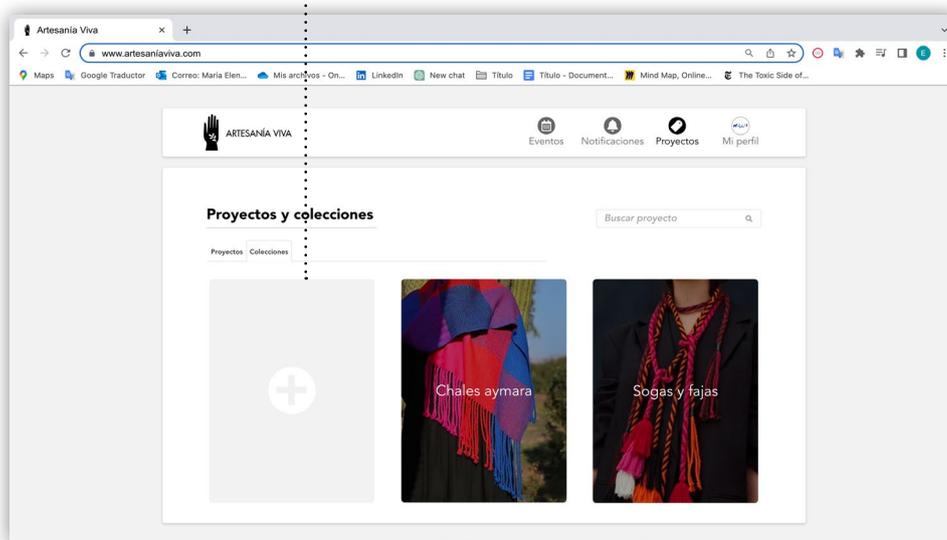


Imagen 49: Colecciones
Fuente: Elaboración propia.

CREAR PROYECTO

Al crearlo, el artesano da un nombre a su proyecto, lo asocia a un autor y puede incluir una fotografía del producto. Luego, debe proceder a responder una serie de preguntas sobre su proyecto, cuyas respuestas generarán de manera simultánea una etiqueta para imprimir en casa.

The screenshot shows the 'Crear nuevo proyecto' (Create new project) form on the website www.artesanialviva.com. The form is titled 'Crear nuevo proyecto' and includes a progress indicator 'Paso 1 de 6'. It features a photo upload area with a preview of a black fringed scarf. To the right, under the heading 'Proyecto y artesano', there is a prompt 'Escoge una de tus creaciones' and two input fields: 'Nombre de proyecto' (containing 'Bufanda natural') and 'Autor' (containing 'María Choque'). A 'Continuar' button is positioned below the author field.

Imagen 50: Nuevo proyecto.
Fuente: Elaboración propia.

Foto de proyecto

Nombre de proyecto

Autor

En primer lugar, la portada de la etiqueta contiene el logo de Artesanía Viva, el cuál puede ser reemplazado por el logo del artesano o su agrupación. Luego, se realizan preguntas sobre material, tiempo, atributos, e información personal que desee incorporar.

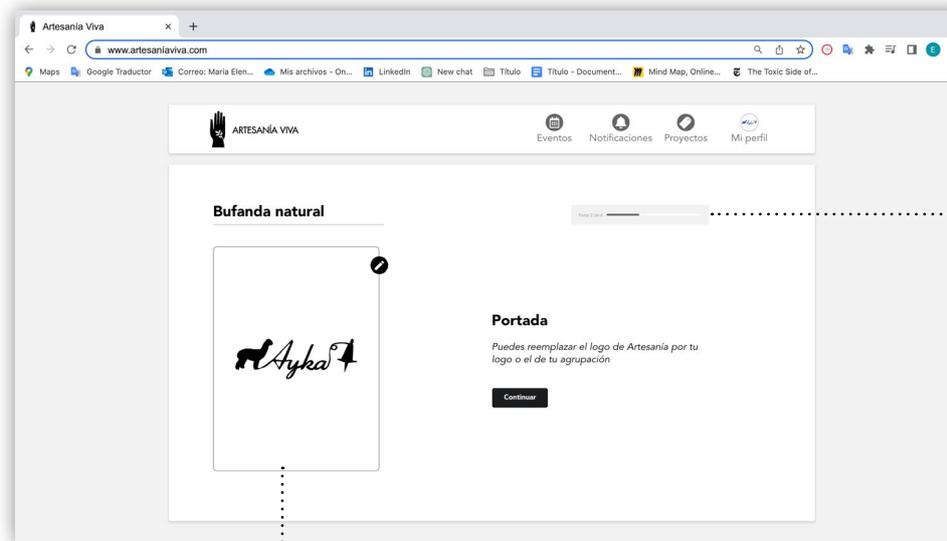
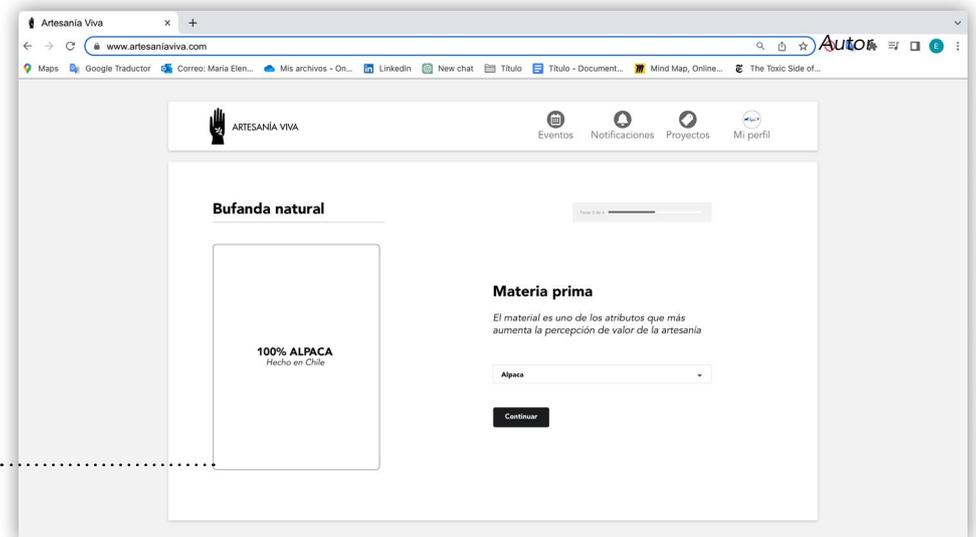


Imagen 51: Añadir logo.
Fuente: Elaboración propia.

Visualización de progreso

Logo de artesano
o agrupación

Imagen 52: Material.
Fuente: Elaboración propia.



Vista previa

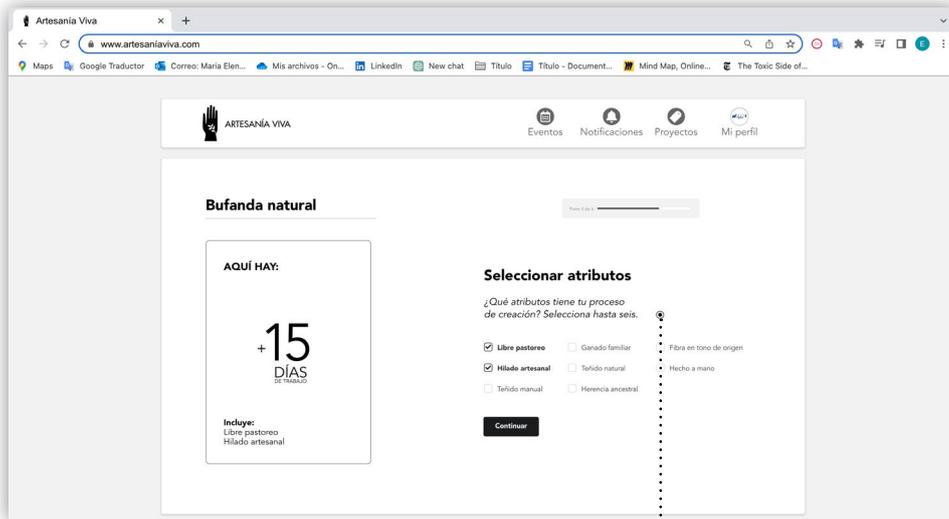
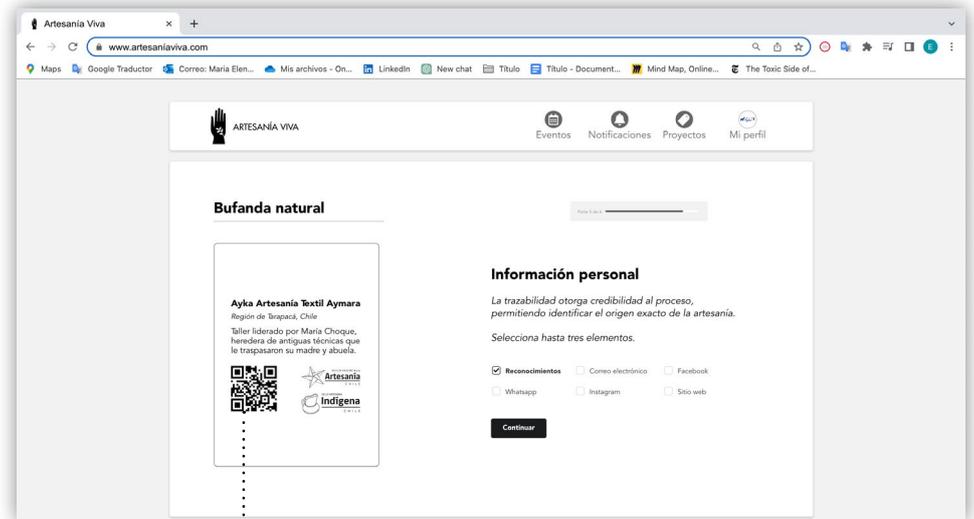


Imagen 53: Tiempo.
Fuente: Elaboración propia.

Notas para el artesano



Or asociado a perfil
de artesano en
Artesanía Viva

Imagen 54: Trazabilidad.
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, el artesano al aceptar los “Términos y condiciones” recibe un certificado por parte de Artesanía Viva, institución que avala la veracidad del contenido de la etiqueta.

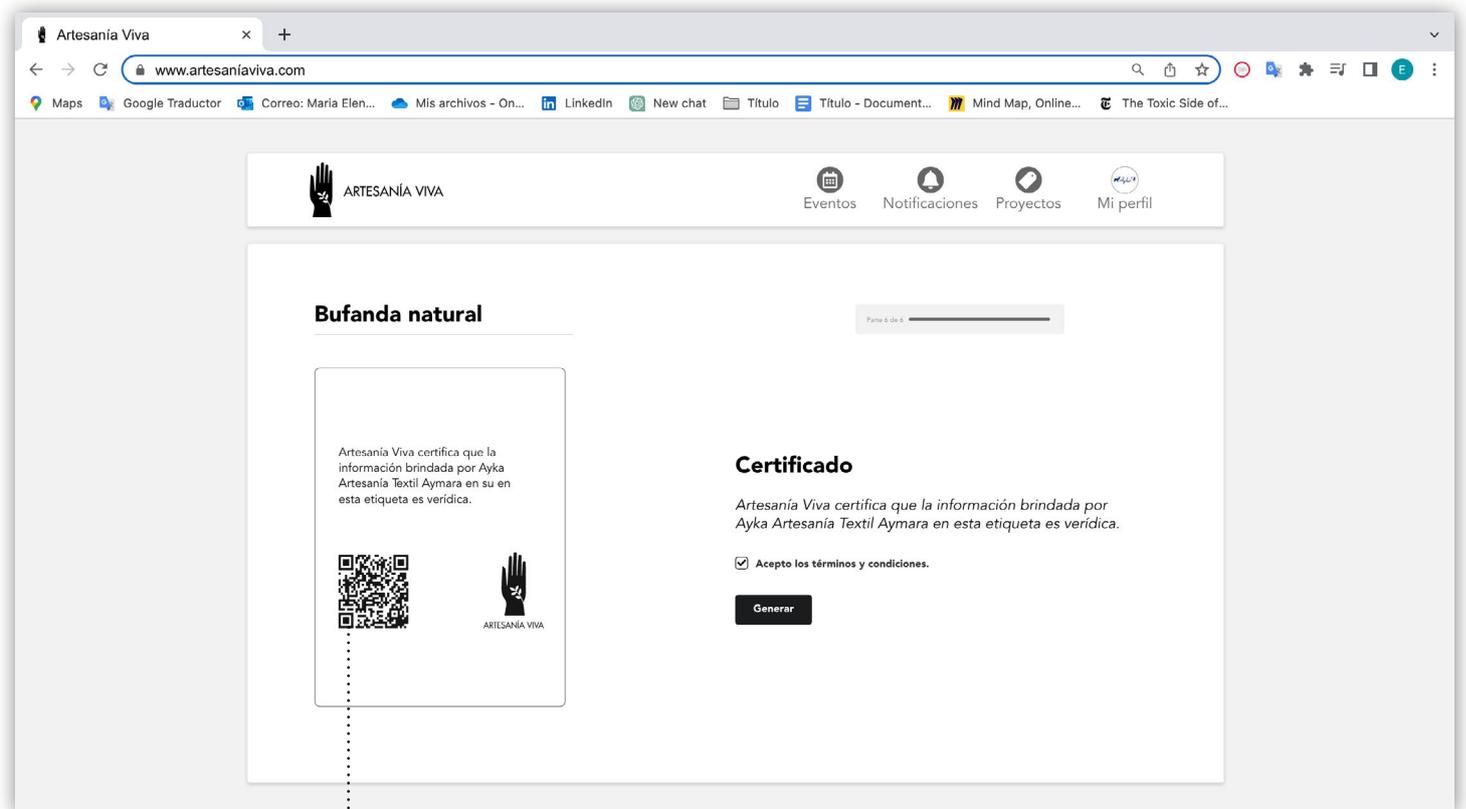


Imagen 55: Certificado.
Fuente: Elaboración propia.

Qr asociado certificado
en perfil de artesano
en Artesanía Viva

VISTA PREVIA

Al generar la etiqueta, se visualiza una vista previa donde se ilustra su plegado y doblado.

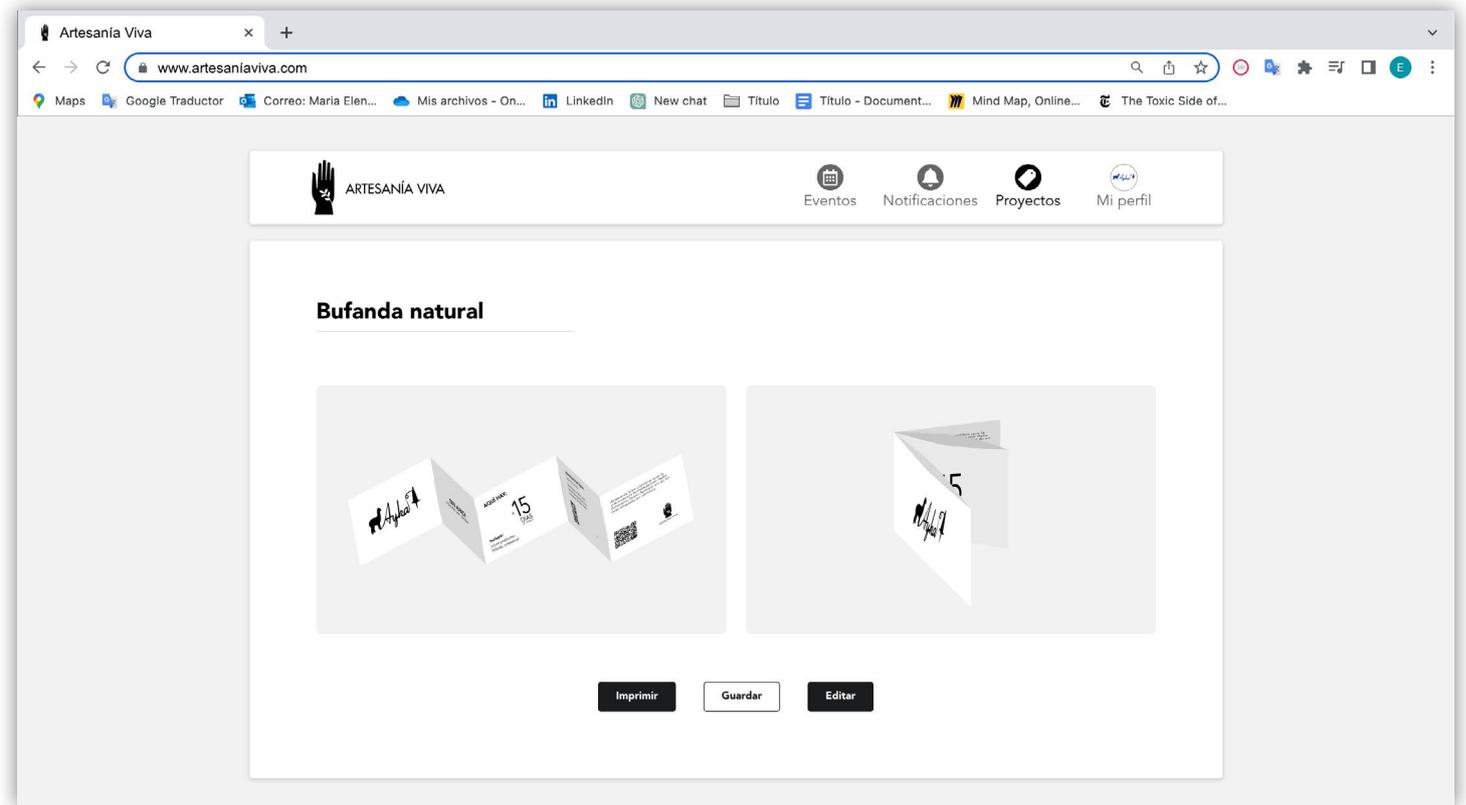


Imagen 56: Vista previa.
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, el proyecto queda guardado junto a los demás en la galería, donde se pueden editar sus datos, eliminar o bien imprimir.

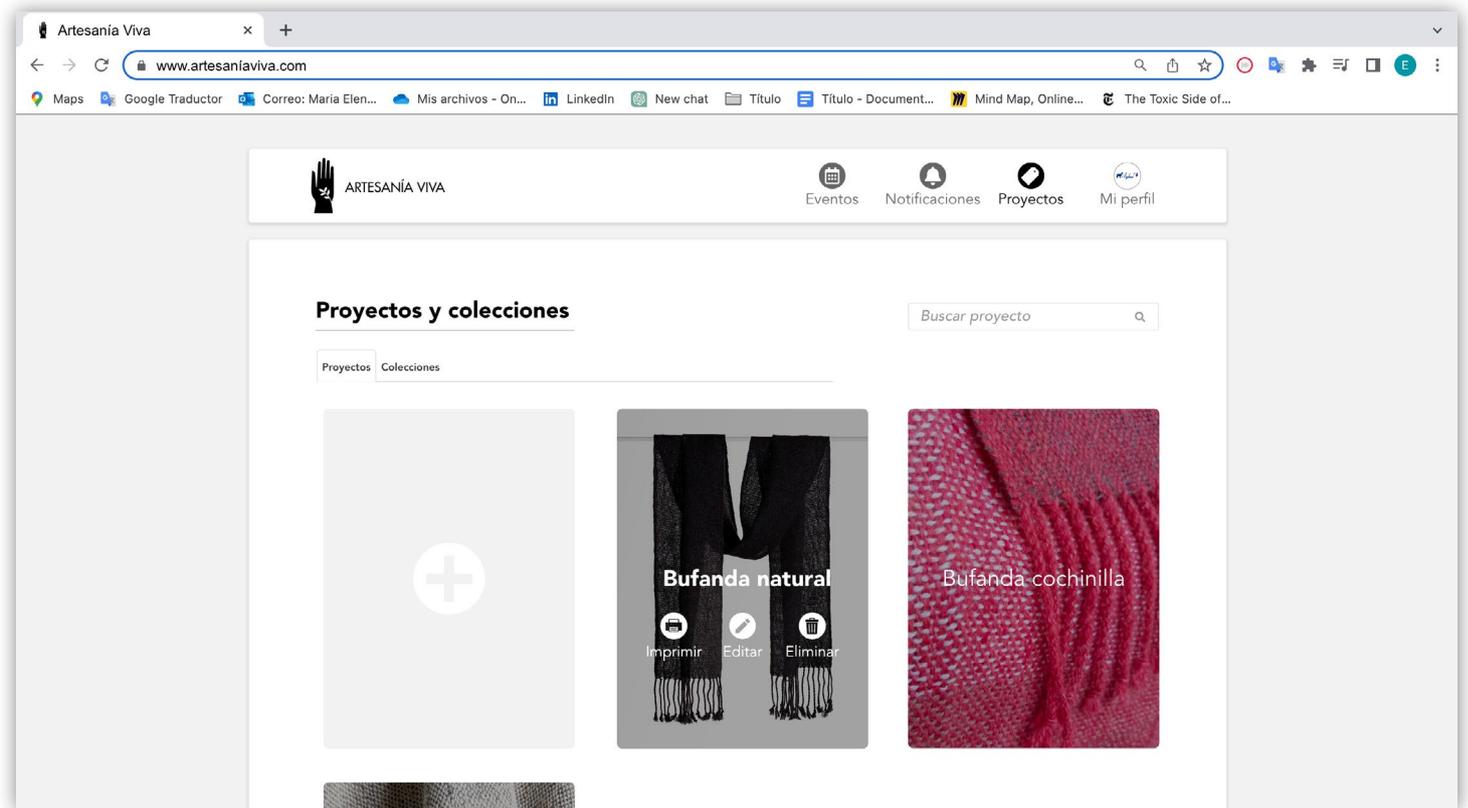


Imagen 57: Guardar proyecto.
Fuente: Elaboración propia.

IMPRESIÓN

Al imprimir, se puede modificar el idioma de la etiqueta, seleccionar la cantidad y agregar más proyectos para poder descargar varios archivos de proyecto de manera simultánea.

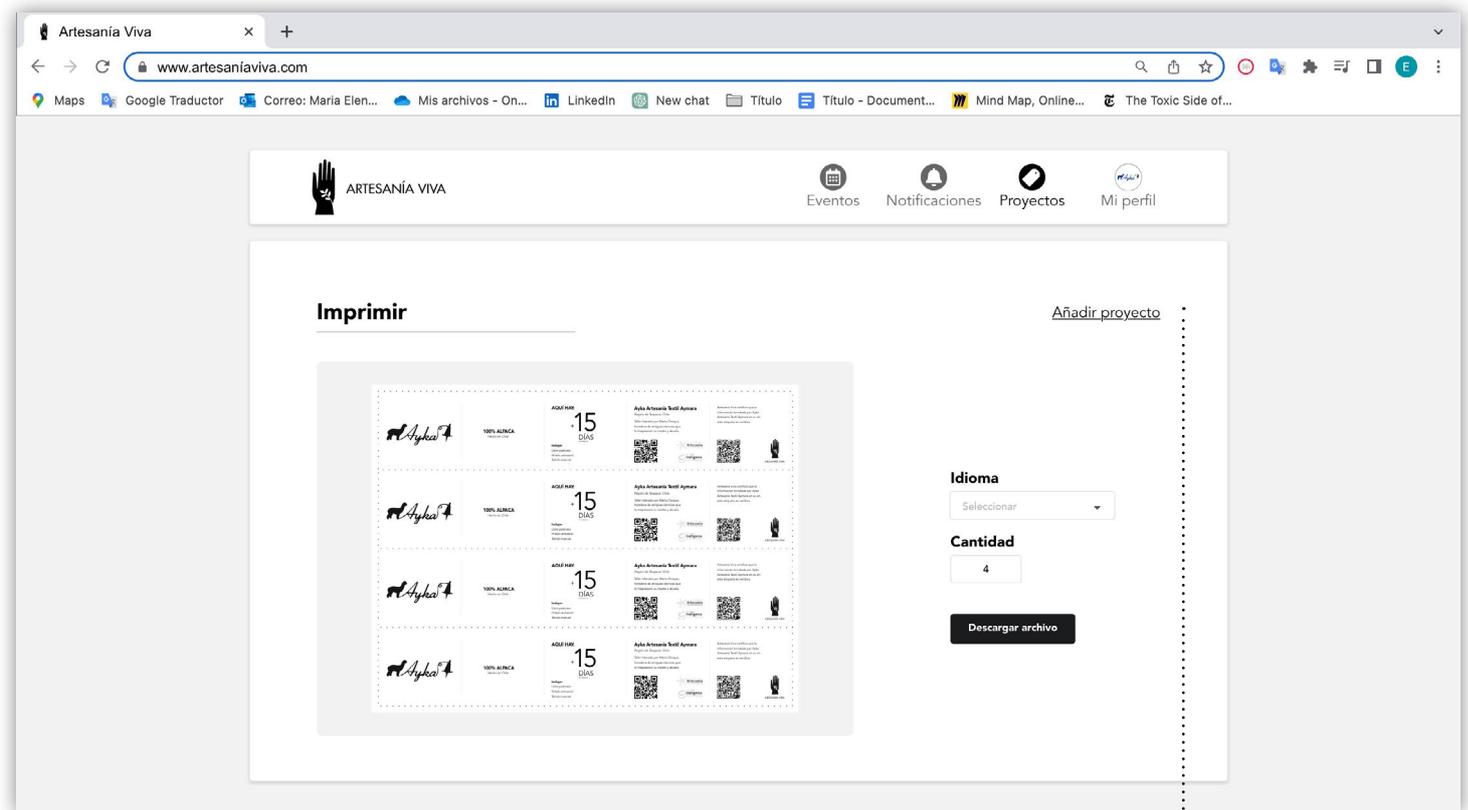


Imagen 58: Imprimir.
Fuente: Elaboración propia.

La plataforma permite añadir distintos proyectos para imprimir de manera simultánea

PERFIL DE INSTITUCIÓN

Por otra parte, el ingreso como institución permite crear perfiles y eventos de artesanía.

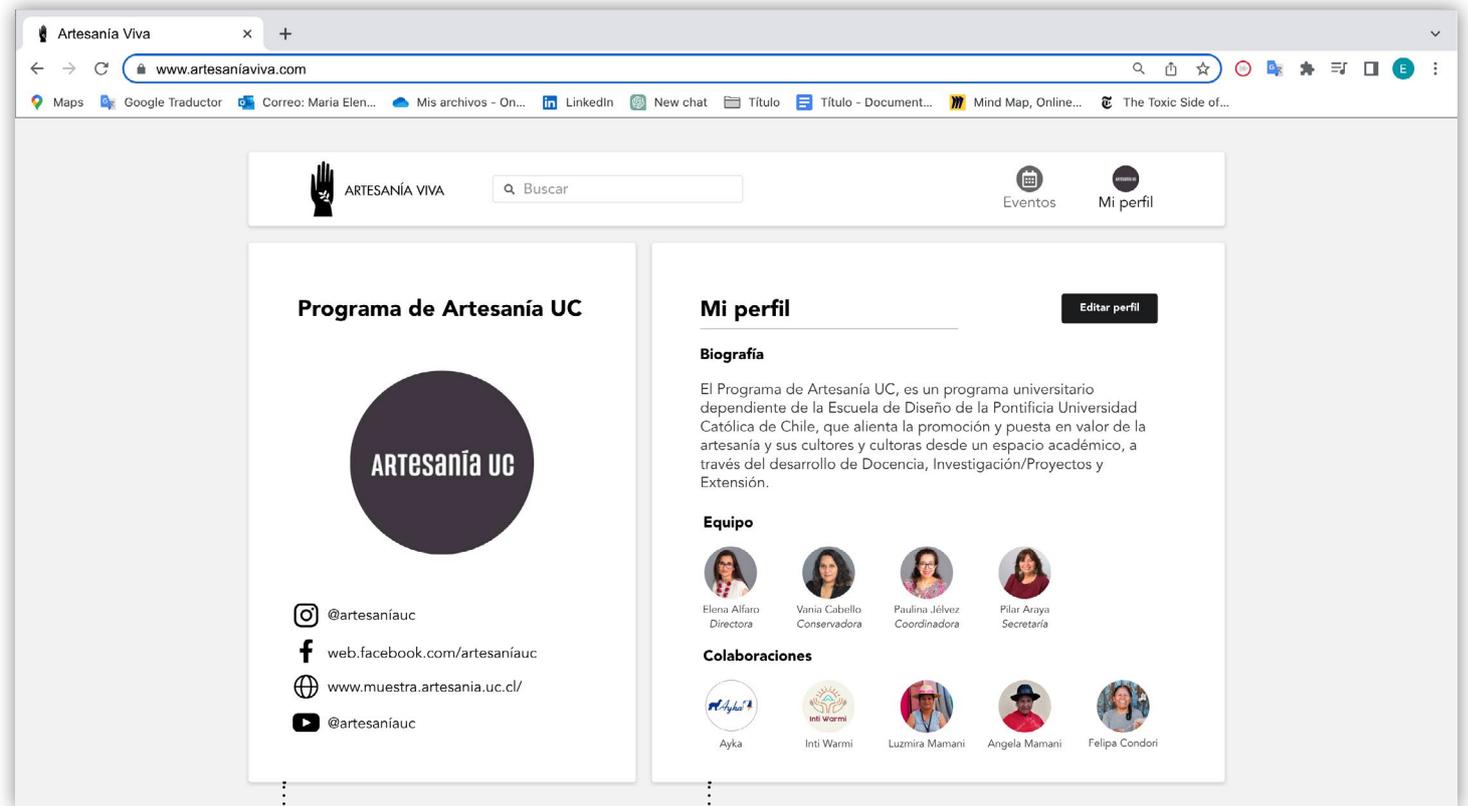


Foto de perfil, contacto y redes sociales

Equipo y artesanos con los que han colaborado

Imagen 59: Perfil de institución
Fuente: Elaboración propia.

GALERÍA DE EVENTOS

La institución cuenta con una galería de eventos, donde se muestran sus eventos pasados y por venir, también puede crear nuevos eventos de artesanía.

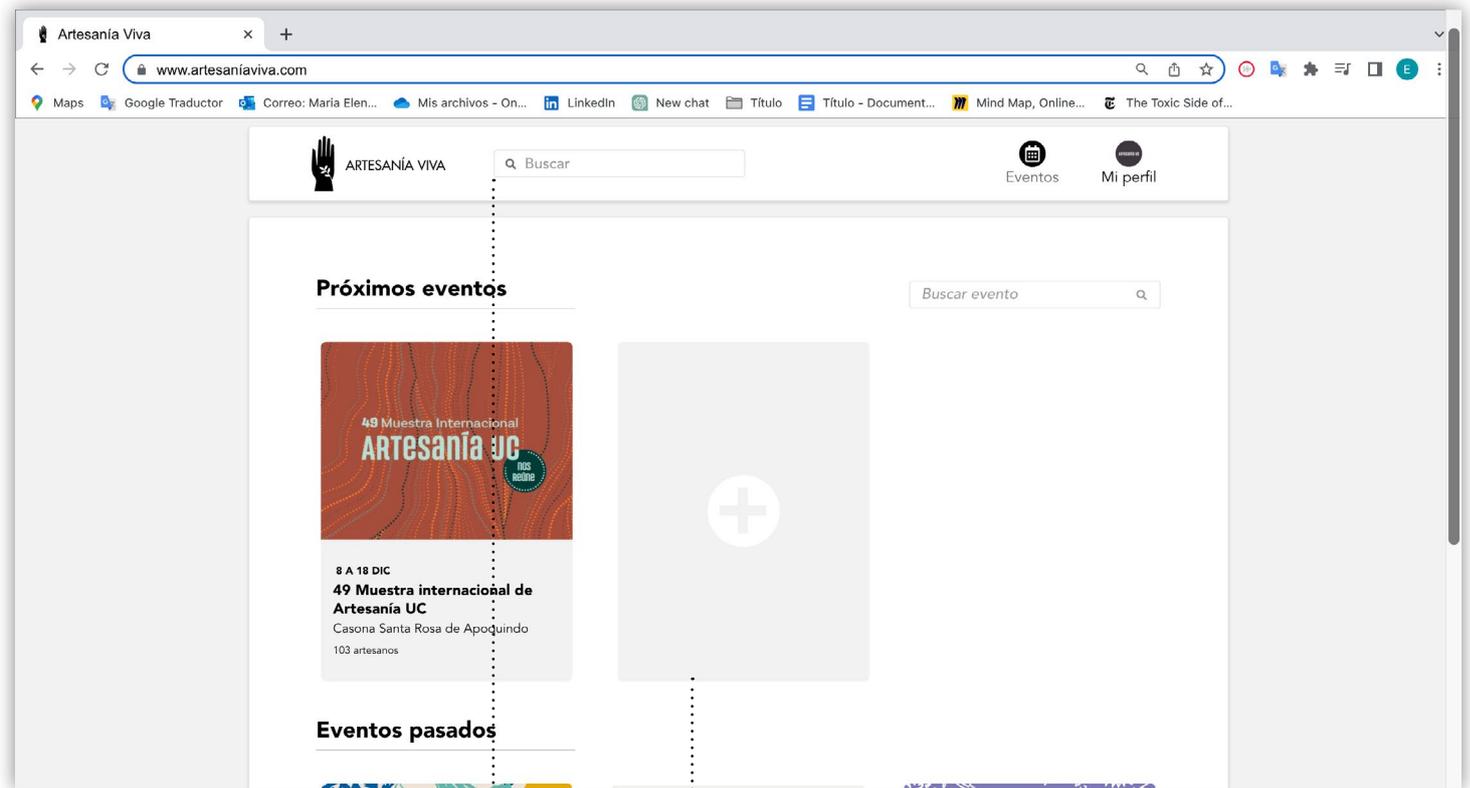


Imagen 60: Galería de eventos.
Fuente: Elaboración propia.

Buscador de artesanos
Crear evento

PERFIL DE EVENTO

Al crear un evento, puede buscar artesanos dentro de la plataforma de Artesanía Viva, o bien invitarlos a unirse a la plataforma.

El artesano, al aceptar la invitación, puede comenzar a subir sus proyectos y colecciones a la página del evento. De esta manera, la institución puede generar inventarios, asociar códigos a productos y diferenciar creaciones por cada artesano específico en el caso de las agrupaciones. Por un lado, esto facilita la logística y organización de eventos de artesanía, permitiendo a la vez distribuir ganancias entre los artesanos y agrupaciones. Por otro, permite a las instituciones recabar datos e información proveniente de los mismos cultores, pudiendo a futuro ser un aporte en el desarrollo de nuevas iniciativas dirigidas a ellos.

Artesanía Viva

www.artesanialviva.com

08.12 - 18.12

NOS REÚNE

Centro Cultural Santa Rosa de Apoquindo

8 A 18 DICIEMBRE

49 Muestra internacional de Artesanía

Centro Cultural Santa Rosa de Apoquindo

103 artesanos

Invitar

Info Artesanos Proyectos

Detalles

Bajo el lema "¡Que la artesanía nos reúna!", la 49 Muestra de Artesanía UC anunció su regreso total a la presencialidad entre el próximo jueves 8 y el domingo 18 de diciembre.

La versión 49 de esta tradicional feria estará abierta al público general entre el 8 y 18 de diciembre en el Centro Cultural Santa Rosa de Apoquindo. La Comunidad UC (con su credencial) y las personas mayores tendrán entrada rebajada.

103 artesanos

Centro Cultural Santa Rosa de Apoquindo

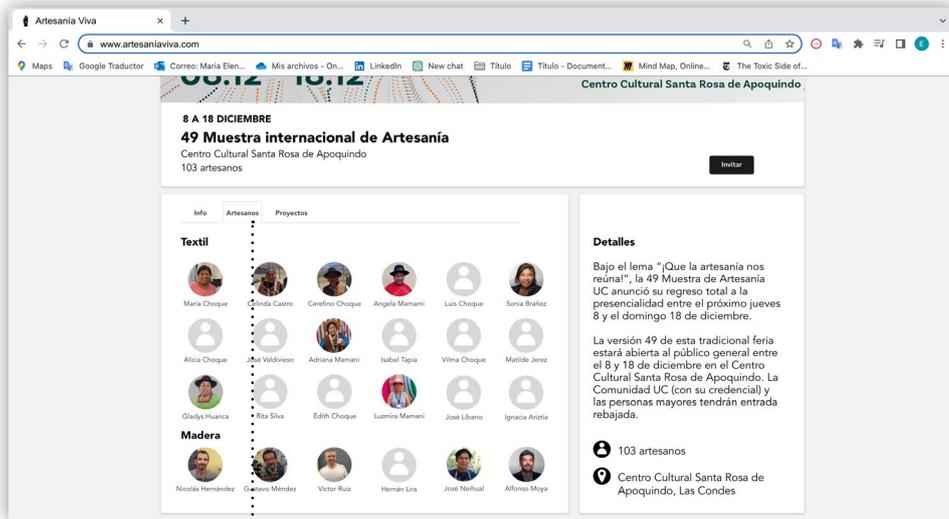
Mapa de ubicación: Centro Cultural Santa Rosa de Apoquindo, Av. Padre Hurtado Sur 1195, Las Condes.

Galería de proyectos

Imagen 61: Perfil de evento.
Fuente: Elaboración propia.

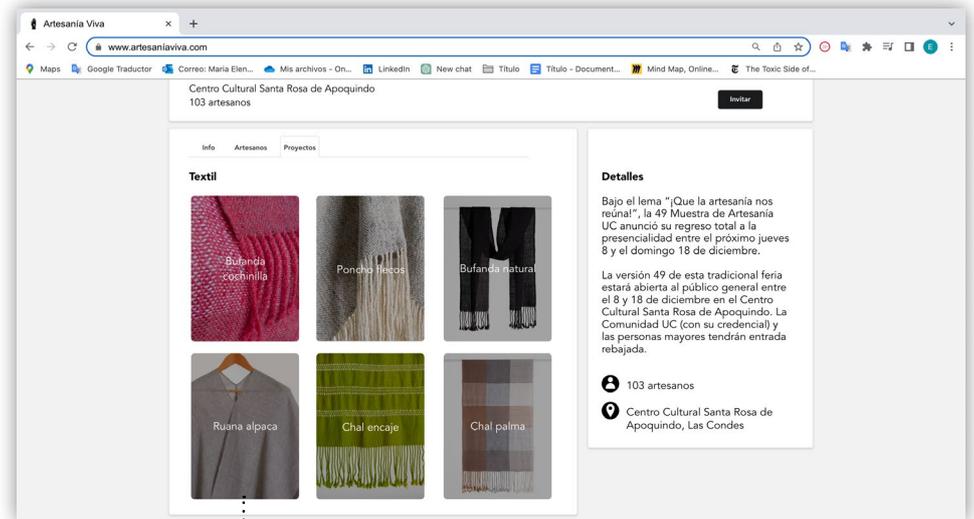
Participantes

Galería de proyectos



Participantes por rubro

Imagen 62: Artesanos participantes. Fuente: Elaboración propia.



Proyectos asociados a artesano específico

Imagen 63: Proyectos subidos. Fuente: Elaboración propia.

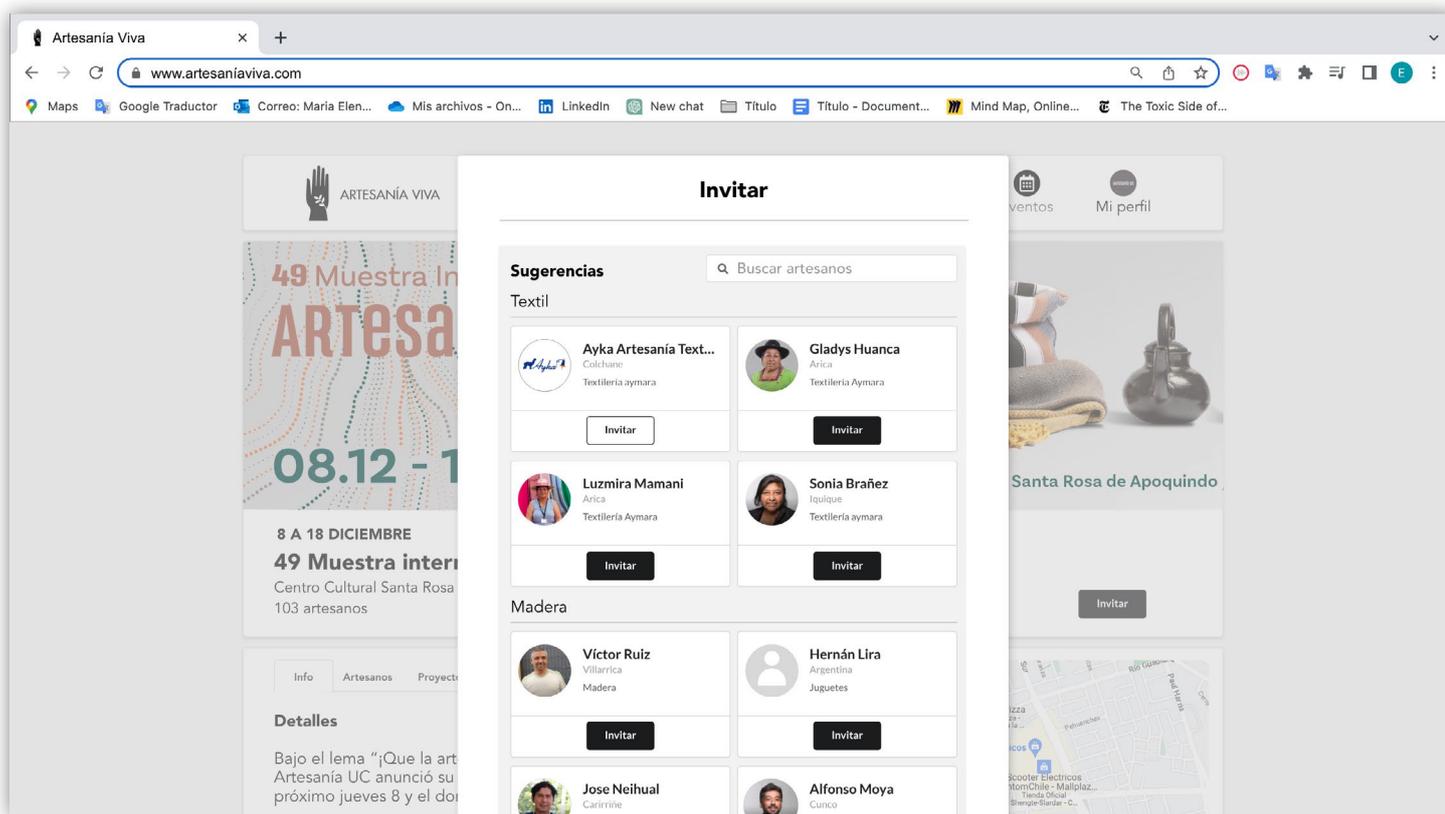
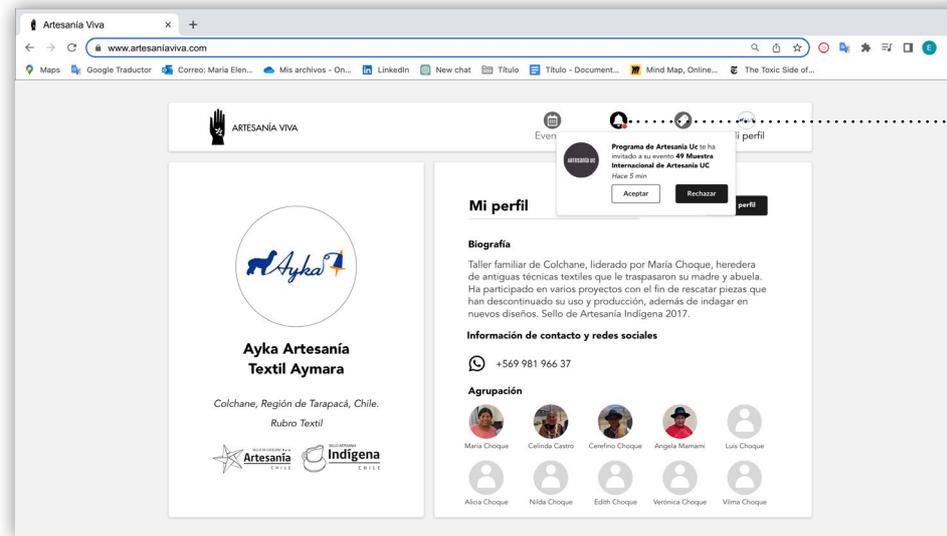


Imagen 64: Invitar artesano.
Fuente: Elaboración propia.

AÑADIR PROYECTO A EVENTO:

El artesano, al aceptar la invitación, puede comenzar a subir sus proyectos a la página del evento. De esta manera, la institución puede generar inventarios, asociar códigos a productos y diferenciar creaciones por cada artesano específico en el caso de las agrupaciones. Por un lado, esto facilita la logística y organización de eventos de artesanía, permitiendo a la vez distribuir ganancias entre los artesanos y agrupaciones. Por otro, permite a las instituciones recabar datos e información proveniente de los mismos cultores, pudiendo a futuro ser un aporte en el desarrollo de nuevas iniciativas dirigidas a ellos.



Notificaciones del artesano u organización

Imagen 65: Nueva notificación.
Fuente: Elaboración propia.

El artesano puede añadir un proyecto o colección que ya haya creado, o bien crear uno nuevo

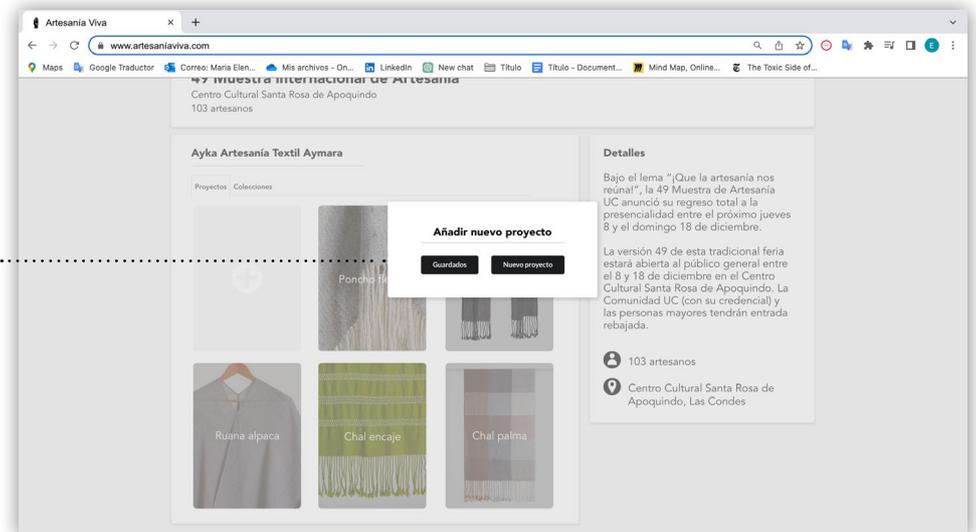


Imagen 66: Añadir proyecto.
Fuente: Elaboración propia.



Fotografía de Artesanías de Chile.

8. Marca

Marca: Artesanía Viva



ARTESANÍA VIVA

Artesanía Viva se presenta como una alternativa de apoyo a los artesanos, por este mismo motivo no quiere imponerse a ellos ni al material gráfico que utilicen, sino que busca poder sumarse a las iniciativas de comunicación que cada artesano tenga. Debido a esto, la marca intenta ser lo más neutral posible, de manera de no imponer una gráfica fuerte y de adaptarse a la diversidad de material con el que cuentan los cultores.

IMAGOTIPO

Para el logo se quería representar a la artesanía y todos los rubros que la componen, no sólo al caso de estudio. Por este motivo, se desarrolló un imagotipo consistente en una mano con una rama, buscando refle-

jar el trabajo manual y el vínculo con la naturaleza como base de la artesanía, factores que son transversales a todas las áreas del mundo artesanal.

Sumado a esto, se utilizó la tipografía "Futura" diseñada por el tipógrafo alemán Paul Renner en 1927. Esta es una fuente sans serif cuyo diseño se basa en figuras geométricas básicas. La decisión de aplicarla al imagotipo se debe a su diseño simple y versátil, el cuál es amigable y adaptable a diversos estilos gráficos.

NO USO DE COLOR

La decisión de no usar color se tomó al diseñar la etiqueta de impresión casera, con la finalidad de disminuir el uso de

recursos y el gasto de tinta, además de lograr una gráfica fácil de imprimir en casa y que tuviera alta fidelidad con pantalla, por lo que el uso de color hubiera complejizado estos objetivos. Esto, sumado a la idea de generar una gráfica adaptable y que no se impusiera a los artesanos, terminó por llevar a la aplicación del blanco y negro como identidad de la marca Artesanía Viva.



Fotografía de Michael Morse.

9. Implementación

Proyecciones

El contacto con artesanas fue fundamental para el desarrollo del proyecto, motivo por el cual se mantuvo contacto constante vía telefónica desde el año pasado. A causa de la distancia geográfica con el caso de estudio seleccionado, el proyecto fue testado de manera remota para estudiar el tema de la impresión casera por parte de los artesanos. Esto demostró ser exitoso, mas no estuvo exento de dificultades, más que nada por temas de disponibilidad por parte de las artesanas ante una llamada imprevista.

A futuro, Artesanía Viva podría tener importantes mejoras trabajando directamente con los artesanos y artesanas, de manera de comprender mejor sus dolores y necesidades, para generar oportunidades que se adapten a su contexto.

En este mismo sentido, hoy la plataforma de Artesanía Viva

se presenta como un plan piloto que a futuro se debe testear en términos de usabilidad tanto con artesanos como con instituciones. Pues, si bien esta se diseñó en base a interfaces que los artesanos manejan con alto dominio técnico, podría tener importantes mejoras que la dirijan a ser una plataforma más completa.

En relación a lo anterior, algunas proyecciones para la plataforma digital son:

- Vínculo con otras redes sociales a la hora de crear un nuevo proyecto.
- Generar conexiones entre artesanos.
- Buscador de eventos con información sobre estos y sus postulaciones.
- Acceso a estadísticas por parte de los artesanos.

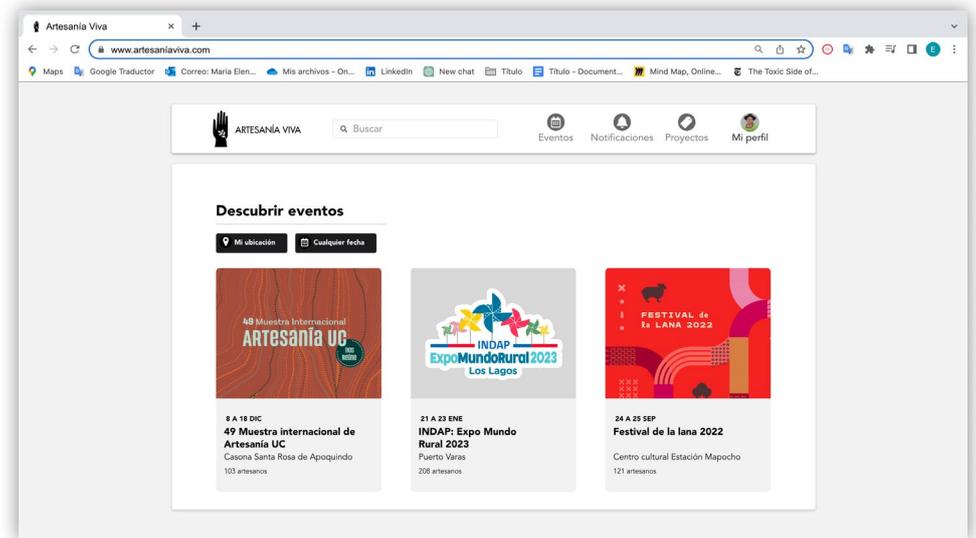


Imagen 67: Descubrir eventos.
Fuente: Elaboración propia.

Estos son algunos ejemplos del rumbo que podría tomar artesanía viva. Sin bien, son proyecciones que complejizan la plataforma, la vuelven más completa en cuanto a análisis de datos. Estos, al provenir desde los mismos artesanos conforman una gran propuesta de para las instituciones, sin embargo también pueden beneficiar a los cultores en cuanto a la gestión de su trabajo.

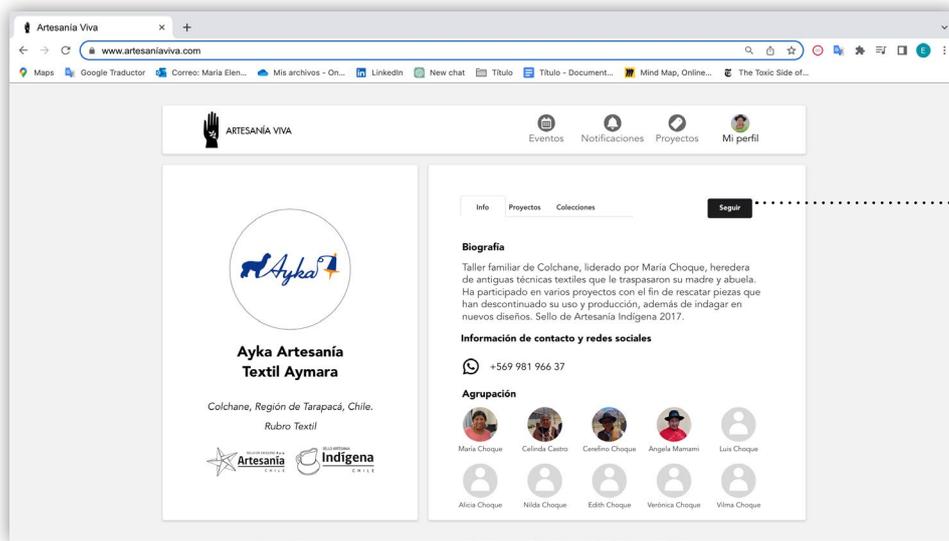
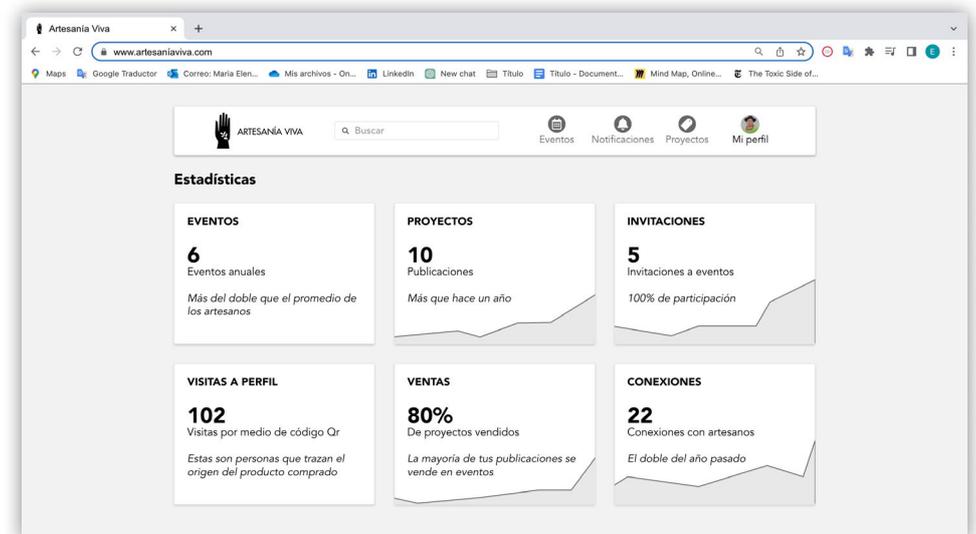


Imagen 68: Seguir artesano.
Fuente: Elaboración propia.

Posibilidad de seguir el trabajo de otros artesanos y agrupaciones

Imagen 69: Estadísticas.
Fuente: Elaboración propia.



BAJADA DEL PROYECTO

Finalmente, es importante tener en consideración cómo llegarán los artesanos a Artesanía Viva. Aquí cobra alta relevancia el vínculo que el proyecto tiene con las instituciones, pues estas ya cuentan con un vínculo de confianza con los cultores.

En el caso del Sistema de Registro Nacional de Artesanos, fueron los mismos miembros de Chile Artesanía quienes tuvieron que hacer el llamado y brindar apoyo a los cultores en su entrada a la plataforma.

Por su parte, la entrada de artesanos a Artesanía Viva conforma un punto de interés para las instituciones en cuanto aumenta el flujo de data. Por consiguiente y a modo de proyección, las instituciones podrían funcionar como una suerte embajador para Artesanía Viva, que a su vez puede retribuir a estas por invitar a los cultores a ser parte de este proyecto.

Mapa de actores

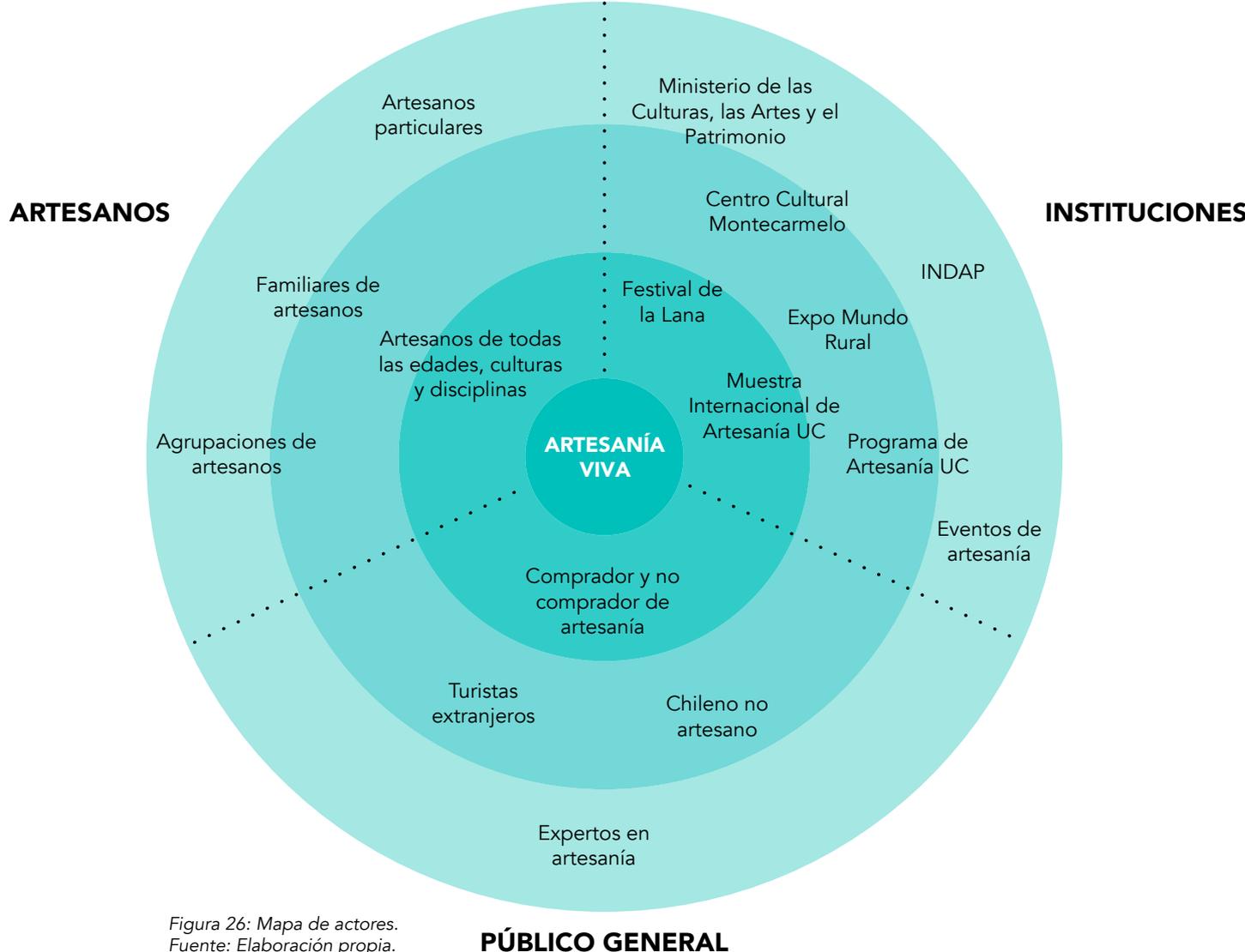


Figura 26: Mapa de actores.
Fuente: Elaboración propia.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Para la implementación de la plataforma de Artesanía Viva, se considera un equipo interdisciplinario cuya participación en el desarrollo del proyecto varía entre 1 y 6 meses hasta la puesta en marcha del piloto.

Como se ilustra en la tabla de la Figura 27, el proyecto requiere una inversión inicial aproximada de \$27.000.000. Capital que se obtendrá a partir de la postulación a fondos.

	Neto	Bruto	Meses	Total
Activos humanos				
Diseñador integral	\$1.200.000	\$1.428.000	6	\$8.568.000
Diseñador UX/UI	\$800.000	\$952.000	2	\$1.904.000
Desarrollador Full-Stack / Back-end	\$1.500.000	\$1.785.000	4	\$7.140.000
Desarrollador Full-Stack / Front-end	\$1.500.000	\$1.785.000	4	\$7.140.000
Arquitecto en bases de datos	\$1.200.000	\$1.428.000	1	\$1.428.000
Activos intelectuales				
DNS	\$1.000		6	\$6.000
Dominio	\$10.950		12	\$10.950
Hosting	\$43.900		12	\$43.900
Servicios				
Constitución de sociedad	\$100.000	\$100.000		
Contabilidad	\$100.000	\$100.000	6	\$600.000
Costo total:				\$26.840.850

Figura 27: Tabla de costos.
Fuente: Elaboración propia.

Considerando lo anterior, la suscripción mensual a la plataforma tendrá un costo inicial de \$16.000 para instituciones y eventos de artesanía, manteniéndose gratuita para los artesanos y agrupaciones. Con esto, se estima comenzar a generar ganancias a partir del año y medio posterior al lanzamiento de la plataforma piloto.

El cobro por suscripción seguirá un modelo incremental a partir del segundo año. Este se basará en la implementación de actualizaciones como las propuestas anteriormente en las proyecciones, así como también en el aumento de la entrada de artesanos a la plataforma, y por consiguiente en el aumento del flujo de datos.



10. Conclusiones

Conclusiones finales

En lo personal, este proyecto funcionó como un primer acercamiento al mundo de la artesanía, por lo que trabajar en torno a esta temática fue un desafío muy enriquecedor y lleno de aprendizajes. En relación a esto, se debe reconocer que la bajada del proceso hacia lo que terminó siendo Artesanía Viva llegó de manera tardía, pues hubo momentos de incertidumbre y costó visibilizar el proyecto. A pesar de esto, luego de un largo proceso de investigación y experimentación donde cada descubrimiento era sorprendente, el resultado terminó siendo muy satisfactorio.

Para desarrollar Artesanía Viva, se adoptó la temática de artesanía textil aymara a modo de caso de estudio. Esta decisión proviene de una afinidad personal con el mundo textil, sumada a una gran admiración por el trabajo textil desarrollado por dicha cultura. Vincula-

do a esto, resultó fundamental trabajar con un gran respeto y cuidado pues personalmente, no estoy vinculada al mundo de la artesanía, a ninguna de sus disciplinas, ni a ningún pueblo originario, por lo que se tuvo que poner especial cuidado en no herir ninguna sensibilidad y trabajar desde una profunda humildad y empatía. En este sentido, fue un proceso muy enriquecedor en cuanto al trabajo con las artesanas, pues el contacto con ellas a lo largo del año permitió comprender mejor sus dolores, necesidades y su realidad.

En cuanto a los objetivos del proyecto, tanto los resultados como el proceso reflejan un cumplimiento de estos, pues se pudo obtener una mayor comprensión del ciclo del artesano a través de las entrevistas y la creación de mapas de ciclo. Sumado a esto, tanto el levantamiento de dimensiones de valor

como el estudio de la percepción de valor de la artesanía por parte del público general y la medición del nivel de impacto de diferentes tipos de información fue altamente relevante para el resultado del proyecto. Finalmente, el desarrollo del sistema no hubiera sido posible sin la participación y el interés por parte de las artesanas, cuya ayuda resultó fundamental.

En general, las artesanas fueron mucho más abiertas de lo que se pensó en cuanto a brindar ayuda y su respuesta fue muy satisfactoria. A pesar de los altibajos del proceso y del desafío que fue trabajar a distancia con ellas, fue una experiencia muy enriquecedora y repleta de aprendizajes que permitieron hacer más ameno y disfrutar de la evolución de Artesanía Viva.

Para finalizar, considero que Artesanía Viva es un proyecto escalable y que puede adaptarse

realmente a diversas disciplinas y culturas de la artesanía. Estoy sumamente agradecida del mundo que me abrió y espero a futuro poder seguir en contacto con la artesanía nacional y su gran diversidad de oficios.



11. Bibliografía y anexos

Bibliografía

Alfaro, E. (2023). Artesanía, patrimonio que vive y emociona. Cooperativa.

Alfaro, E. (2023). Artesanía Aymara, conocimiento ancestral y renovación. Cooperativa.

Alfaro, E., & Rodríguez, C. (2009). Artesanía y diseño. *Revista Diseña* (pp. 108 - 109). https://issuu.com/artesaniauc/docs/revistadisena_1_artesania_y_diseno

Amaya, J. (2017). Consumo simbólico de artesanía. *Dimensión Empresarial*, (15). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632017000100105&lng=en&nrm=iso

Brugnoli, D., Jélvez, P., & Hoces de la Guardia, S. (2011). Legado de textiles precolombinos en Andinoamérica. *Iconofacto*.

(p. 114). <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/7254/Legado%20de%20artesanos%20textiles%20precolombinos%20en%20Andinoam%c3%a9rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Compagnon, M. (2023). *Encuentro Retail 2023*. Santiago.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes: Comisión de institucionalidad patrimonial. (2006).

Patrimonio: En la búsqueda del eje de nuestra identidad. Base de diagnóstico y aproximación a estrategias sobre patrimonio. (p. 103). Santiago.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2016). *Levantamiento inicial de información*. (pp. 9 - 11). Santiago; Ministerio de las Culturas, las Artes y el

Patrimonio. <https://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/levantamiento-inicial-informacion-artesania.pdf>

Fundación Artesanías de Chile. (2021). *Colección Patrimonial: Textiles* (pp. 9 - 24).

Fundación Artesanías de Chile. (2021). *Textilería - Artesanías de Chile*. <https://artesantiasdechile.cl/oficio-artesano-textileria/>

Gleisner, C., & Montt, S. (2014). *Aymara*. Fucoa. https://www.fucoa.cl/publicaciones/pueblos_originarios/aymara.pdf

Grebe, M. E. (1990). *Concepción del tiempo en la cultura aymara: Representaciones icónicas, cognición y simbolismo*. *Revista Chilena De Antropología*. <https://www.archivomariaestergrebe.cl/>

[publicaciones/articulos/1990-Concepcion-del-tiempo-en-la-cultura-aymara-Representaciones-icnicas-cognicion-y-simbolismo.pdf](https://www.fucoa.cl/publicaciones/articulos/1990-Concepcion-del-tiempo-en-la-cultura-aymara-Representaciones-icnicas-cognicion-y-simbolismo.pdf)

Hoces de la Guardia Chellew, S., Brugnoli Bailoni, P., & Sinclair Aguirre, C. (2006). *Awakhuni* (p. 11). Moragan Impresores.

Hurtado, C. (2022). *Entrevista a Claudia Hurtado, ex directora de Fundación Artesanías de Chile* [Por teléfono]. Santiago.

Instituto Nacional de Estadísticas. (2017). *Censo de Población y Vivienda*.

Mamani, L. (2023). *Entrevista a Luzmira Mamani*. personal.

Marroquín, G., & Sanz, M. (2021). *Diseño Estratégico, un diferenciador en las empresas del futuro*. (pp. 25 - 42).

https://www.researchgate.net/publication/349995321_Disenos_Estrategico_un_diferenciador_en_las_empresas_del_futuro

Moscoso, E. (2022). Entrevista a Elsa Moscoso. personal.

Observatorio Cultural Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Política Nacional de Artesanía 2017 - 2022 (n.d.). (p.24). Santiago.

UNESCO. (2021). Patrimonio Cultural Inmaterial. <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-cultural-inmaterial>

UNESCO. (2021). Técnicas Artesanales Tradicionales. <https://ich.unesco.org/es/tecnicas-artesanales-tradicionales-00057>

Rodríguez, C. (2022). Entrevista a Celina Rodríguez [En persona]. Santiago.

Rodríguez, C., Alfaro, E., Ceballos, P., & Albornoz, C. (2008). Chile Artesanal: Patrimonio hecho a mano (p. 11). Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. <https://issuu.com/>

artesaniauc/docs/chile_artesanal/3

Sepúlveda, F. (2003). Artesanía como Patrimonio Cultural, Desarrollo, Fomento y Protección. Pontificia Universidad Católica de Chile, Revista Aisthesis (N°36) Instituto de estética (pp. 51 - 52). Santiago, Chile.

Sistema de Registro Nacional de Artesanía. (2022). Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio <https://chileartesaniaministerio.cl/artesanos-y-organizaciones?discipline=10®ion=2&commune=&artesanos-y-organizaciones=todo>

VanKessel, J. (1991). Tecnología Aymara: Un enfoque cultural. CIDSA.

Anexo 1:

Entrevistas y llamadas

En este anexo se encuentran los hipervínculos para acceder a las grabaciones de las entrevistas y llamadas realizadas entre 2022 y 2023 en el marco de este proyecto.

ARTESANÍA Y VALOR SIMBÓLICO

Llamada a artesana aymara
Elizabeth Choque

Entrevista a Celina Rodríguez

Llamada a artesana aymara
María Choque

Entrevista a artesana aymara
Elsa Moscoso

Entrevista a artesana aymara
Catalina Castro

TIEMPO TRAS LA ARTESANÍA

2da llamada a Catalina Castro

VENTA DE ARTESANÍA

2da llamada a Elsa Moscoso

Entrevista a artesana mapuche
Alejandra Leal

Llamada a artesana aymara
Albina Choque

2da llamada a María Choque

CICLO DE ACTIVIDADES

Llamada a artesana aymara
Luzmira Mamani

PROTOTIPADO

María Choque

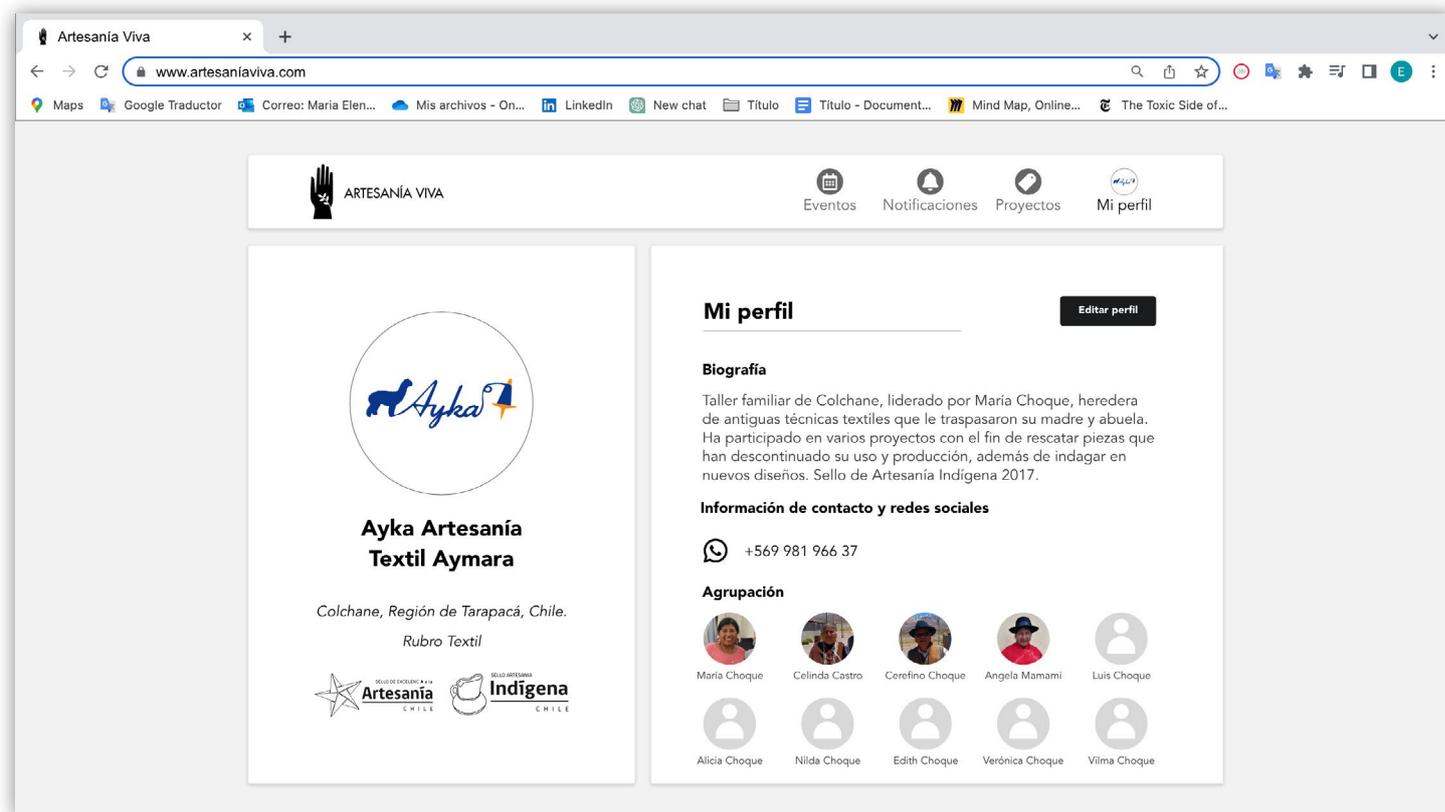
Llamada a artesana aymara
Felipa Condori

Felipa Condori

Anexo 2:

Video plataforma

Has click en la imagen para acceder al video de la plataforma de Artesanía Viva en uso.



Anexo 3: Business Model Canvas

ASOCIADOS CLAVE Instituciones. Eventos de Artesanía. Artesanos. Ministerio de Cultura.	ACTIVIDADES CLAVE Captar artesanos e instituciones.	PROPUESTA DE VALOR Para los artesanos: Generación de un sistema de comunicación personalizable, gestionable y casero con información proveniente desde ellos mismos. A la vez, la web funciona como una herramienta de gestión de portafolio. Para las instituciones: Herramienta de gestión y logística, además de funcionar como recolector de datos.	RELACIÓN CON CLIENTES Con Artesanos: Relación cercana y amigable, pero profesional. Con Instituciones: Relación profesional.	SEGMENTO DE CLIENTES Artesanos de todas las edades, culturas y disciplinas. Instituciones y eventos de artesanía.
	RECURSOS CLAVE Recursos tecnológicos para, diseño de interfaz, experiencia de usuario, procesamiento de datos y programación.		CANALES Página web. Publicidad a través de RRSS.	
ESTRUCTURA DE COSTOS Costos fijos: Mantenimiento de la plataforma. Personal (Programadores, analistas y diseñadores). Costos variables: Costos asociados a marketing y publicidad.			VÍAS DE INGRESO Servicio de pago para perfiles de institución. Fondos concursables.	



ARTESANÍA VIVA



diseño | UC
Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño