

DOCTORADO EN DISEÑO

TESIS DOCTORAL

CUERPO

B

El diseño en las representaciones gráficas de emprendedoras de la cultura Mapuche.

Un estudio de caso en la Región de La Araucanía,
Chile.

Eugenia Álvarez Saavedra

Legajo 39810

Directora

Dra. Vanesa Martello

Línea temática

Cruces entre Cultura y Diseño

Fecha de presentación

30 de noviembre de 2020



DEDICATORIA

Dedicado a mi familia y mi tierra mapuche.

A mis dos hogares; Buenos Aires y La Araucanía.

2020

AGRADECIMIENTOS

Universidad de Palermo
Buenos Aires, Argentina

2020

Vanesa Martello
Marina Matarrese
Roberto Céspedes
Verónica Devalle
Ana Cravino
Roxana Ynoub
Verónica Paiva
Alejo García de la Cárcova

Índice

Índice	4
Índice de Figuras	7
Índice de Tablas.....	8
Introducción	9
Presentación del tema: antecedentes, delimitación espacial y justificación del estudio.....	9
Delimitación espacio-temporal y justificación del estudio	14
Capítulo 1: Antecedentes, Conceptualización, fundamentación teórica y Metodología.....	17
1.1. Planteamiento del problema de investigación	17
1.1.1. Antecedentes generales y asentamiento espacial del pueblo Mapuche.....	17
1.1.2. Conflicto Mapuche.....	19
1.1.3. Creatividad y desarrollo.....	24
1.1.4. El rol de la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) 25	
1.1.5. Preguntas y objetivos de investigación.....	27
1.1.6. Hipótesis de investigación y/o trabajo.....	28
1.2. Marco Teórico.....	29
1.2.1. Fundamentos del diseño.....	29
1.2.2. Creatividad	42
1.2.3. Estética.....	53
1.2.4. Concepto de cultura.....	57
1.2.5. Identidad e Identidad Cultural	64
1.2.6. Artesanía	72
1.2.7. Emprendimiento.....	75
1.2.8. Percepción visual, composición y proximidad Gestalt.....	85
1.3. Estado de la cuestión.....	87
1.3.1. Cosmovisión Mapuche.....	96
1.3.2. Tierra y Territorio Mapuche.....	100
1.3.3. Arte y representaciones.....	103
1.4. Metodología.....	104
1.4.1. Tipo de investigación.....	104
1.4.2. Diseño de investigación.....	107
1.4.3. Recolección de Información y unidades de análisis.....	111

1.4.4. Plan de análisis de la información.....	116
Capítulo 2: Orígenes de las representaciones gráficas de la cultura Mapuche en la región de La Araucanía (Chile).....	124
2.1. Cultura Mapuche en la región de La Araucanía: los primeros diseños. 125	
2.1.1. Materiales.....	125
Cuero: El trabajo en cuero.....	125
Madera: El trabajo en madera.....	127
Platería: La orfebrería o Platería Mapuche.....	128
Greda: El trabajo ceramista, específicamente la greda.....	131
Lana: El Telar Mapuche.....	133
2.1.2. La Textilería.....	135
Técnicas de Elaboración Textil.....	135
El Witral.....	136
Los componentes del Telar Mapuche.....	137
2.1.3. Simbología mapuche.....	138
Los ritos representados en la Simbología Mapuche.....	139
Sitios de Significación cultural.....	141
La Vestimenta presente en la Simbología Mapuche.....	142
2.1.4. Simbología del <i>color</i> mapuche.....	144
Kuri.....	145
Lig.....	146
Kelü.....	146
Chods.....	148
Karü.....	148
Kalfu.....	149
2.1.5. Estilos y tendencias en formas básicas.....	150
El sentido geométrico según autores.....	150
Etnomatemática.....	152
Capítulo 3: Representaciones gráficas de la cultura mapuche.	
3.1. Aproximación al contexto actual de emprendedores de cultura Mapuche en el diseño.....	154
3.2. El proceso de diseño.....	155
3.3. Color, morfología y estilo gráfico.....	157
3.3.1. Color.....	157

3.3.2. Colores fríos y cálidos.	159
3.3.3. Los colores: análisis de sus fundamentos.....	160
Amarillo.	160
Rojo.	160
Azul.	161
Verde.....	162
Anaranjado.	162
Blanco.	163
Negro.	163
3.4. Creatividad en las representaciones gráficas.	164
3.4.1. Diseños con motivo gráfico.	164
3.4.2. El canelo.....	166
Capítulo 4: Emprendedoras de diseño Mapuche en la región de La Araucanía, Chile.....	168
Descripción de los casos de estudio.	169
4.1. Análisis de casos de estudio.	177
4.1.1. Uso del material.....	177
Madera.	177
Platería.	179
Lana en telar mapuche.	181
4.1.2. Nuevos materiales.	182
Plástico.....	183
Telas.	185
Metales.....	186
4.2. Presentación de los motivos gráficos.	187
4.2.1. La técnica del sintetizado en formas.	188
4.2.2. Los motivos gráficos representados.	190
4.2.3. Percepción visual, ley de Gestalt.....	192
Aplicación de color.	195
Los colores de fantasía.....	197
4.3. Presentación del producto en el mercado local.....	202
4.3.1. Identidad corporativa.....	203
4.3.2. Trabajo publicitario.....	208
Capítulo 5: Conclusiones.	215
Bibliografía.....	228

Índice de Figuras

Figura 1 Composición con los principios de Gestalt, Diseño Gráfico.	86
Figura 2: Estructura del Cosmos Mapuche.	99
Figura 3 Estructura del Cosmos Mapuche.	101
Figura 4. Askin Huaiquil A. [Leftuy Az]	168
Figura 5 Muebles Nahuelbuta	178
Figura 6 Angeline Marie Huircalaf Tranamil	179
Figura 7 Fanny Manríquez Melivilu	180
Figura 8 Angeline Marie Huircalaf Tranamil	184
Figura 9 Ejemplo de combinación de materiales.	185
Figura 10 Síntesis de plano lleno y lineal.	187
Figura 11 Angeline Marie Huircalaf Tranamil	191
Figura 12 Angeline Marie Huircalaf Tranamil	194
Figura 13 Colores primarios y secundarios.	195
Figura 14 Paleta de colores de un telar mapuche.	197
Figura 15 Colores brillantes y por ordenador.....	198
Figura 16 Angeline Marie Huircalaf Tranamil	200
Figura 17 Angeline Marie Huircalaf Tranamil	210
Figura 18 Fanny Manríquez Melivilu.	211
Figura 19 Fanny Manríquez Melivilu.	212
Figura 20 Fanny Manríquez Melivilu.	213
Figura 21 Mujeres Mapuche.....	214

Índice de Tablas

Tabla 1 La técnica de síntesis presente en los motivos gráficos.	189
Tabla 2 Aplicación de color de fantasía.....	199
Tabla 3 Uso del color en motivos gráficos.....	201
Tabla 4 Elementos gráficos.....	207
Tabla 5 Canales de distribución.	209

Listado de siglas

CAM:	Coordinadora Arauco Malleco
CONADI:	Corporación Nacional de Desarrollo
INE:	Instituto nacional de estadística
TEMUCUICUI:	Conjunto de comunidades mapuche en la comuna de Ercilla, Provincia de Malleco, Región de La Araucanía, Chile.

Introducción

Presentación del tema: antecedentes, delimitación espacial y justificación del estudio.

Este estudio tiene como objetivo general analizar las representaciones con motivo gráfico de los objetos diseñados y producidos por las emprendedoras mapuche en función de la cosmovisión y simbología de su cultura, en la región de La Araucanía (Chile, año 2019). Para ello se indica como hipótesis central de trabajo que las actuales representaciones con motivo gráfico de las emprendedoras de cultura Mapuche en la región de la Araucanía, Chile, presentan elementos significativos provenientes de la cosmovisión y simbología ancestral de la cultura mapuche. Esto, porque toda comunidad cultural comparte creencias y normas comunes, la cual se refleja en una visión del mundo que los identifica y que se observa, entre otras cosas, en las formas y estilos gráficos de su arte y de sus productos.

La región de La Araucanía tiene tres áreas que la caracterizan: la Cordillera de los Andes, que da forma a la Araucanía Andina y Lacustre; la Cordillera de la Costa, que acoge a la Araucanía Pacífico, y entre ambas, el Valle Central, que cobija a la ciudad de Temuco, capital de la región y por donde pasa la principal ruta del país.

Rodeada por los volcanes más activos de Chile: el Llaima y el Villarrica, además de muchos otros extintos o aún activos, como el Lanín o el Lonquimay.

En este contexto geográfico, la cultura Mapuche ha desarrollado sus costumbres y tradiciones ancestrales a través de los siglos. En este sentido, el pueblo Mapuche es y ha sido siempre una de las etnias originarias más importantes del país, tanto por su peso social y demográfico como por su fuerte sentido de identidad cultural, que ha encontrado históricamente formas de resistencia y de adaptación frente al contacto fronterizo con españoles y chilenos.

Antes de la llegada de los españoles a lo que hoy es territorio chileno, los Mapuche vivían entre el río Copiapó y la isla de Chiloé: Huentelauquén (IV Región); Melipilla, Vitacura, (Región Metropolitana); Curicó, (VII Región);

Temuco, Loncoche, Collipulli, (IX Región); Carelmapu, Panguipulli, (X Región); Futaleufú (XI Región).

En Chile, se distinguen tres grupos: los Lafquenche, los Mapuche del Valle y los Pehuenche. Los Lafquenches (gente del mar) viven en la costa del Pacífico y tienen un modo de vida dependiente de la pesca, de la cosecha de mariscos y de algas marinas (cochayuyo). En el Valle Central, la calidad del suelo y la cubierta vegetal permiten vivir de la agricultura, la cual ya estaba practicada en la época prehispánica. Los Pehuenches (gente de las araucarias) viven de la crianza de ganado menor y de la cosecha de los piñones de las araucarias. Kradolfer, S. (2000).

El grupo que se ubicaba al norte del río Biobío se denominaba Picunche (Pikun "norte" y Che "gente"), fueron los que recibieron en primer lugar el ataque de la colonización, por lo que pronto desapareció.

La mayor parte de la población radica entre los ríos Biobío y Toltén, la cual presentó una fuerte resistencia que logró mantenerse independiente hasta fines del siglo XIX, cuando el gobierno chileno sometió al pueblo a la llamada "Pacificación de la Araucanía".

Otro fenómeno que estuvo presente fue la colonización de tierras agrícolas en la Araucanía, debido al auge cerealero iniciado por la fiebre de oro en California en el siglo XIX. Este proceso se caracterizó por el gran número de estafas a tribus mapuche y por diversos conflictos de convivencia entre éstos y los colonos.

El Gobierno central consideró como prioridad la ocupación y asentamiento de la zona de la Araucanía, pasando a ser un tema de debate en el país en el siglo XIX. En 1861, Cornelio Saavedra propuso un plan de "pacificación" que consistió en construir una línea de fortificación por el río Malleco modificando la frontera que tradicionalmente llegaba hasta el Bio-Bio. Dicho proyecto no estuvo exento de conflictos, incluso al interior de las mismas autoridades chilenas; sin embargo, para la mayoría, el progreso del país - entendido como colonización y desarrollo industrial-, necesariamente pasaba por el sometimiento de las distintas tribus Mapuche.

Así, el pueblo Mapuche debió resistir durante todo el siglo XIX presión de las nuevas repúblicas de Chile y Argentina, que a través de respectivas campañas militares ocuparon la región. La integración de la Araucanía al territorio chileno en 1882, provocó el derrumbe de toda una sociedad que había encontrado la manera de adaptarse a siglos de lucha y contacto fronterizo.

Los Mapuche fueron confinados en territorios delimitados por el Estado, cerrándose el tránsito entre Chile y las pampas argentinas y obligándolos de esta manera a convertirse en un pueblo campesino y a habitar tierras de mala calidad entre la zona costera y la precordillera andina. Se creó una estructura agraria fuertemente desigual, a la vez que se sumaron, durante la primera mitad del siglo XX, las exacciones y estafas a comunidades Mapuche, que vieron mermadas gran parte de sus tierras.

En primer lugar, de su amplio territorio original de 500.000 hectáreas, solo les fueron adjudicadas 10.000 durante el proceso de radicación de las comunidades indígenas que impulsó la república de Chile, superficie que se fue reduciendo cada vez más con el paso del tiempo por dudosos procesos de venta, arriendo y traspasos a propietarios no Mapuche. Esta reducción de las propiedades del pueblo Mapuche fue acompañada por decretos que dividieron a la mayoría de las comunidades, con la consecuente entrega de títulos de dominio individual a cada dueño, de la mano de la formación de grandes empresas forestales beneficiadas con el Decreto 701 de 1974 de fomento a la actividad forestal de las regiones Biobío y Araucanía, lo que correspondía a pleno territorio ancestral Mapuche. Las comunidades Mapuche pasaron de ser una sociedad cazadora recolectora, a una ganadera comercial en el siglo XVIII y XIX, se transforman a un grupo agrícola campesino en el siglo XX, caracterizado por cultivos agrícolas para subsistir y pequeña ganadería.

El crecimiento demográfico y la contracción de las tierras comunales, dio inicio a una intensa corriente de migración campo-ciudad, lo que ha llevado a que hoy más de la mitad de los mapuche chilenos vivan en las ciudades. Como se ha mencionado anteriormente, los Mapuche en su mayoría viven en sectores urbanizados, aportando a la economía de la sociedad chilena y sobre todo siendo parte importante de la educación básica y superior.

Actualmente los Mapuche de zonas rurales, denominados comuneros, en la novena región de La Araucanía específicamente, son los que viven de un modo más tradicional; celebran ceremonias religiosas como por ejemplo el Ngillatun o el We tripantu, practican el Machitun para curar a los enfermos y juegan el Palin¹.

La mayoría de los comuneros Mapuche se dedica a la agricultura, trabajar en maíz, trigo, hortalizas, cebada, crían animales como ovejas, cerdos, aves, entre otros. Estas prácticas son más bien reducidas ya que poseen sectores de campo bastante pequeños, y la producción es solamente para consumo familiar y no con fines comerciales. La tierra para el pueblo mapuche es un tesoro que veneran y cuidan para uso personal.

En la costa, las actividades se complementan tanto como en la recolección de cochayuyo y carbón, en la zona cordillerana predomina la recolección del piñón.

Paralelamente a los cambios sociales, geográficos y políticos que ha sufrido el pueblo Mapuche, existen indicios de trabajos realizados en artesanía, platería, telar, greda y madera nativa. Las investigaciones antropológicas han demostrado un acabado trabajo en artes plásticas del pueblo mapuche basado en la cosmovisión, el que se ha visto demorado, coartado y hasta eliminado en algunos casos por los innumerables conflictos sociales, políticos y religiosos (Rapiman, 2003; García, Carrasco & Contreras, 2005; García, 2009; 2010).

La mayor cantidad de comunidades Mapuche en la región de la Araucanía, han sido emplazados y re ubicados en zonas rurales del sector, ya que su especialidad está directamente relacionada con el trabajo de campo. Por ejemplo, en zonas cordilleranas limítrofes con Argentina y en la costa. Es

¹ El evento social más importante del pueblo Mapuche es el Ngillatun y tiene relación con la palabra Ngenechen (dios); consiste en una rogativa que tiene una variedad de formas de celebración y tradiciones, que se diferencian entre sí por las costumbres y la localidad en donde se celebra. Algunos de los componentes del nguillatún son el purrún (danza de la gente), el choique pürun (imitación baile del treile, ave rapaz de la región), el uso de los signos como colores, banderas, vestimentas, joyas, instrumentos musicales como el pituflka y la trutruka. Esta fiesta se celebra cada cuatro años, pero depende de las condiciones del clima, catástrofes naturales, etc.

En el caso del We tripantu, los mapuche celebran el inicio de un nuevo año cuando comienza el invierno, nueva salida del sol que además significa la renovación del espíritu de las personas como parte de la naturaleza. Las celebraciones se basan en preparaciones de comidas autóctonas para esperar el amanecer junto a una rogativa que consiste en sumergirse en un baño de río.

importante hacer hincapié en que los movimientos que han hecho los Mapuche no siempre han sido bajo su consentimiento, ya que el abuso de sus derechos ha sido tema persistente en su historia como etnia en el sector, desprotegidos, y sobre todo aislados socialmente por el apego a su cultura ancestral.

La cultura Mapuche, ha sido menoscabada en la sociedad chilena, sobre todo en el sector de La Araucanía, existen artículos científicos que desarrollan estas investigaciones, y que entregan un mundo de percepciones que se tienen del pueblo Mapuche (Pacheco, 2012; Gutiérrez & Gálvez, 2017; Sepúlveda & Vela, 2015; Saiz & Rapimán, 2008; Foerster, 2001). En capítulos siguientes se abordarán investigaciones en la temática con el fin de ubicar al lector en la situación que deben vivir los integrantes apegados a la cultura Mapuche.

En la actualidad ha nacido una ola de emprendedores Mapuche que rescatan símbolos básicos de la geometría de la etnia, innovando en diseños de indumentaria, productos y diseño gráfico. En ese sentido, las emprendedoras de alguna forma se han adaptado a las necesidades del mercado emergente, y sobre todo a los gustos del grupo objetivo que ellos han segmentado con ayuda de distintas organizaciones en apoyo a estas actividades. Es por esto que el trabajo de tesis se plantea desde el alero de análisis del diseño, pero de la mano del trabajo de emprendimiento, con sus lineamientos y directrices de la metodología.

Es por esto que se hace realce con respecto al levantamiento de información sobre la llamada adaptación de las emprendedoras al mercado regional, de alguna forma los trabajadores de ideas se han ido adaptando a la demanda local, trabajo interesante que hace generar nuevas necesidades de producto y servicios de autor. Resulta relevante que a este nivel se manejen estas estrategias de negocios, ya que el emprendedor Mapuche se adapta al mercado dinámico, y sobre todo con respecto a lo que demandan los clientes.

Los aspectos mencionados anteriormente son matices de lo que ocurre en el mercado regional de emprendedores de etnia Mapuche, en donde todos coexisten, se conocen y sobre todo conocen sobre manera las creaciones del otro, buscando diferenciarse con una ventaja competitiva.

Finalmente, el trabajo de tesis se propone con una mirada holística de lo que ocurre a nivel de emprendimiento en la zona Araucana, y sobre todo desde el corazón de emprendedores que desean dar a conocer sus creaciones basadas en el orgullo de su cultura originaria. El trabajo familiar del emprendedor, los con experiencia, y los jóvenes desarrollando nuevas propuestas de lo suyo, entregarán un material exquisito de observación y análisis para la investigación. Lo anterior apoyado sobre la metodología de la investigación, construcción de datos en trabajo de campo con creadores que aportan y apoyan la creatividad desde la estética y funcionalidad de su especialidad.

Delimitación espacio-temporal y justificación del estudio

La región de La Araucanía cuenta con una superficie total de 31.842,30 kilómetros cuadrados, equivalentes al 4,2% del territorio nacional. Según el Censo 2017 la población es de 957.224 habitantes y una densidad de 30,06 habitantes por kilómetro cuadrado. Como se ha mencionado anteriormente la capital de la región es la ciudad de Temuco, que reúne una población de 245.347 habitantes, de los cuales 232.528 (94,8%) corresponde a población urbana y 12 819 (5,2%) a población rural. (INE, 2017).

Temuco es una comuna y ciudad al sur de Chile, capital de la provincia de Cautín y la región de La Araucanía. Fue fundada como fuerte en 1881 por Manuel Recabarren debido principalmente a su ubicación estratégica en el valle central de la región. La ciudad se encuentra ubicada a 619 y 675 kilómetros al sur de Santiago, capital de la República, en línea recta y en ruta respectivamente. (INE, 2017).

En su radio urbano, cuenta con uno de los espacios naturales protegidos más emblemáticos de la región, el Monumento Natural Cerro Ñielol, ubicado a diez cuadras de la Plaza de Armas, donde se pueden apreciar vestigios de los bosques originales del valle central de La Araucanía.

Las principales actividades económicas se vinculan a la agricultura de cultivos tradicionales. Sin embargo, también han comenzado a aumentar su

participación e importancia la actividad forestal y el turismo, este último con particular importancia en balnearios como Pucón y Villarrica, entre otros.

El espacio geográfico de la región comprende territorio cordillerano, precordillera, depresión intermedia, cordillera de la costa y planicies litorales del mar pacífico, lo cual presenta una ubicación rica en vegetación, flora y fauna propia de zonas lluviosas del sur de Chile. Específicamente la ciudad de Temuco está emplazada en medio de la región, con una altura de 300 metros sobre el nivel del mar, como se comenta en párrafos anteriores, Temuco es la ciudad capital de la región, que reúne toda la oferta económica urbana del sector.

Entre sus principales características territoriales y demográficas, es la región del país que exhibe el más alto porcentaje de personas que declara pertenecer o descender de algún pueblo indígena (31,7%) en relación la población regional de La Araucanía. La población indígena en la región de La Araucanía alcanza un total de 311.459 personas (INE, 2017).

Junto a la significativa presencia de población indígena, La Araucanía destaca también por ser una de las dos regiones del país que cuenta con más alta participación relativa de población residente en áreas rurales (32,3%), solo superada por la Región del Maule.

Al año 2015, los datos de la Encuesta Casen, permiten observar que la Región de la Araucanía alcanza el más alto porcentaje de personas en situación de pobreza en el país, diagnóstico que es corroborado tanto a través de la medición por ingresos como a través de la medición multidimensional². Mientras que la medida por pobreza por ingresos revela la presencia de un 23,6% de personas en situación de pobreza, la medida multidimensional indica una tasa de 29,2% de población en situación de pobreza. (Casen 2015). (INE 2017).

² La pobreza por ingreso se mide a partir del consumo de una canasta básica mensual. La línea de pobreza queda definida, entonces, si la persona es capaz de adquirir con sus ingresos dicha canasta. Por otro lado, la pobreza multidimensional se mide a partir de la carencia que presentan los hogares en 4 dimensiones: educación, salud, trabajo y seguridad social y vivienda. Cada una de estas dimensiones posee una ponderación del 25%. De esta manera, un hogar pobre es aquel que presenta al menos 1 carencia en algunas de esas 4 dimensiones (Casen, 2015).

La región de La Araucanía es la más pobre del país, con indicadores que se mantienen durante años de investigación, en donde se define la pobreza directamente relacionada con sectores rurales, propios en donde se ubican la mayor cantidad de pobladores Mapuche.

Lo anterior permite al lector ubicarse en el escenario de investigación de tesis doctoral, lo cual otorga relevancias en el sentido del contexto cultural, social y económico. Factores relevantes a la hora de diseñar objetivos de estudio y hacia el centro de interés de la investigación como tal.

Es por esto que resulta relevante hacer mención del contexto histórico social y cultural de la etnia, como se ha ido desarrollando el pueblo originario en esta zona específica y sobre todo a nivel nacional. En el caso específico de la etnia Mapuche, de alguna forma da luces y comunica en sus diseños y creaciones en respuesta a su historia de vida, bajo la colonización, abuso y discriminación.

Finalmente, éste es el escenario de contexto en donde se desarrolla el trabajo de investigación, hacia las emprendedoras que comercializan sus creaciones, y han desarrollado un negocio con lo que elaboran piezas de diseño y servicios que aportan a la economía del sector, región de La Araucanía, Chile.

Capítulo 1: Antecedentes, Conceptualización, fundamentación teórica y Metodología.

1.1. Planteamiento del problema de investigación

1.1.1. Antecedentes generales y asentamiento espacial del pueblo Mapuche.

En la región de La Araucanía, Chile, se sitúa la cultura más relevante del país, denominada Mapuche, los cuales son considerados descendientes directos de las culturas arqueológicas prehispánicas Pitrén (100 – 1100 años d.C.) y El Vergel (1100 – 1450 años d.C.), que se desarrollaron en la región, entre el río Bío Bío y el seno de Reloncaví. No obstante, a la llegada de los españoles, su lengua, el mapudungun, estaba difundida desde el Río Choapa hasta Chiloé, lo que no significa una homogeneidad cultural de los diferentes grupos que habitaban este extenso territorio.

Mapuche significa “gente de esta tierra” en Mapudungún, su lengua autóctona. La cosmovisión de ese pueblo va más allá de la tierra como un espacio físico, posee gran significación histórica, ancestral, religiosa.

La llegada hispana en el siglo XVI hizo que poblaciones distintas se agruparan y estrecharan sus lazos sociales y culturales, con lo cual se formó la identidad mapuche.

Los mapuche se rebelaron contra el sometimiento español e incendiaron las ciudades que habían fundado desde el río Bío Bío al sur. Esta rebelión fue el inicio de la Guerra de Arauco que obligó a España a mantener un ejército profesional que resguardara las fronteras, así como a reconocer la autonomía mapuche en sus tierras (Museo Chileno de Arte Precolombino, 2020).

Lo mencionado anteriormente, son aspectos esenciales propios de la cultura Mapuche, basado en la pasión, energía y amor por su tierra, afectada directamente en esos tiempos por la llegada de colonizadores violentos, haciendo respuesta a lo provocado. La historia de alguna forma, va diseñando estos aspectos propios de la cultura Mapuche, resaltando la defensa, libertad de acción, pasión, exaltación y la bravura de sus acciones en respuesta a la

provocación y ocupación de sus territorios, parte importante de la identidad local del pueblo originario de la Araucanía en Chile.

Los inicios al sometimiento del pueblo Mapuche sólo terminó ante el Ejército de la República de Chile con la así llamada Pacificación de la Araucanía, en 1882. Esta acción militar se fundamentó en la urgencia por conquistar territorios explotables, impulsada bajo una ideología que propugnaba la eliminación de “lo indígena” en nombre de la “civilización”. A partir del triunfo militar chileno y para dar inicio a una colonización con elementos criollos y europeos, se controló al indígena por medio de su asentamiento en reducciones de propiedad comunal.

Las consecuencias directas de este proceso para la sociedad Mapuche fueron la drástica disminución de sus tierras por reiteradas y masivas usurpaciones, la dependencia en un agente externo, el Estado, y una desorganización social, causada por la pérdida de autoridad de los Lonkos³. Producto de todo esto, desde inicios del siglo XX, la acción mapuche pasa del campo militar al político, de guerreros a líderes organizacionales, del campo a la ciudad, con una progresiva migración y el surgimiento de una elite intelectual y profesional en el seno de la sociedad mapuche (Museo Chileno de Arte Precolombino, 2020; Boccara, 2005).

Las usurpaciones de territorios Mapuche es un conflicto que sigue en la actualidad, lo cual se puede visualizar en los problemas que persisten en muchas zonas, por mencionar la localidad de Ercilla, Vilcún, Victoria, (Malleco, Cautín y Arauco). Territorios que han sido robados, o expropiados, abusando de la poca información que hayan tenido los Mapuche anteriormente, o en la época actual. Situaciones que se reiteran, después del año 2000 en la región de La Araucanía, generando un conflicto social nacional, en donde distintos

³ Como señala Duquesnoy (2015), el Lonko es “dentro del mundo mapuche williche, una de las autoridades encargadas de un poder de mando a nivel político interno, aunque no excluyente, y no determinante en virtud de la idiosincrasia mapuche especialmente opuesta a las formas de poderío autoritario. En efecto, la población también participa en las distintas organizaciones formales, que son impulsadas desde el exterior, las cuales son asociaciones cuyos objetivos reflejan varias preocupaciones ciudadanas. Igualmente se puede subrayar el valor de la consulta, que es importante para los actores; siempre preocupados que no se tomen decisiones internas a las que serían ajeno. El rol de los lonko (en español, “cabeza”) ha sido determinante en los territorios williche en cuanto a la defensa de la tierra” (p. 86).

gobiernos del país han tenido que investigar y buscar soluciones (Kradolfer, 2000).

Actualmente los Mapuche se pueden encontrar en las zonas anteriormente mencionadas, como Arauco, Malleco y Cautín de la región de La Araucanía, como así también a lo largo de todo Chile en menor cantidad. Lo interesante de estos datos, es que el 30% perteneciente a la región, un alto número están insertados a la sociedad chilena, aportando a la economía, turismo, arte, diseño y trabajo agrícola – ganadero. (INE, 2017).

1.1.2. Conflicto Mapuche.

La zona estuvo poblada desde sus inicios por los pueblos originarios, denominados Mapuche, ya sea tanto como en el cono urbano, como rural, situaciones que se mantienen hasta la fecha.

También, dentro de lo expuesto con anterioridad, se encuentran los denominados “Comuneros Mapuche”, definidos como grupos sociales apegados a su cultura basada en la Cosmovisión, y que generalmente no desean insertarse en la sociedad chilena. Las comunidades Mapuche, se mantienen en zonas protegidas de La Araucanía, por mencionar “algo aisladas”, en respuesta al respeto de su cultura y sobre todo por el resguardo, cuidado y protección.

Por lo tanto, es aquí donde se manifiesta un escenario para desarrollar la investigación, por una parte, la situación nacional del llamado “conflicto Mapuche” y por otra parte los ciudadanos chilenos con ascendencia Mapuche que están insertados a la sociedad chilena.

El conflicto Mapuche se presenta en respuesta a la historia de colonización, usurpación de tierras y abuso de los derechos humanos, la cual adquiere relevancia nacional. Durante el siglo XIX, el Estado buscaba consolidar su soberanía en la sureña zona de la Araucanía, que dividía a Chile y fraguaba sus intentos por una conquista total del país. La nación mapuche, habitante del lugar, se negaba a formar parte de la República y ceder su patrimonio territorial y cultural.

El ejército de Chile, llevó a cabo una sangrienta invasión, apropiándose de los vastos territorios, para posteriormente venderlas a colonos extranjeros, principalmente alemanes e italianos.

Asimismo, el Estado entregó a algunas comunidades mapuche sobrevivientes, los “títulos de merced”, tierras que, paradójicamente, Chile donó a sus originales dueños. Sin embargo, varias comunidades terminaron perdiéndolas, siendo engañadas por particulares que luego de usurparlas, las legalizaron a su nombre (Tricot, 2007).

Para la década de años 1930, específicamente, en el año 1929 correspondiente al término de la erradicación de la nación mapuche, los indígenas sólo quedaron con el 5% de las tierras que originalmente tenían. Es decir, aproximadamente unas 500 mil hectáreas, de los 10 millones que poseían anteriormente. En consecuencia, alrededor de 33.000 mapuche quedaron sin tierras o no fueron radicados (Almonacid, 2009).

La recuperación y autonomía jurisdiccional (derecho propio) por estas tierras, ubicadas principalmente en las provincias de Cautín y Malleco, son las principales demandas de la nación Mapuche.

Actualmente, la propiedad de ellas recae bajo los marcos legales del Estado chileno, no sólo en familias relevantes de origen colono, sino también de empresas hidroeléctricas y forestales, que han explotado el suelo, talando bosques originarios propios de la cultura Mapuche.

Los Mapuche reclaman el reconocimiento de su cultura, y sobre todo los territorios robados a lo largo de la historia de Chile, como así también el respeto de sus costumbres, fin de la discriminación, inclusión y término a las persecuciones (Tricot, 2007; 2009). En el ámbito de la discriminación e inclusión, un estudio realizado por Saiz y Rapimán (2008), revela que se evidencia 4 estereotipos que la población chilena tiene hacia el pueblo mapuche.

El primer estereotipo, que los llama *buenos ciudadanos*, refleja una imagen positiva de ciudadanos motivados y capaces, trabajadores y leales; el segundo, tiene que ver con el rótulo de *indios que desean ser chilenos*, el cuál

incluye juicios positivos como *quieren ser útiles a Chile, quieren educarse, necesitan nuestra educación y progresar*, entre otros; y, el tercero, tiene como imagen *indios flojos, conflictivos y borrachos*, lo cual refleja una etiqueta desfavorable hacia los mapuches como personas alcohólicas, beligerantes y conflictivas. Finalmente, el cuarto estereotipo tiene relación con el rótulo hacia éstas como *personas silenciosas, calladas y desconfiadas* y que representa una imagen también negativa y, además, asocial del mapuche (Saiz y Rapimán, 2008; Saiz, 2002; Saiz, Merino & Quilaqueo, 2009).

Es importante resaltar éstos aspectos culturales referentes a la sociedad Mapuche, sobre todo en sectores rurales, en donde se encuentran integrantes con un reducido nivel de estudios. Casos relevantes por ejemplo a la hora de negociar el traslado de sus viviendas rurales a otros sectores, en donde perdieron numerosos territorios, abusados por grandes industrias del país.

Es así como *los Mapuche* han tenido que existir en zonas conflictivas, abusados y sobrepasados en sus derechos humanos, sin apoyo, ni consideración del Estado por años, acciones que han ido cambiando a su favor con el pasar del tiempo.

Es aquí donde se genera un punto de inflexión con respecto a las condiciones conflictivas en donde se desenvuelven los Mapuche, la crisis social, la ruptura de relaciones sociales con su entorno, incluso con comunidades de su etnia disgregadas y con problemas de relaciones interpersonales, situaciones que han llevado a algunos comuneros a la cárcel, han diseñado un imaginario social ubicado en la región de La Araucanía, denominado “zona roja”.

Usualmente se le llama Zona Roja al sector sur del país donde se dan la mayor parte de los ataques incendiarios, propios del conflicto Mapuche en el sector, esta zona se visualiza dentro de la Araucanía (Vinagre, 2017). Para Pinto (2012), el Conflicto Mapuche se entiende principalmente desde la usurpación que hizo el Estado Chileno a las tierras ancestrales de dicho pueblo en la segunda mitad del siglo XIX, en la Frontera del BíoBío y La Araucanía. En otras palabras, el conflicto entre el Pueblo Mapuche y el Estado de Chile se debe a la “acción civilizadora y el progreso que el Estado llevaría a la

Frontera...El interés por sus tierras y el discurso antiindigenista que justificó los atropellos cometidos, generó un ambiente de tensión que fue cobrando fuerza a lo largo del siglo XX. La política reduccional, la usurpación de tierras, las compras fraudulentas y la incapacidad de algunos sectores de la sociedad nacional para entender la cultura indígena tuvo un impacto muy negativo en la sociedad mapuche, generando un conflicto que aún no se resuelve y que adquirió evidente gravedad en los últimos años” (Pinto, 2012, p.168).

La zona es uno de los sectores que concentra la mayor cantidad de violencia en el país (principalmente atentados a camiones y represión policial desmedida). Constantemente la prensa publica actos de estas características que son cometidos en lugares de alto interés mapuche. A pesar que existe una mayor dotación policial y leyes que han intentado disminuir la violencia, no se ha podido frenar el crecimiento de estos hechos y menos su intensidad. (Vinagre, 2017).

El Estado se ha visto sobrepasado y las medidas adoptadas no han servido para frenar la violencia. Una de las formas con la que se ha intentado apaciguar los conflictos es la Ley Indígena, que incorpora una serie de políticas de compensación como la entrega de tierras reduciendo el problema a ello (Vinagre, 2017).

Según el Barómetro de Conflictos de Connotación Indígena en la Región de La Araucanía realizado por la Heidelberg Institute for International Conflict Research (2019), en el primer semestre de este año se han registrado 127 ataques de connotación Mapuche.

La mayor parte de ellos (76 casos) han afectado a particulares y sólo en segundo lugar aparecen las empresas forestales (30 ataques), lo que marca un cambio respecto de los el antiguo *modus operandi*, que tenía como blanco a las grandes forestales.

Las personas que conocen el interior del movimiento mapuche en la zona sostienen que es posible distinguir a tres grupos, que apuntan más o menos a lo mismo: más allá de la recuperación de tierras, el objetivo es lograr un reconocimiento constitucional como nación diferenciada, que transforme a Chile en un Estado plurinacional (Foerster, 2002). Estos grupos se diferencian

entre sí por la forma de operar. Unos están por la promoción de actividades violentas y de sabotaje; otros por el cauce no violento, aunque fuera del sistema de participación política tradicional; y, finalmente, los que buscan estos objetivos a través de los partidos políticos y la participación en elecciones.

Para finalizar con el tema de conflicto Mapuche, en la macro zona sur existen grupos radicales que generan actos de diversa índole con un fin, la reivindicación Mapuche.

De éstos se pueden identificar dos de relevancia; la coordinadora Arauco Malleco y la Comunidad Autónoma de Temucuicui.

La Coordinadora Arauco Malleco (CAM) es una organización mapuche radical que nace en 1998 a partir de la unión de cinco comunidades indígenas críticas de la relación existente entre el Estado chileno y el pueblo mapuche, pero también revisionista del enfoque y las políticas en materia de asuntos indígenas. Vinagre, A. (2017).

La lucha por la autonomía y por el territorio, como lo expresa la CAM a través del “control territorial”, es el punto de quiebre al interior del movimiento mapuche. Estos controles territoriales se alejan de las iniciativas enfocadas en la negociación y la reparación, puesto que significarían integración y subordinación de acuerdo a los principios de la Coordinadora.

Las bases fundamentales del pensamiento de la CAM son: autonomismo, anti capitalismo, lo que es expresado en acción directa, y pensamiento revolucionario. Es importante destacar que esta autonomía tiene tres dimensiones: independencia organizativa y política, autoafirmación de la identidad y “autonomía de pensamiento” como descolonización de la ideología occidental capitalista. Son estos tres fundamentos ideológicos los que cimientan la base de la posición radical de su pensamiento y que permiten caracterizarla como una organización anti sistémica. Uno de los últimos hechos ocurridos en 2017 fue la quema de 17 camiones de la empresa Cavalieri (marzo 2017), adjudicado por la CAM dejando panfletos alusivos a la causa mapuche y enviando un comunicado haciendo referencia al hecho, dejando claro que ellos fueron los autores del ataque. Vinagre, A. (2017).

Comunidad Autónoma de Temucuicui. De este grupo no se tiene mucho conocimiento, salvo información recabada por medio de comunicados y declaraciones que ellos han subido a redes sociales o páginas web.

Esta comunidad comenzó a realizar tomas y asentamientos ilegales a fines de 1990, luego que en 1970 el fundo Alaska, territorio rural ubicado en la comuna de Ercilla, que ellos reconocían como propio, pasara a ser propiedad de la Forestal Mininco, la que según ellos generó sequía, destruyó la naturaleza, contaminó los huertos y redujo los espacios territoriales de los mapuches (Vinagre, 2017).

Tras recuperar el fundo, este grupo decide continuar ejerciendo medidas de presión en pro de la restitución de los derechos del pueblo mapuche y por la recuperación territorial. Esto lo realizan hasta hoy a través de distintas formas de acción, ya sea en presencia con autoridades, o en enfrentamientos de lucha.

Entre los fundamentos de su actuar está la restitución de la organización ancestral, el respeto a las autoridades tradicionales, la auto determinación y el control territorial, además de la demanda, defensa y promoción de los derechos del denominado pueblo nación mapuche.

En conclusión, se presenta este escenario de alguna forma con dejo de historia social y cultural que ha ido formando la historia de las distintas comunidades Mapuche, es relevante definir que existe una llamada “zona roja”, denominada así por el Estado y sus autoridades, que reúne principalmente a las dos comunidades formales mencionadas anteriormente.

1.1.3. Creatividad y desarrollo.

Los Mapuche trabajaron la simbología, lo que se representó en distintos formatos y soportes que les ofrecía la naturaleza ligada a la Cosmovisión, lo cual se plasmó en creaciones desarrolladas a lo largo de su historia como cultura o pueblo originario. Algunos de los soportes y materialidades que trabajaron los Mapuche, se encuentran los telares en lana, trabajo de

orfebrería, cerámica y greda, madera en tallado y diseño de muebles, ornamentación y construcción.

Como se menciona en párrafos anteriores, los Mapuche diseñaron desde su existencia como pueblo originario del país, lo que se puede encontrar día a día en distintos diseños, por ejemplo, en los trabajos de artesanía madera, cerámica, greda, telar, entre otros. De alguna forma el pueblo Mapuche fue innovando en su quehacer, adaptándose a las necesidades que tenían los consumidores, no olvidemos que sus creaciones inicialmente fueron desarrolladas para el uso familiar, incluso a nivel comunicacional, generando imágenes sociales, que representaban situaciones de la vida cotidiana. Aplicando color, distintos materiales de origen animal y vegetal, forma, volumen y estética en los originales. En términos de forma, los Mapuche diseñaron patrones basados en la geometría, a través de técnicas heredadas y que se pueden comparar con pueblos ancestrales como los Mayas, Aztecas e Incas.

Por ejemplo, el diseño geométrico es una forma que se repite en patrones, que genera volumen, movimiento, y sentido del espacio. Técnica que se pueden apreciar en el trabajo del telar, ya que la repetición de patrones conforma una figura total.

En la indagación con respecto a las creaciones y diseño de originales, nos encontramos con un pueblo altamente creativo, y que ha sabido responder en distintos momentos de la historia, bajo presiones económicas y sociales. De alguna forma rompiendo los paradigmas sociales y culturales que son propios de su etnia, basados en la cosmovisión, y que llevaron hacia un camino de necesidad por generar capital familiar.

Es por esto que es necesario acercar al lector al concepto de creatividad, será presentado en capítulos adelante, ya que los Mapuche han desarrollado un trabajo que se acerca a éstos parámetros de análisis y ubica de alguna forma el trabajo de investigación hacia los objetivos.

1.1.4. El rol de la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI)

La lógica de la acción del Fondo de Desarrollo Indígena, está centrada en provocar un cambio en las condiciones de la población indígena para

alcanzar los niveles de desarrollo deseados. Para ello se ha propuesto generar los mecanismos para que estos niveles de desarrollo puedan ser definidos tanto por quienes diseñan la política pública como por quienes son los destinatarios de tal política. CONADI (2019).

La incorporación de la participación conlleva beneficios en diferentes dimensiones, tales como: a) mejora el diseño de los proyectos, haciendo que el diagnóstico y las formas de intervención se adapten a las características específicas de la población destinataria; b) posibilita el control de la población destinataria sobre el proyecto, ayudando así a la transparencia en su manejo, y c) incrementa la sostenibilidad del proyecto al involucrar a los beneficiarios en la operación del mismo” (Cohen & Franco, 2005). Finalmente, es una exigencia internacional la incorporación de la participación de la población indígena en aquellas áreas que les afectan, tal como lo establece explícitamente el Convenio N°169 de la Organización Internacional del Trabajo OIT suscrito por el gobierno. CONADI (2019).

Además de ello, cabe mencionar el Área de Acción Componente de Gestión Social:

Apoyo a la participación indígena en Áreas de Desarrollo Indígena y con sus respectivos consejos y mesas de trabajos.

Apoyo a la generación de capacidades para planificar y gestionar el territorio de las comunidades indígenas.

Habilitación para el emprendimiento, mediante procesos de formación y capacitación.

Programa de formación de dirigentes de comunidades y asociaciones indígenas en regiones.

Apoyo a la instalación y funcionamiento de instancias de participación de representantes indígenas.

Fomento del liderazgo y la participación indígena mediante escuela de líderes o en instancias similares.

Fortalecimiento de la participación de la mujer indígena, en la gestión productiva, social y cultural.

Por otro lado, de acuerdo a lo que la ley Indígena establece, la política pública indígena, en general, y del Fondo de Desarrollo de CONADI, en particular está dirigida a lograr el desarrollo de los indígenas y sus comunidades, lo que implica que las orientaciones están dirigidas a alcanzar el bienestar como expresión de desarrollo hacia las resignificaciones propias de los pueblos originarios, lo que obliga la valoración, los sistemas de conocimientos y prácticas que estos pueblos exhiben en la relación con sus pares y con su entorno. Lo anterior implica ver a los pueblos indígenas no desde sus carencias sino desde el valor de sus capacidades y potencialidades, para que se muevan hacia estados de Desarrollo que ellos mismos consideran como tales. CONADI (2019).

1.1.5. Preguntas y objetivos de investigación.

A continuación, se presentan tanto la pregunta y objetivo general, así como los objetivos y preguntas específicas:

Pregunta general:

¿Cómo se caracterizan las representaciones con motivo gráfico de los objetos diseñados y producidos por las emprendedoras Mapuche en función de la cosmovisión y simbología de su cultura, en la región de La Araucanía?

Preguntas específicas:

¿Cuáles son los orígenes de las representaciones gráficas de la cultura Mapuche?

¿En qué medida los elementos del diseño, como el color, la morfología y el estilo gráfico están presentes en las representaciones gráficas de los productos Mapuche?

¿Qué elementos del diseño gráfico emplean las emprendedoras Mapuche para la creación de sus productos?

¿Qué estrategias de emprendimiento utilizan las emprendedoras Mapuche para presentar su trabajo en el mercado local?

Objetivo general:

Analizar las representaciones con motivo gráfico de los objetos diseñados y producidos por las emprendedoras mapuche en función de la cosmovisión y simbología de su cultura, en la región de La Araucanía al año 2019.

Objetivos específicos:

Describir los orígenes de las representaciones gráficas en la cultura Mapuche a por medio de un análisis documental

Identificar los elementos del diseño, como el color, la morfología y el estilo gráfico que están presentes en las representaciones gráficas de los productos Mapuche

Analizar los elementos del diseño gráfico que emplean las emprendedoras Mapuche para la creación de sus productos, así como las estrategias de emprendimiento que utilizan para introducir su trabajo en el mercado local.

1.1.6. Hipótesis de investigación y/o trabajo.

Las actuales representaciones con motivo gráfico de las emprendedoras de cultura Mapuche en la región de la Araucanía, Chile, presentan elementos significativos provenientes de la cosmovisión y simbología ancestral de la cultura mapuche. Esto, porque toda comunidad cultural comparte creencias y normas comunes, la cual se refleja en una visión del mundo que los identifica y que se observa, entre otras cosas, en las formas y estilos gráficos de su arte y de sus productos.

1.2. Marco Teórico.

Teóricamente el trabajo de investigación estará apoyado en indagaciones antropológicas, sociológicas, diseño gráfico e historia de la cultura Mapuche, en su mayoría el material relevado es de origen argentino y no chileno, ya que en Argentina existe un innumerable trabajo de estudio sobre el tema. Estudios geográficos, sociales, culturales como por ejemplo ritos, eventos, fiestas locales, fuerzas del cosmos, juegos, religión, antepasados de relevancia ancestral, su organización social, la muerte, el trabajo de la tierra y su significado divino, el arte como expresión, en donde gradualmente se encausará a un trabajo de análisis de diseño y se buscará respuesta a las tendencias en las formas visuales que han desarrollado los artesanos de la etnia Mapuche en la región de La Araucanía, Chile.

Además, se presenta el concepto de cultura referido a algunos autores, tales como Jorge Fernández Chiti (2005), Gorosito Kramer (2001), por mencionar algunos, vinculado a los elementos distintivos y conformadores de lo que significa la cultura a modo general. Con estas definiciones se acerca al lector hacia lo que se construye dentro de la investigación ligada a la cultura Mapuche, llevando en un camino hacia lo referido a identidad y patrimonio.

Estos temas son relevantes para la conformación basal de la investigadora, dando forma a los objetivos trazados y sobre todo hacia la presentación de los casos de estudio en adelante.

También se presentan los conceptos de identidad, creatividad, innovación y emprendimiento, relacionados con la cultura Mapuche y sus creaciones en la disciplina del diseño gráfico específicamente. El emprendimiento será el espacio clave para la creación en diseño que los casos de estudio presentan, no debemos olvidar que las emprendedoras Mapuche desean comercializar su quehacer y exhibirlo a la sociedad.

1.2.1. Fundamentos del diseño.

El diseño como ciencia proyectual fue establecida o mencionada por primera vez por Tomás Maldonado en la definición que hizo sobre el diseño

industrial para el congreso del International Council o Societies of Industrial Design (ICSID) del año 1961. El diseño, para el autor, es una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos que se producen. Por ello el diseño en términos etimológicos sería:

La palabra diseño es un anglicismo: design significa «plan mental, proyecto, programa» según el diccionario de la Academia de Oxford. En los idiomas latinos el término se ha incorporado de manera diversa El vocablo italiano disegno, el francés dessin y el portugués desenho remiten más a delineación, a trazado, a bosquejo o dibujo de cualquier elemento que tenga una intención artística o decorativa. Pero un dibujo no es sino una representación figurativa o abstracta de algo existente o inexistente (González, 1994; p.1).

Para González (1994), el diseño es el plan destinado a la configuración de una obra de carácter formal o, en otras palabras, a un proceso de elaboración y creación por medio del cual el diseñador traduce un *propósito* a una *forma* determinada:

...lo que determina al Diseño es primero la existencia de un problema a resolver, de un fin, de una intención, de un propósito; y, segundo, el proceso de concepción, el plan mental, el programa para llegar a una solución. Diseño es en síntesis una estrategia y una táctica de la mente que se moviliza desde que se inicia la decisión de gestar un objeto útil hasta que se logra su concreción final, atravesando todos los pasos o instancias requeridas para lograr una forma que cumpla su propósito, una forma que funcione (González, 1994, p.32).

Por lo tanto, el diseño, en cuanto proceso, establece la correspondencia entre un estado de necesidad y un objeto de necesidad. Ese estado de necesidad está compuesto de dos tipos: materiales e inmateriales. Las necesidades materiales corresponden a las que son de naturaleza fisiológica (alimentación), ambiental individual (vestido), ambiental social (vivienda), salud en el sentido de bienestar somático (atención médica preventiva y curativa), educativa en el sentido de autoexpresión y diálogo (educación permanente),

libertad de expresión (medios de comunicación), para circular (medios de transporte) y cultivo del cuerpo y el espíritu (deporte y esparcimiento).

En cuanto a las necesidades no materiales, éstas serían las que son correspondientes a la creatividad, la identidad, la autonomía, la compañía, la participación, la autorrealización y la sensación de que la vida tiene un sentido particular y único. Se puede categorizar estas necesidades materiales e inmateriales en 4 niveles: a) necesidades reales, básicas y prioritarias; b) necesidades reales de bienestar y confort; c) necesidades aparentes o creadas; d) necesidades inadecuadas (ostentación, lujo, figuración). En estos 4 niveles el diseño actúa en la proyección de los objetos que corresponden, particularmente, a los 2 primeros.

De esta manera el diseño actúa especialmente en las necesidades básicas individuales, como alimentarse, vestirse, educarse, tener salud, amar y jugar (esparcimiento del cuerpo y el espíritu), y en las necesidades ambientales, como vivir en sociedad, habitar, usar objetos y comunicarse. Por ende, el diseño es la ciencia proyectual que responde mediante formas a las necesidades básicas y ambientales del ser humano. Forma parte del conjunto de ciencias que están destinadas al mejoramiento de éste en su medio ambiente, entendiéndolo como el medio físico y sociocultural generado por aquél (González, 1994).

Para Bonsiepe (1999), el diseño es un conjunto de funciones. El nudo del diseño, su elemento esencial, consiste en constituir una realidad. Para él, diseño y lenguaje son dos dimensiones constitutivas en términos antropológicos. En términos posmodernos, el diseño es la síntesis de variados aportes en el campo del arte y la arquitectura: encuentra su identidad en hacer disponibles artefactos materiales e inmateriales. El diseño de producto consiste, desde la perspectiva del diseñador industrial, en concentrarse en su interfase, su calidad de uso y en su estética formal, sin descuidar elementos como los costos, la producción y la viabilidad económica.

Para Wong (2007), el diseño consiste en un proceso de creación visual con un propósito definido. Para el autor, a diferencia de otras artes como la

pintura o la escultura, que constituyen la realización de las visiones personales y los sueños personales de un artista, el diseño propiamente tal cubre generalmente exigencias de carácter práctico. Es decir, una unidad de diseño gráfico siempre es puesta al público y siempre transporte un mensaje determinado previamente: esta unidad es un producto industrial que siempre tiene que cubrir alguna necesidad del consumidor. En esta misma línea, entonces, el autor afirma que el esfuerzo en embellecer la apariencia exterior de las cosas es sólo una parte del diseño, ya que este nos permite, además, comunicar mediante objetos o indumentos lo que deseamos:

En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de «algo», ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época a el gusto de su época (Wong, 2007, p.41)

De esta manera, el diseño es un proceso de creación visual que tiene un propósito determinado. El diseño es un proceso de cambio, el cual se lleva a cabo para satisfacer las múltiples necesidades de los individuos y generar cambios positivos para esas situaciones por cuya naturaleza el producto ha sido creado. El diseño, según, González (1994), es la facultad creadora de proyectar, no denomina al objeto emergente de una actividad proyectual (como una ciudad, una escuela, un afiche, etc.), sino a un proceso que conduce a esos objetos, entendiendo ésta como toda cosa creada por el ser humano. El diseño, entonces, no es la expresión final de una forma visible, sino que se trata de un proceso de creación y elaboración a través del cual el diseñador traduce un fin o propósito en una forma.

Según Frascara (2000), el diseño es “la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos” y diseño gráfico se define como “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (p.19). Para Jensen

(2009), el diseño debería estar dividido en dos enfoques principales: ejecutivo y estratégico. El primero se encarga de ejecutar ideas para transformarlas en resultados tangibles que cumplan una función específica relacionada con la satisfacción de algunas necesidades o deseo específico mientras que el segundo se concentra en resolver problemas y en planificar y gestionar los recursos necesarios para idear, ejecutar, implementar y evaluar todas las soluciones que se produzcan.

En ambos enfoques mencionados el diseñador debe tener en consideración dos actores relevantes en su trabajo: el cliente y el usuario. El cliente es todo aquel individuo que tiene una necesidad de comunicación, pero ella no se debe resolver en función del gusto del diseñador o del mismo cliente, sino del usuario. El diseñador, entonces, es el encargado de mediar entre el cliente y el usuario.

Para Heller y Poyner (2005), el diseño tiene relación con el mundo y con la sociedad que lo genera. Esto, independiente que esté presente en la vestimenta, los edificios públicos, las viviendas, los equipos, los muebles, la arquitectura y los utensilios, cada diseño efectuado constituye una expresión de la sociedad y expresa, a su vez, los gustos y sentimientos de cada época en particular. Así, el diseño es, por lo tanto, un proceso o plan destinado exclusivamente a la configuración de una obra de tipo formal, visual, bidimensional o tridimensional (González, 1994).

El diseño puede ser clasificado en tres grandes grupos: diseño gráfico, diseño de productos y diseño ambiental. En el primero se diseña lo que la gente lee: libros, artículos, títulos, carteles o folletos, noticias, etc. En el segundo, el diseño pensado para la gente que lo usa: maquinas, herramientas, instrumentos, vehículos o estructuras de cualquier tipo, unidimensional, bidimensional o tridimensional. En el tercero, mientras tanto, el diseño se orienta hacia donde vive la gente: interiores, estructuras, edificios, casas, jardines, parques, ciudades, lugares de trabajo, entre otros. En síntesis, para Moreno (2014), el diseño es:

En conclusión, el diseño es el todo, no las partes...El diseño gráfico es, por lo tanto, un proceso creativo que combina arte y la tecnología para comunicar ideas. El diseñador trabaja con una variedad de herramientas de comunicación para transmitir un mensaje de un cliente a un público en particular. Las herramientas principales son la imagen y la tipografía. El diseño gráfico hace parte de la vida diaria. De las cosas sencillas, como envoltorios de chicle a las cosas grandes como los carteles publicitarios. El diseño gráfico informal, persuade, organiza, estimula, localiza, identifica, atrae la atención y proporciona placer (Moreno, 2014, p.13).

El diseño es un sistema de ideas que proporciona determinadas respuestas. Esta disciplina también se puede clasificar en las siguientes subáreas: diseño urbano, diseño arquitectónico, diseño paisajístico, diseño de interiores, diseño industrial o de producto y el diseño gráfico o de imagen. El diseño en su conjunto es el total de acciones y reflexiones que intervienen en el proceso de creación proyectual de una obra, sea espacial, objetual o comunicacional (González, 1994). Esta obra es el resultado de actividades un conjunto de actividades planificadas que conduce a idearla y materializarla mediante su construcción, su producción o difusión por medios de carácter industrial.

El diseño urbano tiene como propósito dar respuesta en términos de forma a las necesidades del ser humano de vivir en sociedad. Las formas que surgen de este tipo de diseño, en términos prácticos, se materializan en ciudades o en el todo urbano de éstas. Por otro lado, el diseño arquitectónico, si bien relacionada con el diseño urbano, se diferencia por dar respuesta formal a las necesidades que tienen relación con la habitabilidad. Esta noción implica el hecho de habitar en el más amplio sentido del término y no únicamente con el de residir en una vivienda. También tiene relación con otros lugares vinculados al confort: aeropuertos, hospitales, escuelas, fábricas, restaurantes, iglesias, entre otros. Estos, al igual que una vivienda, son también espacios habitables.

El diseño paisajístico se vincula con las dos subáreas o subdisciplinas mencionadas en el párrafo anterior, en el sentido que se ocupa de la planificación de los espacios naturales y artificiales en relación con la arquitectura y el urbanismo. En cuanto al interiorismo o diseño de interiores, cabe señalar que está directamente relacionado con el diseño arquitectónico. La convicción de este último en concebir como un todo a la obra arquitectónica propiamente tal tiene relación también, e incluye, a la ambientación de los espacios interiores y al equipamiento y formas que la constituyen. Junto a ello, el interiorismo también se le vincula con las ideas y actividades que dan forma al proceso de decoración.

El diseño industrial o de producto y/o el diseño textil y de indumentaria dan respuesta mediante formas a las necesidades del ser humano de usar objetos determinados que llaman o pueden llamar potencialmente su atención e interés. Dicha respuesta se extiende a un número amplio de productos cuyas características básicas se basan en la naturaleza objetual y los elementos operacionales y táctiles. Corresponden a una gama significativa de dimensiones que varía desde un computador hasta una valija o desde una tele industrial hasta una sencilla prenda de vestir. En cuanto al diseño gráfico y de imagen, éstas responden a las necesidades del ser humano de comunicarse a través de elementos de comunicación visual y audiovisual.

Por otro lado, el Diseño presenta varios campos de acción. Un campo de acción es el área de extensión de una ciencia, área o disciplina académica y del conocimiento. Corresponde al espacio de mayor amplitud o al territorio total en el que cada esfera del saber se desplaza. Comprende, por lo tanto, la práctica profesional, a la docencia y a la investigación de cada una de ellas. Implica lo que se hace en cada una de ellas, lo que se ha hecho y lo que se podría hacer; es decir, los campos de acción son los espacios para plasmar los objetivos, propósitos y formas de Diseño, como ciencia. Revisemos cada uno de los 3 campos de acción en los siguientes párrafos.

El primer campo del Diseño es el correspondiente al de naturaleza arquitectónica y en él se desplaza el diseño arquitectónico propiamente tal, el

diseño urbano, de paisaje y de interiores. También es común, entre los autores, que estos subcampos de acción tengan por nombre Arquitectura, Urbanismo, Paisajismo o Arquitectura Paisajística y de Interior. Todas éstas tienen como denominador común el pensamiento de la arquitectura y de la naturaleza constructiva, corpórea y ambiental. Tiene como propósito concebir formas habitables, recorribles y construibles, desde una vivienda hasta conjuntos habitacionales, o desde una plaza pública en la ciudad hasta grandes áreas o parques de esparcimiento y recreación, o desde un local comercial hasta las grandes centros y cadenas de compras, respectivamente (González, 1994; Moreno, 2014).

El segundo campo de acción, correspondiente al objetual, está compuesto fundamentalmente por el diseño de producto o diseño industrial y por el diseño textil y de indumentaria. Las características de éstas residen en su naturaleza objetual, tridimensional y tecnológica de sus formas. Aquí, al igual que en el caso de la arquitectura, la noción de espacio-tiempo es una constante que participa y está presente en el proceso creativo. La producción en serie y la condición o naturaleza industrial de los objetos son sus principales características (González, 1994), a diferencia del anterior campo de acción.

De esta manera, el diseño industrial comprende el espectro de todo el mundo objetual que rodea al ser humano moderno: desde las calculadoras hasta los equipos telemáticos de telefonía digital y avanzada, desde termostatos para artículos de la vivienda y el hogar hasta complejos sistemas cibernéticos de transbordadores espaciales, desde actividades de herradura para muebles hasta sistemas de equipamiento y mobiliario en ciudades, desde telas de tapicería hasta largas líneas de producción de objetos textiles en gran escala, desde un conjunto accesorios para el vestir hasta completas indumentarias para el consumo masivo (Moreno, 2014). Tanto el campo de acción de la Arquitectura como el campo de acción del Diseño Industrial, muchas veces entrecruzan y se superponen cada uno de ellos:

La participación del Diseño Industrial en la Arquitectura se manifiesta en los sistemas constructivos industrializados, en los

múltiples elementos de la industria que intervienen en la construcción y en el mobiliario y el equipamiento arquitectónico. La esencia del pensamiento proyectual que la Arquitectura transfiere al Diseño Industrial incide profundamente en éste, por ser aquella antecesora secular y gestora del mecanismo mental que permite crear formas útiles con sentido estético (González, 1994, p.47)

Por último, el tercer campo de acción, correspondiente al comunicacional, está comprendido por el diseño gráfico y el diseño de imagen y sonido, tienen en común su naturaleza comunicativa visual o audiovisual. Han emergido y adquirido relevancia como resultado de la evolución social, cultural y, sobre todo, tecnológica de la sociedad industrial del último siglo. Las dos comparten el mismo tipo de pensamiento visual y está particularmente influenciado por la imprenta y la cámara. En el caso del diseño gráfico, el tiempo transcurre para el observador como secuencia de la lectura de una obra editorial o en el recorrido que hace de la lectura de un sistema de señas en el espacio urbano. El tiempo, en consecuencia, pertenece al receptor del mensaje. En el caso del diseño de imagen y sonido, el tiempo transcurre dentro de ella misma y es totalmente gobernada por el realizador que creó el guión.

Como se puede observar, tanto el diseño gráfico como el de imagen y sonido, están estrechamente relacionadas. El propósito de ambas en el lenguaje visual y la comunicación audiovisual que utilizan. En ambas se emiten mensajes desde el emisor hacia el receptor. Ambas, también, presentan diferencias, tal como se destaca en el siguiente párrafo, el cual tiene que ver con el uso del espacio-tiempo y el uso del elemento afectivo y emocional:

El área de imagen y sonido introduce, respecto del diseño gráfico dos importantes diferencias: La primera es que el espacio y el tiempo real son modificables, y la segunda, que la relación de la obra con el espectador establece vínculos singulares. En el primer caso, el espacio es modificable por las angulaciones, las posiciones y los encuadres de la cámara, por los diferentes tipos de película o de bandas magnéticas. El tiempo lo es por el relato lento o acelerado, por los cortes entre las tomas, por la interacción entre presente y pasado, por la inversión de la marcha de la

filmación, por las alteraciones de raíz psicológica. La relación entre la imagen y el sonido se presta a modificaciones cuando hay desfases y asincronismos, o efectos sonoros o realistas, o silencios totales, o música de fondo. En el segundo caso el vínculo es afectivo emocional y de empatía por la identificación del espectador con los contenidos y las formas del relato fílmico (González, 1994, p.48).

Hay 4 denominadores comunes en todas las áreas del diseño. El primero, todas parten de la presencia de un plan mental. La segunda tiene relación con la existencia en las diversas ramas de un elemento u propósito movilizador de ese plan. El tercer denominador común es la convivencia de todas en un mismo territorio del saber en tres campos de acción (ya mencionados anteriormente): el arquitectónico, el objetual y el comunicacional. La cuarta coincidencia, es la presencia en todas de un mismo pensamiento, el visual, que fusiona lo sensorial con lo racional. Por último, la quinta coincidencia es el modo de enseñanza y el aprendizaje metodológico.

En las etapas básicas del proceso de Diseño, se observa que todos tienen en común el tratar de externalizar el mecanismo mental para diseñar. En términos de fases, el proceso de Diseño sigue las siguientes etapas: la identificación del problema, la recopilación de datos, la síntesis, la gestación, la iluminación, la elaboración y la verificación. En una primera etapa, correspondiente a la **identificación del problema**, se define a partir del establecimiento del objetivo, la definición del propósito del diseño y de sus posibles respuestas a las necesidades. La **recopilación de datos** es aquella fase en el que se reúne elementos de cualquier tipo – directas e indirectas – factibles de brindar pautas sobre el tema requerido, aunque en una primera instancia no tenga directa relación con el problema e información pertinentes y específicas a las premisas y propósitos del acto creativo.

La fase de **síntesis** no es más que el mecanismo de incubación de la idea, el procesamiento, segregación, depuración, selección y concentración de los datos elaborados. Es una etapa en el que se desarrolla, en términos de diseño, en el inconsciente o en el preconscious. Mientras tanto, en la cuarta

etapa, **gestación**, la mente desarrolla ideas más acabadas y precisas, por lo que las formas de las imágenes atraviesan alternadamente el cerebro al nivel consciente e inconsciente. De esta manera, en la siguiente etapa, correspondiente al de **iluminación**, constituye una fase en el que aparece la idea consumada del proyectista como diseñador.

Así, en la etapa de **elaboración**, el diseñador ya es capaz de plasmar de manera correcta la idea visual, para abordar su construcción en términos de representación gráfica. Esta etapa se caracteriza por ser la fase de la concreción del hallazgo y de su ajuste, es el momento de rigor en el que el trabajo intensivo, metódico, constructivo y representativo adquiere relevancia. Por último, en el **período de verificación**, el cual puede durar algunos segundos o prolongarse indefinidamente, corresponde a la autoconciencia de la adecuación de la propuesta, pensada en las primeras etapas, al fin planteado.

También las fases del proceso proyectual del diseño se pueden agrupar en tres grandes ejes o etapas: fase analítica, fase creativa y fase ejecutiva. La primera está comprendida por la recopilación de datos, el ordenamiento, la evaluación, la definición de condicionantes y la estructuración y jerarquización. La segunda, por otro lado, se compone de las fases de implicancia, formación de ideas rectoras, toma de partido o formulación de idea básica, formación de la idea y la verificación. En cuanto a la fase ejecutiva tenemos que se constituye de las etapas de valoración crítica, ajuste de la idea, desarrollo, proceso iterativo y materialización. Cabe señalar que todos estos tramos están estrechamente relacionados entre sí y funcionan de manera recursiva, es decir: un ir y venir entre los tres ejes mencionados y de cada una de las fases que la componen.

El diseño, en general, es una forma de ser, de vivir, de sentir y de interpretar el mundo que, como cualquier disciplina, inunda la experiencia de quien la ejerce. El diseño, como disciplina, es una ciencia y una tecnología de base empírica y teórica, con raíz filosófica y epistemológica, de naturaleza proyectual. Así, dos enunciados están en estrecha relación con el Diseño como

concepto: el de ciencia proyectual destinada al bien individual y social y el de objeto proyectado que responde a una necesidad determinada.

El fin, el propósito u objetivo del diseño es el de crear objetos útiles a las necesidades del ser humano en su hábitat, en su entorno social y físico (González, 1994). De esta manera, el estudio sobre las relaciones entre el ser humano y su medio es una de las metas principales del diseño, dado que su fin es crear una estructura física necesaria para la vida y el bienestar de ser humano, como persona y como ser socialmente integrado.

Además de ser una guía práctica, Ana María López se basa en los fundamentos metodológicos y en relación con el uso del color, estética, composición, y morfología del diseño, para así presentar una propuesta útil para el lector.

En las bases morfológicas del análisis de la simbología, textos tales como Signos, símbolos, marcas, señales”, de Frutiger (1978) en donde se especifica la construcción de la simbología con bases en diseño gráfico. “Sintaxis de la imagen”, de Dondis (1973), “Fundamentos del diseño” y “Principios del diseño en color” de Wucius Wong. Heller, Eva y Koppers, Harald (1992). Nociones básicas de diseño, teoría del color de Netdisseny (2017). “Neuropsicología del color, psicología teórica”, de Bueno, López, Palomares & Moreno (2006) de la Universidad de Granada. “Análisis morfológico: una propuesta metodológica para el diseño”, de Córdoba y Bonilla (2013). Que se basan en textos que definen parámetros morfológicos para análisis de casos y plantean un método y una teoría del diseño gráfico.

Diseño gráfico para la gente de Jorge Frascara (2000), entrega un enfoque con respecto a la relevancia que tiene el grupo objetivo, o los consumidores en el diseño de productos y servicios. Aspectos relevantes en el análisis de casos de estudio para la investigación, ya que ellos comercializan sus productos hacia un segmento de clientes determinado.

En esta definición la gente asume un rol central, y las decisiones visuales involucradas en la construcción de mensajes no provienen ya de supuestos principios estéticos universales o de inspiraciones personales del

diseñador, sino que se localizan en un campo creado entre la realidad actual de la gente y la realidad a la cual se desea arribar después de que la gente se encare con los mensajes. Es importante problematizar el aspecto visual de las comunicaciones, pero contextualizado dentro del aspecto operativo: en otras palabras, subordinar lo que el diseño debe ser a lo que debe hacer.

Lupton (2012) define de manera gráfica y educativa el proceso de diseñar, basado en una metodología que usada por diseñadores, éste efecto resulta de importancia para definir el proceso del diseño en términos de creación y aplicación.

Este texto es útil hacia la definición de conceptos en el proceso de diseñar, por ejemplo desde la parte creativa definiendo un problema de diseño, lluvia de ideas, mapas mentales, generación de ideas, entrevistas, matrices de posicionamiento de marca, volcado visual de datos, verbos de acción, codiseño, definir la forma y preparación de maquetas. Esta estructura la define el autor en términos de establecer un proceso de diseño, efecto que se puede observar en distintos quehaceres, sobre todo en los casos de estudio presentados en la investigación.

En lo presentado por el autor, los conceptos y soluciones son habitualmente el resultado de la aplicación deliberada de ciertas técnicas. Bajo la dirección de Ellen Lupton, diversos profesionales del mundo del diseño exploran en el texto algunos de ellas y proporcionan una guía práctica y visual para conciliar análisis e intuición en el desarrollo de proyectos de diseño gráfico.

La autora es diseñadora gráfica, profesora y comisaria de la sección de diseño contemporáneo del Cooper-Hewitt National Design Museum de Nueva York.

López, A. M. (2014). Curso Diseño gráfico. Fundamentos y Técnicas. Anaya Multimedia. La autora presenta definiciones y ejemplos basados en los fundamentos del diseño, en esta versión ligado al mundo digitalizado, propio del mundo actual de diseño. Por ejemplo el lenguaje del diseño, el trabajo en ordenador, técnicas de vectorización o síntesis, aplicación del color, tipografía o

fuentes tipográficas, técnicas de composición y maquetación, la imagen fotográfica, identidad corporativa, soportes gráficos impresos y digitales.

En términos de contenido la sección de color e identidad corporativa son de muy provechosos, ya que las emprendedoras estudiados presentan manejo de presencia como marca, por ejemplo, en el diseño de logotipo de sus emprendimientos.

Además de ser una guía práctica, Ana María López se basa en los fundamentos metodológicos y en relación con el uso del color, estética, composición, y morfología del diseño, para así presentar una propuesta útil para el lector.

1.2.2. Creatividad

La creación, en términos generales, es el acto de dar existencia a algo nuevo y puede asumir tres formas: innovación, descubrimiento e intuición. La innovación, también llamada invención, es el logro por la asociación de dos o más factores de un tercero que presenta parte de los anteriores, pero en relación a cada uno de estos de manera individual, es un ente y/o objeto totalmente nuevo. La innovación es la facultad de percibir relaciones (Fornichella, 2005). Es general, la creación aplicada en el campo de las ciencias, en el arte, en el humor y en la vida cotidiana del ser humano, presenta caminos similares, análogos. Así ésta es la facultad de establecer relaciones visuales.

Por otro lado, el descubrimiento sucede cuando se percibe algo que ya existe y se verbaliza a través de una ecuación o fórmula matemática específica y representativa y parsimoniosa. El descubrimiento, entonces, es todo acrecentamiento del saber, mientras que la innovación es toda aplicación del conocimiento. En comparación, la invención es menos mesurables en términos científicos, mientras que el descubrimiento lo es mucho más; en otras palabras: la invención es fundamentalmente de carácter heurístico, mientras que el descubrimiento tiene un elemento algorítmico definido en su mayor parte.

En cuanto a la tercera forma que toma la creatividad, correspondiente a la intuición, se la define como toda aquella percepción súbita de una solución, esto es, la respuesta que precede a la pregunta. Dicho de otra manera: esta se produce cuando a partir de información o datos no conocidos se consigue lograr otros nuevos datos para utilizarlos con el propósito de invención y descubrimiento.

En su conjunto, la innovación, la creación y el descubrimiento confluyen en el concepto de creación como:

La capacidad de formar mentalmente imágenes, o sistemas, o estructuras, o formas de cosas, o ideas no conocidas. Creación visual es, por lo tanto, la capacidad de formar en la mente imágenes o formas visuales como resultado de la confluencia de las emociones, las sensaciones y el pensamiento a través de modalidades diversas como la imaginación y la fantasía (González, 1994, p. 57).

En esta definición los conceptos de imaginación y fantasía se deben entender como la representación mental de todo aquello que es recordado o de lo que nunca fue presentado directamente a los sentidos y como la representación de las cosas ideales de manera sensible o la idealización de las primeras, respectivamente.

Por otro lado, la representación mental se pueda revelar tanto en el autor del diseño como en el usuario o receptor, por lo que este proceso implica la existencia de dos conductas simultáneas y que están latentes en el comunicador visual: la del creador de una prefiguración y la del lector de estímulos visuales para el enriquecimiento de sus ideas e imágenes previas. Así, se puede afirmar que el acto creativo es el núcleo gestor del proceso de Diseño, pero se debe tener en cuenta que los actos creativos de por sí, individualizados, no constituyen el Diseño. En otras palabras:

Una figura plástica de gimnasia artística, la ornamentación de un palco para una ceremonia, el pintado de letras en un cartel, un adorno floral, son todos actos creativos cuyas finalidades últimas residen en concebir formas visuales, pero dichas formas no

emergen casi nunca de una actividad proyectual sino de un gesto espontáneo, de una intuición vaga de armonía de quienes la realizan (González, 1994, p.58).

Además, cabe señalar que la imagen en el diseño es una representación que el ser humano construye como resultado de sus experiencias, percepciones y vivencias en el ciclo biológico de la vida, y que se manifiesta en el sueño por autonomasia. La creación artística, la investigación científica o intelectual y en general las actividades a las cuales la sociedad concibe un valor significativo, por encima de los parámetros económicos, el prestigio o la fama, son efectuadas por una parte del líbido del ser humano, la cual se sublima. La creatividad, entonces, se sitúa en el inconsciente y está estructurado como un lenguaje.

El diseño, en relación al proceso creativo, es el producto o resultado de la conducta asertiva del diseñador:

Es el resultado de la unión del niño libre, que aporta la intuición, la imaginación y la fantasía, con el *adulto*, que provee la racionalidad y la lógica y con el *padre* que establece los límites. Según esta óptica, el Diseño se sitúa en un campo regido por dos ejes que miden lo que *me gusta* y lo que *es conveniente*, intentando siempre situarse con equilibrio en el centro de ambas coordenadas (González, 1994, p. 59).

El proceso creativo es una de las potencialidades más elevadas y complejas de los seres humanos, éste implica habilidades del pensamiento que permiten integrar los procesos cognitivos menos complicados, hasta los conocidos como superiores para el logro de una idea o pensamiento nuevo (Serrano, 2004).

La creatividad ha existido desde siempre, es una habilidad del ser humano y, por lo tanto, vinculada a su propia naturaleza. Sin embargo, por mucho tiempo, la creatividad como concepto fue un tema no abordado y por lo mismo poco estudiado, es hasta años recientes donde surgen teóricos que se abocan a profundizar sobre el tema y se desarrollan trabajos y aportaciones alusivas a este concepto (Serrano, 2004).

“Disposición a crear que existe en estado potencial en todo individuo y a todas las edades” (Enciclopedia Océano, 1998, pp. 779-780). Por otra parte, en el Diccionario de las Ciencias de la Educación Santillana (1995 pp. 333-334), se señala: “El término creatividad significa innovación valiosa y es de reciente creación”.

Desde el punto de vista de las teorías psicológicas se conceptualiza a la creatividad desde diferentes ángulos: conductismo, asociacionismo, la escuela de la Gestalt, los psicoanalíticos, los humanistas y los cognoscitivistas. Cabe mencionar que Piaget usó el término “constructivismo” para definir una forma de aprender la cual requiere necesariamente de la reinención de los conocimientos. Para la mayoría de los psicólogos, la creatividad es considerada como un factor multidimensional que implica la interacción o concatenación entre múltiples dimensiones. Serrano, M. T. E. (2004).

El concepto de creatividad como tal ha sufrido transformaciones, el término cuenta actualmente con un número muy elevado de seguidores dentro de los cuales se pueden distinguir: psicólogos, pedagogos, científicos, artistas, comunicólogos, políticos, empresarios, publicistas, docentes, etc (Esquivias, 2004).

Por lo tanto, se puede tener un paneo de definiciones desde el punto de vista de todas las áreas de estudio mencionadas anteriormente, y sobre todo dependiendo de la época en donde se definía como tal. En la búsqueda de información referente a la creatividad, el enfoque mayormente adecuado al tema en desarrollo fue desde el alero de los negocios.

“Creatividad es el proceso de ser sensible a los problemas, a las deficiencias, a las lagunas del conocimiento, a los elementos pasados por alto, a las faltas de armonía, etc.; de resumir una información válida; de definir las dificultades e identificar el elemento no válido...” Torrance (1976).

“Creatividad es la capacidad para generar algo nuevo, ya sea un producto, una técnica, un modo de enfocar la realidad”. Gervilla. (1992). “La creatividad puede ser considerada una forma de solucionar problemas, mediante intuiciones o una combinación de ideas de campos muy diferentes de conocimientos”.

Generalmente las definiciones presentadas, hablan sobre un proceso inicial netamente psicológico, en donde afloran las primeras ideas dentro de un espectro determinado o no, para proyectar de alguna forma hacia el futuro, definiendo espacios de tiempo para el proceso creativo. Un inicio creativo, un proceso y sobre todo hacia la ejecución de algo.

Considera también aspectos de resolución de problemas, por lo tanto, entendemos que debe existir un problema inicial que surge en los pensamientos de creativo, para de alguna forma buscar esas llamadas “soluciones” al respecto. Pareciera que la persona creativa tiene una habilidad especial para detectar necesidades, y buscar soluciones relevantes y especiales sobre lo que se expresa frente a sus narices.

Este proceso de creación se presenta en ésta investigación, efectivamente muy similar a los procedimientos que se desarrollan en trabajos de diseño, la creatividad resulta fundamental a la hora de diseñar nuevas ideas, plasmadas como productos o servicios hacia una audiencia determinada.

La creatividad de la etnia viene desde su trabajo artístico, a la vez funcional, plasmado en distintos soportes, tales como utensilios de guerra, alimentación, vestimenta, comunicación, etc. Todos estos antecedentes son relevados desde el museo Araucano de la ciudad de Temuco, y en bibliotecas de la ciudad, pertenecientes a la Universidad Católica de Temuco, Universidad de La Frontera y Bibliotecas Públicas.

Por lo tanto, resulta importante mencionar que la investigación va enfocada al análisis de los diseños basados en la simbología Mapuche, antecedentes que se pueden encontrar en la zona parte de Chile como Argentina. Distintos autores han graficado en revistas y publicaciones las creaciones del pueblo Mapuche, ya sea por su singular trabajo de simbología, o distintas técnicas de fijado, grabado o pintura.

Por otro lado, la categoría conceptual de innovación ha sido definida de diversas maneras en las últimas décadas. Se trata de un concepto polisémico, aunque siempre en relación al funcionamiento de la organización o a los resultados de un emprendimiento. Etimológicamente la palabra proviene del latín *innovare*, el cual hace referencia al cambio o alteración de las cosas

mediante la introducción de novedades. Esto es relevante, dado que la perspectiva que se usará de innovación tiene relación con la innovación en procesos. Tal perspectiva en el marco de su relación con el desarrollo creativo de las emprendedoras mapuche, ya sea en base a necesidades o simplemente hacia nuevas propuestas de diseño en su modelo de negocios.

La innovación es un concepto que se utiliza a menudo en el territorio chileno, así como en el mundo entero, para hacer referencia directa por ejemplo al desarrollo tecnológico, educacional, social y económico. Países como Estados Unidos desarrollan y potencian la innovación por ejemplo con universidades y organizaciones muy complejas en apoyo a estos procesos. La capacidad para desarrollar nuevas ideas e innovaciones es una prioridad en muchas organizaciones y emprendimientos individuales o colectivos en una comunidad; el intenso desarrollo tecnológico ha hecho que la innovación sea una fuente de ventaja competitiva.

La definición del concepto de innovación ha sido un área de interés tanto para investigadores como para diferentes corrientes y perspectivas del análisis organizacional. La innovación dentro de una organización determinará qué actividades tienen lugar dentro de ella y qué tipo de productos se deben comercializar. Se pueden observar variadas definiciones sobre la innovación, las cuales hacen referencia a cambios radicales o incrementales en productos, procesos y mercados.

Joseph Alois Schumpeter (1930), economista austriaco fue el primero en destacar la importancia de los fenómenos tecnológicos en el crecimiento económico. Schumpeter definió la innovación como: a) la introducción de un nuevo producto o modificaciones a un producto ya existente; b) un nuevo proceso de innovación en la industria; c) el descubrimiento de un nuevo mercado; d) el desarrollo de nuevas fuentes de suministro de materia primas y d) la realización de cambios en la organización (Lala, Preda & Boldea, 2010).

En otras palabras, el enfoque del autor guarda relación con: la introducción de nuevos bienes, servicios o procesos, la implementación de nuevas fuentes de material, la puesta en marcha de nuevas tecnologías para la producción, el desarrollo de nuevos canales de distribución para los productos

o servicios generados. En este marco, la innovación sólo existe cuando las personas poseen las capacidades para implementar las invenciones en distintos procesos y se desarrolla en función de los conocimientos y motivaciones de éstas.

Para Peter Druker (1954) la innovación constituye uno de los dos principios básicos o funciones elementales de una organización y también de un emprendimiento. Para Howard y Sheth (1969) es cualquier elemento nuevo aportado al comprador, sea nuevo o no en la organización. Por otro lado, también es el grado en que nuevos cambios específicos son implementados. Son nuevas ideas que consisten en: nuevos productos y servicios, nuevos usos de productos ya existentes, nuevos mercados para estos productos o nuevos métodos de marketing. Es un proceso creativo básico en cualquier emprendimiento, responde al desarrollo y adopción de nuevas ideas.

Así, la innovación es concebida como la capacidad de descubrir nuevas relaciones, desde nuevas perspectivas del producto hasta la formación de combinaciones innovadoras a partir de conceptos u ideas ya existentes. Es un proceso que tiene como finalidad otorgar valor añadido y cierto grado de novedad en la organización, para proveedores y clientes, mediante el desarrollo de nuevos procedimientos, soluciones, productos, servicios y nuevas formas de marketing. Responde a la generación de nuevas combinaciones entre producto, mercado, tecnología y organización.

Según la OCDE (2002), la innovación está estrechamente relacionada con la tecnología, por lo que debe ser entendida como la sumatoria de etapas científicas, organizativas, financieras y comerciales, para el desarrollo de procesos nuevos o mejorados. Por otro lado, según el Manual de Oslo (2006), la innovación hace referencia a la introducción de nuevos productos o mejores significativas que pueden estar de acuerdo a su originalidad radical o su grado de originalidad incremental, como también, dice relación con nuevos métodos organizacionales aplicadas en las actividades de las organizaciones. Para Bravo (2012), la innovación son las lecciones aprendidas, correspondiente a los conocimientos adquiridos mediante la experiencia y la investigación u otras fuentes vinculada a los procesos creativos.

Como se puede observar, el concepto de innovación involucra diversas nociones referidas a la tecnología, la técnica, la competitividad, la imaginación, las capacidades, los atributos, la investigación, la ruptura, el desarrollo, el crecimiento y el recurso humano, entre otros elementos que no son mutuamente excluyentes entre sí y que da como resultado el crecimiento de las organizaciones, la consolidación del emprendimiento y el desarrollo local y nacional. Un elemento relevante del concepto de innovación es la transformación de las capacidades locales en un mayor desarrollo y valoración de las mismas, sobre todo, cuando se aplica a determinadas áreas, como ocurre en el caso de la artesanía y su comercialización desde una perspectiva intercultural.

Según las definiciones vistas, se plantean las siguientes aristas del concepto de innovación: la introducción en el mercado de un nuevo bien, es decir, un bien con el cual los consumidores aún no están familiarizados, o de una nueva clase de bienes; la introducción de un nuevo método de producción, es decir, un método aún no experimentado en la rama de la industria afectada, que requiere fundamentarse en un nuevo descubrimiento científico; y, la conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas o de productos semielaborados, nuevamente sin tener en cuenta si esta fuente ya existe, o bien ha de ser creada de nuevo. Y la implantación de una nueva estructura en un mercado, como, por ejemplo, la creación de una posición de monopolio (Cilleruelo, 2007).

Según Gee, S. innovación es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil y es aceptado comercialmente: Proceso: Conjunto de actividades con diferentes entradas que buscan la consecución de un objetivo final. Idea: Creación mental basada en estímulos externos. Invención: Fase temprana del proceso de innovación, que no contempla la industrialización y comercialización del producto/servicio. Necesidad: Estado que demanda la aportación de una solución para generar satisfacción. Producto: Tangibilización de un conjunto de conocimientos. Servicio: Actividades aportadas por un ente a otro, para cumplir las necesidades del último. Aceptación comercial: Transacción por medio de la

cual un ente aporta recursos económicos a otro ente a cambio de productos o servicios. Cilleruelo, E. (2007).

La innovación también está estrechamente relacionada con el uso de nuevas tecnologías. De hecho, una de las definiciones tradicionales de innovación en los últimos años dice relación a que se trata de un proceso que integra la tecnología existente y las ideas u inventos para la creación o mejoramiento de un producto, un proceso o sistema. Es una herramienta por el cual se intenta explorar nuevas oportunidades para su aplicación en un negocio determinado. Es una acción cuya aplicación correcta tiene como resultado la generación de riqueza material y espiritual. A menudo, entonces, la innovación es asociada con la producción de un nuevo conocimiento.

Otra de las definiciones relacionadas hace referencia a la innovación como un complejo proceso que lleva las ideas al mercado en forma de nuevos o mejores bienes y servicios. Se agrega, además, que la innovación consta de dos procesos: el primero asociado al conocimiento y el segundo dedicado a su aplicación para convertirlo en un proceso, producto o servicio que incorpore nuevas ventajas en el mercado. Ambos procesos son recursivos y se influyen uno al otro. En estas definiciones, por lo tanto, encontramos que está presente la noción de idea, cambio, novedad.

Como se puede desprender de las definiciones anteriormente revisadas, hay distintas tipologías de innovación. Estas tipologías se clasifican en: innovación administrativa, innovación técnica, innovación de proceso, innovación de productos, innovación radical e innovación incremental. La primera, correspondiente a la administrativa, involucra a la estructura organizacional y está directamente relacionada con las actividades básicas de una organización, en particular, a la gestión de dichas actividades. Este tipo de innovación se ve facilitada por la alta formalización y centralización (y un bajo nivel de profesionalismo).

En cuanto al segundo tipo, se encuentran las que tienen que ver con las técnicas de producción de bienes y servicios que están en proceso. También se relacionan con las actividades básicas de la organización, ya que se centra en el ámbito del método de producción. Este tipo de innovación se ve facilitada

por un alto nivel de profesionalismo y la baja centralización y formalización. Respecto de la innovación de procesos, corresponde a la introducción de nuevos elementos en los diversos procesos llevados a cabo en la organización, siendo diferentes en distintas etapas de desarrollo de un producto. Por otro lado, la innovación de producto son los nuevos bienes o servicios generados e introducidos para satisfacer la demanda y las necesidades de un mercado. Este tipo de innovación, por lo tanto, se refleja en productos y servicios que anteriormente no estaban disponibles para los clientes.

Las innovaciones radicales, por su parte, tienen relación con la reconceptualización de una organización. Este tipo de innovación generalmente se efectúa en tres niveles: producto (nuevas ideas o tecnologías), proceso (nuevos métodos de entrega de productos y servicios a los consumidores) y la combinación de ambos niveles. Por último, la innovación incremental hace referencia a la mejora de los productos, bienes, servicios y procesos ya existentes.

Otra tipología de innovación es señalada por Thompson (2004), quien indica que el concepto se debe clasificar en dos categorías principales de análisis: la primera correspondiente a la innovación creativa y la segunda a la innovación adaptativa. La creativa se define a la capacidad de la organización – o del emprendedor – para implementar y llevar a cabo tecnologías de innovación para la materialización de nuevos productos y servicios; mientras que la adaptativa tiene relación con la capacidad de utilizar nuevas ideas externas a la organización, de manera de adaptarlas para implementar cambios en el sistema de gestión de la misma, específicamente, en la relación sostenida al interior del sistema y sus componentes. Un enfoque adaptativo de la innovación es dirigido principalmente a las áreas estratégicas y de gestión de procesos en una organización, las cuales finalmente conducen a nuevas estrategias, a una nueva imagen y a nuevas estructuras organizativas.

Convencionalmente, la innovación es analizada como un proceso dividido principalmente en dos etapas: el primero consiste en el desarrollo y comercialización de un producto, bien o servicio (o de un nuevo proceso), mientras que la segunda estaría dada por la aplicación a nivel general, es decir, por la difusión de aquella innovación. Bajo este esquema, la evaluación se da

en el primer proceso, mientras que en el segundo corresponde a una etapa de asimilación de la información técnica desarrollada en la primera.

En general, el proceso de innovación parte por la detección de una necesidad y posteriormente se integra a la investigación y desarrollo, para la transferencia al territorio. Las ideas y conceptos se generan en cada una de las etapas (invención, innovación, difusión y sustitución). El proceso termina cuando éstas culminan en la utilización y comercialización de un nuevo producto, mejoramiento de uno, proceso o sistema. También es necesario destacar que, durante el proceso de innovación, en cualquiera de sus etapas, se producen interacciones entre los diversos elementos: científicos, tecnológicos, financieros, productivos, entre otros.

Según Jasso (2004; citado en Lala, Preda & Boldea, 2010), los elementos que, en general, componen un sistema de innovación son: los centros de investigación y desarrollo de instituciones públicas y privadas, provenientes del gobierno, las universidades, las empresas y las entidades con capacidad tecnológica pero sin ánimos de lucro; los recursos de innovación de las empresas, incluyendo sus laboratorios y centros de I + D; los establecimientos de formación a lo largo de vida en materia de capacitación; los organismos gubernamentales encargados de la promoción y de las actividades científicas y tecnológicas y su coordinación con las empresas; y, los mecanismos de financiamiento que puedan existir. De esta manera, se puede observar que dentro del sistema de innovación los entornos productivo, científico, tecnológico, financiero y educacional, relacionadas entre sí.

En síntesis, a partir de las definiciones y elementos analizados, se puede observar que el concepto de innovación comprende múltiples nociones vinculadas entre sí, tales como tecnología, técnica, competitividad, imaginación, crecimiento, atributos, capacidades, investigación, ruptura, recursos humanos, desarrollo, entre otros, los cuales le otorgan un amplio espectro de acción, dando como resultado el incremento del potencial y el crecimiento de comunidades, organizaciones y naciones enteras.

La investigación se direcciona específicamente a los grupos sociales Mapuche que de alguna forma se sienten insertados a la sociedad chilena, que

han estudiado en la zona y que comercializan sus creaciones a través de la innovación y el emprendimiento, respectivamente.

1.2.3. Estética

En cuanto a la relación entre estética y diseño, cabe señalar que este último constituye una actividad cultural y un espacio de reflexión lleno de preguntas fundamentales sobre la existencia humana, no sólo bajo las condiciones de producción industrial, sino de las necesidades humanas en cuanto a su concepción de la belleza y el arte, tanto en su contenido como en su forma. Se puede hablar de una estética del diseño, tal como lo menciona Valdés (2010) en la siguiente cita: “De la lectura de Heidegger se desprende que el Diseño en tanto proyecto, en tanto posibilidad, es condición de la existencia del hombre que en él se realiza y, en otro orden, que el Diseño y la Filosofía, si bien corresponden a distintas modalidades del pensar y del hacer, pueden ser recíprocamente iluminadores” (p.71).

La Estética, como concepto, es la parte de la filosofía que se encarga del estudio de la creación artística, a la cual en ocasiones se le denomina como creación formal. En general se le atribuye a Baumgarten como uno de los principios autores en el nacimiento, desarrollo y discusión sobre la noción de estética. En efecto, para este autor la Estética se define como el resultado de:

La diferencia entre los conceptos de *noētá* y *aisthētá*, que son viejas palabras griegas, asociadas a la “inteligencia” y “percepción”, respectivamente. El primero es asunto de la Lógica y el segundo debe ser asunto de una *epistēmē aisthētichē* (una ciencia de la percepción sensible). La Estética, para Baumgarten, tiene que ver con la información que recibimos a través de la percepción sensible y que tiene una naturaleza clara, pero imprecisa (Del Valle, 2011, p. 317).

Para Baumgarten la estética constituye una fuente de significados y sentidos, las cuales no se refieren a una totalidad, sino que acercan a lo particular e individual, a lo elemental. Con esta noción, el autor completa la imagen del ser humano, en la medida que nos dice que éste no es sólo un sujeto racional abstracto, sino también un sujeto racional sensible. De esta

manera, el autor incorpora al sistema filosófico la noción de estética para ofrecer un análisis completo y acabado del ser humano. Así la estética:

En tanto claridad sensible, lo que demanda la Estética es un *dispositio naturalis ad perspicaciam*... Para Baumgarten, la Lógica, en tanto doctrina del pensamiento, ha cumplido ya con su misión. Su *Metaphysica* ha dado cuenta ya del andamiaje conceptual del mundo. La *Aesthetica* debe ahora hacer lo mismo en relación con la sensibilidad. Debe desarrollar los mecanismos para estimular la representación sensible y vital del mundo y del ser humano dentro del mundo, de tal manera que el ser humano sea capaz de desarrollar una imagen bella (es decir, rica en detalles y sugerente), por tanto perfecta, de su representación de las cosas en el mundo. La mejor expresión de tales imágenes bellas y perfectas se da en el arte. De allí que también sea descrita la Estética como Ciencia de las Bellas Artes (Del Valle, 2011, p. 323).

Tal como está planteada en la cita anterior, la belleza es definida como la perfección del conocimiento sensible. Por lo tanto, si la belleza estética está acompañada de la riqueza de los detalles y de un mensaje descriptivo en cada uno de esos detalles, entonces su perfección está relacionada con la armonía de los elementos en la multiplicidad de la representación. Nos ofrece claridad desde lo particular y nos habla desde la sensibilidad hacia una comprensión general de los fenómenos. Así, Baumgarten, a través de la noción de estética, libera a la sensibilidad y a la percepción de su rol meramente subordinado en términos cognitivos a las facultades superiores del pensamiento y capacidad humana en materia de conocimiento:

De la mano con esta liberación viene además la pretensión de otorgarle a la sensibilidad una verdad propia, una que, como vimos, preste atención a lo especial, a lo único, a lo individual, en tanto individual. Se puede decir que la *Aesthetica* de Baumgarten está dedicada a encontrar un balance entre lo general y lo particular. La búsqueda de tal balance nos ofrece, a su vez, una imagen distinta del ser humano, una que pretende reconciliar al ser humano tanto con su corporalidad e individualidad, como con el mundo en el que habita, en la medida en que busca cerrar el abismo entre lo inteligible y lo sensible, entre su voluntad de

ordenar y gobernar el mundo y su estar en el mundo (Del Valle, 2011, p.326).

En consecuencia, en la tradición académica occidental, las aproximaciones académicas a la noción de estética como objeto de estudio han estado vinculadas al arte y al diseño. Es decir, en diversas disciplinas de las ciencias sociales y humanas se ha analizado a la estética como un concepto filosófico que está esencialmente vinculado y relacionado a la bella y a su conexión con el arte. Para Labrada (1983):

Si la definición que BAUMGARTEN da de la estética como «ciencia del conocimiento sensitivo» ha pasado inadvertida en ocasiones, es por la falta de contextualización en el terreno gnoseológico que le corresponde. Lo que la palabra ciencia significa para Baumgarten es la necesidad de un conocimiento sensitivo perfecto, bien entendido que la perfección que se reclama no corresponde a la consideración del objeto sino al conocimiento mismo (Labrada, 1983, p. 70).

Para Santayana (2006), la estética es la ciencia de la expresión; una expresión que está definida en sí misma como idéntica a toda forma de percepción, intuición o síntesis imaginativa. Esta estética también incluye la teoría del habla y de la percepción activa. Además, agrega de manera crítica sobre la noción del término:

Hoy en día el término “Estética” no es sino una palabra imprecisa, últimamente aplicada en círculos académicos a todo lo que tiene que ver con objetos de arte o con el sentido de la belleza. El hombre que estudia la pintura veneciana está ocupado estéticamente; al igual que el que experimenta en un laboratorio con la división más agradable de una tira de papel blanco... (Santayana, 2006, p.71)

A modo más general, la estética es aquella rama de la filosofía que trata de los problemas relacionados con lo originado por la percepción. En general el término aparece relacionado con la filosofía del arte y con la filosofía de la belleza. En el caso del primero, la teorización de la estética se ha vinculado con las grandes obras de arte desarrolladas a través de la historia, mientras que en

el segundo caso se la teoriza con los sentimientos y emociones humanas. A juicio de Trías (1949), la estética como objeto de estudio:

Se designa, en primer lugar, con el nombre de Estética al conjunto de todas aquellas reflexiones que tienen alguna relación con el arte bello y con la belleza. Así se considera como integrante de la Estética la Crítica del arte, la Historia del arte, las preceptivas, etc. Partiendo de ahí se define entonces la Estética como "teoría del arte y de la belleza. En segundo lugar, se considera como objeto de la Estética la reunión, también por yuxtaposición, de los temas relativos al arte y a la belleza que son tratados como cuestiones parciales por las otras disciplinas filosóficas. El objeto es siempre la belleza y el arte como en el caso anterior, sólo que en este caso se exige que sean tratados filosóficamente, es decir, buscando su razón última de ser (Trías, 1949, p.1553).

Se destaca, que la estética no sólo está comprendida por la belleza, sino que también engloba otras categorías de las cuales la belleza es sólo una de ellas. Para Heidegger (2000), la estética es el "saber acerca del comportamiento humano sensible (sinnlichen) relativo a las sensaciones (empfindung) y a los sentimientos (gefühl), y de aquello que lo determina" (p.82).

En el caso de Zátanyi (2002), la estética es el ámbito en donde se conectan los entes sensibles físicos con los valores; para la autora el conocimiento estético nos lleva a unir el sentido con valores y sentimientos del ser humano y no solamente como un sujeto puramente abstracto y racional. Para Lemcke (1945) "la estética, o sea la doctrina de las percepciones y sensaciones sensibles, abarca el dominio total de los fenómenos en cuanto provocan éstos, por su forma o su modo de presentársenos, nuestro sentimiento de agrado desagrado (p.13).

Por otro lado, y bajo una perspectiva reduccionista, Oliveras (2004), indica que "la estética no estudia todo tipo de representación sensible del ser humano en su experiencia, sino aquella que la obra de arte concreta" (p.23). Así la noción muchas veces es confundida con disciplinas vinculantes como la

crítica al arte, la poesía, la música, etc. A juicio de Zátanyi (1998) “ la estética es un saber, que desde la filosofía, permite al hombre entender las áreas y profundidades generadas por el arte, también lo es para crear nuevas y mayores áreas, y nuevas y mayores profundidades.”

Como se puede observar, la noción o el concepto de estética nace a partir de la distinción entre el término *noetha* y el término *aistheta*. El primero correspondiente a los hechos que provienen del pensamiento, y el segundo, a los hechos provenientes de la sensibilidad. De esta manera se distinguen dos tipos de clases de conocimiento: el racional y el sensible. Y una jerarquía entre ambos. El racional sería superior, y el sensible, inferior. Para autores como Baumgarten la estética es una ciencia de lo bello y del conocimiento sensible; es decir, para él las cosas conocidas y objetivas lo son, por objeto de lógica, de una facultad superior, mientras que las cosas percibidas no son objetivas, por lo que son resultado de una facultad inferior como su estética.

1.2.4. Concepto de cultura.

La cultura conforma los rasgos distintivos de un grupo, ya sea, una sociedad, un pueblo, o como en este caso en particular, una nación. Los rasgos que la distinguen proceden de diferentes ámbitos. Por mencionar algunos; rasgos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos. Así como también abarca los estilos de vida, los valores, los derechos de ciudadano, tradiciones y creencias.

Según Jorge Fernández Chiti, (Artesanía, Folklore y Arte Popular, 2003). también se podría definir cultura como “la simbólica de un pueblo o país”, compuesta por sensaciones que captamos con nuestros sentidos.

Lo anterior permite deducir que la cultura le otorga al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo y sobre su entorno. Es así como este se resuelve como un ser específicamente humano, racional, crítico y éticamente comprometido. Capaz de expresar emociones, que cuestiona sus logros y fija metas de acuerdo a su criterio.

“La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo” (Verhelst, 1994: 42).

Entonces, así va funcionando una cultura y las relaciones de los grupos sociales se inscriben en primer lugar en la representación que cada uno de los individuos se hace del otro.

En cuanto a la relación entre sociedad y cultura, se pueden encontrar diversos aportes desde la Antropología y la Sociología. En este sentido nos situaremos desde una perspectiva sistémica y hermenéutica para el análisis de la cultura dentro de la sociedad. En consecuencia, algunos autores del área de las ciencias sociales, han desarrollado categorías analíticas para una síntesis entre una teoría de la sociedad en relación a una teoría cultural. Parsons, uno de los fundadores del análisis teórico de los sistemas sociales, señalaba que la cultura opera tanto a nivel micro como macro, en el que, al nivel del estudio de las interacciones sociales, ésta cumple con el rol de resolver el problema de la doble contingencia o doble complementariedad entre *Alter* y *Ego*. Esto porque la cultura da cuenta de marcos valóricos y estándares comprensivos entre las personas para el establecimiento y el desarrollo de interacciones.

Por otro lado, a nivel macro, según Parsons, la cultura aparece como un elemento significativo e indispensable en los distintos sistemas de acción que configuran el todo social. En efecto, los sistemas sociales se constituyen en un entorno estructurado por otros sistemas de acción, en el que el sistema cultural es uno de ellos. Los límites de un sistema social se definen, para el autor, en función de sus relaciones recíprocas con la personalidad del individuo, el organismo conductual y el sistema cultural. La cultura cumple con la función correspondiente al mantenimiento de patrones (o latencia). Y se la puede entender de manera analítica de dos maneras: como un subsistema del sistema social y como un sistema social en particular

El sistema cultural, como sistema social desde un punto de vista sistémico, se compone de símbolos y significados que proporcionan a los

actores normas y valores que dan sentido a la acción. De esta manera se generan, estabilizan y reproducen las motivaciones de los individuos en función de pautas y tradiciones. Esto es posible través del proceso de socialización de las normas y valores que se entienden sólo en el marco de una determinada sociedad (internalización y posteriormente institucionalización). Así, los actores desarrollan características apropiadas para el sistema, reduciendo las posibilidades de tensión entre ellos. La familia y la escuela son los agentes socializadores esenciales de este proceso, para el mantenimiento y la preservación de los valores sociales y las tradiciones.

El sistema cultural, en consecuencia, constituye el principal elemento de vinculación entre los sistemas de acción social, basado en la semejanza de valores y creencias, formas de ser y actuar, tradiciones y pautas de comportamiento, que se realiza a través del proceso de socialización. La sobrevivencia de un sistema social depende, por ende, del grado de coherencia con el sistema cultural. La cultura se internaliza en el sistema de personalidad y luego se institucionaliza como pautas en el sistema social. Una sociedad diferenciada requiere el desarrollo de valores que incorporen y regulen los diferentes subsistemas, para mantener la integración en la diferenciación funcional de cada una.

En el caso de otros autores como Luhmann, el concepto de cultura se entiende en relación a los 3 grandes sistemas sociales definidos en base a la teoría de la diferenciación funcional-estructural: interacciones, organizaciones y sistemas parciales. La sociedad es el conjunto de estos tres tipos de sistemas sociales, los cuales se caracterizan por ser sistemas autorreferenciales, autopoieticos y operacionalmente cerrados (reproducen por sí mismo los elementos propios y estructuras propias que la reproducen), que se constituyen como *diferencia* respecto a un entorno complejo y sus elementos constitutivos son las *comunicaciones*.

Las comunicaciones, como el átomo del todo social, se refieren recursivamente así mismas: toda comunicación se refiere a sus propios presupuestos comunicativos. Revisemos brevemente cada uno de los 3 sistemas sociales mencionados y su relación con la noción de cultura, principalmente, desde el punto de vista de Luhmann.

La sociedad se compone particularmente de tres tipos de sistemas: interacciones, organizaciones y sistemas parciales. El elemento constitutivo de cada una de ellas es la comunicación. Esta es genuinamente social: presupone la participación de al menos 2 sistemas psíquicos y como unidad no puede ser imputada a ninguna conciencia en particular. Así no existe sistema social que no tenga como operación propia la comunicación y no existe comunicación fuera de los sistemas sociales. Se sitúa, por lo tanto, por encima de los estados psíquicos divergentes. Los sistemas sociales se sirven de ella como modo particular de reproducción autopoietica (como red de comunicaciones): se reproducen recursivamente y no pueden existir fuera de esa red. En otras palabras, la autopoiesis de los sistemas sociales implica la reproducción de sus componentes y estos son las comunicaciones.

Las interacciones suponen la presencia física y la percepción de ella por parte de los participantes de la comunicación (alter y ego). Quien no está presente en ésta no participa directamente de este sistema social, por lo que su duración sólo se mantiene mientras permanezcan físicamente alter y ego. Las interacciones se constituyen solo cuando los individuos presentes perciben que se perciben mutuamente, en el que cada uno percibe que es percibido: en la base de la comunicación. Son sistemas que contribuyen a la realización de la sociedad y de los sistemas parciales que la componen. Es el más simple de los sistemas sociales. La cultura en este nivel micro tiene como función mantener temáticas disponibles y permanentes para la comunicación de dichas interacciones.

La cultura en las interacciones sociales produce una reducción de complejidad, teniendo como principal función disponer de temas disponibles en común para la realización de la interacción (comunicación) y estableciendo un esquema binario de temas y aportes a dichas temáticas, basado en la valoración de lo correcto/incorrecto por parte de cada uno de los participantes de la interacción. Este nivel micro sólo constituye una parte del concepto de cultura, dado que, en el plano organizacional y social, la cultura cumple otro tipo de función diferente. En este sentido, las interacciones y los sistemas sociales no son homologables entre sí: la sociedad es el entorno de las

interacciones y ninguna interacción puede contener todas las comunicaciones posibles, mientras que la sociedad en su conjunto sí.

Las organizaciones son sistemas sociales como las empresas, las asociaciones, clubes, partidos políticos, juntas de vecinos, entre otros. Se constituyen en torno a reglas de reconocimiento (selección de integrantes y roles y tareas/funciones) que le permiten identificarlo con su propia estructura particular. De esta manera, los elementos mínimos constitutivos de las organizaciones son decisiones como tipo particular de comunicaciones autopoiéticas. Es decir, las organizaciones elaboran decisiones a partir de las decisiones previas que la componen. En consecuencia, la cultura en este tipo de sistemas se denomina cultura organizacional y se define como el conjunto de premisas (comunicativas) indecibles para la toma de decisiones en la organización.

En las organizaciones, la especificación de las posibilidades de decisiones opera a través de premisas decisionales, tales como: programas (permiten evaluar la corrección de las decisiones); vías de comunicación (canales) y personas como miembros (atributos y características como roles, conocimientos, competencias, capacidades y reputación). Así, en este tipo de sistema social la membresía es el elemento que define sus límites y las decisiones su comunicación dominante. La cultura de una organización se la entiende, por lo tanto, como la estructura latente (trasfondo) de aquellas premisas indecibles de decidir, que configuran el actuar de ella a través del tiempo.

A nivel macro o de los sistemas parciales (política, economía, religión, derecho, arte, educación, ciencia, familia, medicina o salud) y, finalmente, de la sociedad, la cultura cumple la función de proveer de un sentido a la comunicación específica que se da en cada sistema social a través del tiempo, como mantenimiento (o latencia) y como memoria de una sociedad. La cultura es, bajo esta mirada, la memoria de los sistemas sociales, particularmente, del sistema social denominado sociedad. La cultura es, en otras palabras, la forma del sentido de la recursividad de la comunicación social (Flores, 2009). La cultura significa una expresiva de representación del mundo anclada en el todo

social e implica comparación cultural y relativismo histórico en diversos contextos.

Como perspectiva sistémica, la cultura constituye un medio de comunicación, como forma específica que adopta la comunicación social. Los medios de comunicación en general tienen como finalidad la función de hacer “probable” la comunicación en la sociedad (y sus componentes: información-expresión-comprensión entre los sistemas sociales). La cultura hace probable la improbabilidad de latencia en la sociedad, facilitando la construcción de pertinencia y de memoria colectiva, de valores y normas. La cultura como medio de comunicación permite construir memoria en base a lo que la sociedad ha de recordar y olvidar, siendo un producto de la autopoiesis de estos sistemas.

Por otro lado, desde un punto de vista antropológico y etnográfico, y sostenida en la investigación sobre los pueblos indígenas, la cultura se define en función de dos características esenciales: cosmovisión y normas-valores. La primera correspondiente a una religión y creencias compartidas, así como mitos y modelos de personajes arquetípicos y ancestrales, en conjunto con una identidad y visiones compartidas sobre el comportamiento de los individuos y una memoria colectiva con historia propia. La segunda referida a reglas de parentesco (alianzas matrimoniales deseables, definición de roles), rituales y ceremonias (para solemnizar vínculos e identidades), principios de reciprocidad (horizontal y vertical), normas de conducta correcta (en general y para los líderes) y premios y castigos culturalmente definidos (aceptación/ostracismo, prestigio/repudio, honra y status).

El concepto de cultura está asociado a todo aquel conocimiento, tradición, costumbre o hábito inherente a la persona en sociedad y/o en comunidades; es todo un complejo que comprende una serie de conocimientos, creencias, artes, costumbres, derecho y moral, adquiridos por las personas en tanto miembro de un grupo, sociedad o comunidad. Son sistemas simbólicos compartidos resultado de las acumulaciones creativas de la mente (Strauss & Corbin, 1998) humana, que trasciende a los actores individuales. Son representaciones colectivas que reflejan y relevan las estructuras y procesos de las mentes individuales de la cual emergen (Molano, 2007). Otra definición

tiene relación con el conjunto de los modos de vida y costumbres, conocimientos y nivel de desarrollo artístico, económico, industrial y científico alcanzando por un grupo social.

En esta líneas, además, encontramos la siguiente definición de cultura: “La cultura, en su dimensión de universal expresión de la naturaleza humana, es la abstracción de las formas culturales reales, y aun las posibles, cuyos fenómenos concretos, sus modalidades de transmisión, reproducción y cambio, sus rupturas y contradicciones, sus mecanismos más ocultos de generación simbólica y sus conexiones directas o mediadas con las interacciones sociales, constituyen el objeto siempre desafiante que perseguimos en nuestra profesión”. (Gorosito Kramer, 1997).

Según la UNESCO (2001). La cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de creencias y tradiciones. Bajo esta definición, la cultura es identidad y diversidad, pero también es economía, dado en la medida en que las sociedades y comunidades expresan su cultura por medio de la producción de bienes culturales a nivel local y territorial.

Como se ha podido observar, si bien existen diversas definiciones del concepto de cultura, cabe señalar que la mayoría coincide en que cultura es lo que da sentido a la vida del ser humano: sus costumbres, tradiciones, fiestas, conocimientos, creencias, valores y moral. La cultura en los sujetos/individuos y en las comunidades o grupos sociales generan: un modo de vivir, un vínculo de cohesión social, creación de riqueza cultural y económica, equilibrio territorial en el marco de la sustentabilidad. Es algo vivo compuesto tanto por elementos heredados del pasado como por factores externos inmediatos e inventadas en el ámbito local.

La cultura, entonces, tiene funciones sociales. Una de ellas tiene relación en proporcionar una estimación de sí mismo, lo cual es una condición indispensable para cualquier tipo de desarrollo, sea personal o colectivo. A su vez este concepto está vinculado a las siguientes nociones: diversidad,

contenido, expresiones y actividades, bienes y servicios culturales e interculturalidad.

Por diversidad cultural, se entiende a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se manifiestan dentro y entre los grupos sociales, comunidades y sociedades. Por otro lado, por contenido cultural se entiende todo aquel sentido simbólico que engloba la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las actividades e identidades culturales que la expresan. En tanto que expresión cultural son todas expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos, comunidades y sociedades, que poseen un contenido identitario. Respecto de las actividades o bienes/servicios culturales son los que encarnan o transmiten expresiones culturales, independientes del valor comercial que puedan tener.

Por último, por interculturalidad se entiende como la presencia e interacción equitativa de las diversas culturas, junto a la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas entre ellas, en un marco adquirido de respeto, reconocimiento y valoración mutuas.

Estas definiciones, en consecuencia, se adaptan al enfoque antropológico y etnográfico de la presente esta investigación y hacia la mención de la llamada cultura en los pueblos originarios, que se encuentra en el desglose de la artesanía.

1.2.5. Identidad e Identidad Cultural

En general, el concepto de identidad aparece asociada a la noción de cultura. En rigor no es un concepto fácil de definir, dada sus múltiples aplicaciones en el campo de las ciencias sociales. Una caracterización etimológica del término tiene relación con la palabra *idem*, que significa lo mismo, y con la palabra *entitas*, que significa *entidad*; en síntesis: la misma identidad a través del tiempo. En latín nos referimos a *identidem*, que se define como repetición una y otra vez de lo mismo. Como constructo la identidad se refiere a un “yo” permanente que permanece o perdura a través del tiempo.

En otras palabras, en términos etimológicos, el sentido originario filosófico (lat.: idem = el mismo) está dado por la igualdad de algo mismo; el principio de identidad es fundamento de toda lógica. El primer significado de identidad se encuentra en las tradiciones metafísicas escolásticas y aristotélicas que la concebían como uno de los principios fundamentales del ser y como una ley lógica del pensamiento. El principio ontológico de identidad o de “no contradicción” afirma que todo ser es idéntico consigo mismo y, por lo tanto, “una cosa no puede ser y no ser al mismo tiempo y desde un mismo punto de vista”. Lógicamente hablando el principio de identidad establece que dos proposiciones contradictorias no pueden ser falsas o verdaderas al mismo tiempo y que una idea contradictoria (por ejemplo un círculo cuadrado) no tiene sentido.

En autores como Tughendat (1999), se observa como el significado de identidad deja de lado la mismidad individual y se refiere a una cualidad o conjunto de cualidades con las que una persona o grupo se ven íntimamente conectados. De esta manera la identidad tiene que ver con el cómo los individuos y grupos se definen a sí mismos al querer relacionarse, identificarse con ciertas características. Con este concepto de identidad cualitativa Tughendat ha destacado el carácter subjetivo de las cualidades que constituyen la identidad y el hecho de que ellas pueden cambiar. Para Tughendat la mayor parte de la literatura sobre temas de identidad, ha estado afectada por una confusión entre identidad individual e identidad cualitativa (o colectiva) y que sólo esta última es una conceptualización adecuada.

De esta manera, la concepción filosófica moderna del concepto de identidad tradicionalmente se ha basado en la creencia de la existencia de un sí mismo, o centro interno, que emerge con el nacimiento, como un alma o esencia, y que permanece fundamentalmente igual durante toda la vida. Desde Marx en adelante, muchos sociólogos y psicólogos sociales (tal como lo indica George Mead) han desarrollado una concepción alternativa de acuerdo con la cual las expectativas sociales de los otros juegan un rol fundamental en el proceso de identificación con algunas cualidades. De este modo, la idea de un sujeto producido en interacción con una variedad de relaciones sociales llegó a ser crucial (Cuché, 2002).

Así, como categoría social, la identidad es un proceso subjetivo y frecuentemente autoreflexivo por el que los sujetos definen sus diferencias con respecto a otros mediante la auto-asignación de un conjunto de atributos culturales relativamente estables en el tiempo. En este sentido, el concepto de identidad hace referencia a sujetos y comunidades con memoria individual y colectiva y con un elemento esencial: no existe cultura sin sujeto/comunidad, ni sujeto/comunidad sin cultura. De esta manera, se puede observar que existe un estrecho vínculo entre identidad y cultura, dado que el primero se construye a partir de los elementos que componen el segundo. La identidad de un sujeto o de un conjunto de ellos es el resultado del proceso de socialización de la interiorización cultural, la cual al momento de objetivarse sirve para diferenciarse del otro (sujetos, grupos o comunidades).

Identidad y cultura son dos categorías ligadas de alguna forma por el pensamiento social, marcadas por una tensión entre la universalidad y la particularidad de su forma y esencia. Ya que la identidad es un aspecto de formación y relevancia de la reproducción de la cultura, de algún modo es la misma cultura pero sumergida en individuos, sujetos y así apropiada bajo la forma de una conciencia de sí, dentro de un contexto definido en el que se comparten significaciones. La identidad como tal carecería de sentido sin la existencia de interacción social. Esto, porque todo proceso de interacción se concreta por medio del intercambio de representaciones simbólicas compartidas que definen sus modos de ser.

También cabe señalar que existen identidades personales y colectivas. Éstos dos tipos de identidades están interrelacionadas y se necesitan recíprocamente. No puede haber identidades personales sin identidades colectivas y viceversa. Lo que significa que no pueden ser concebidas aparte y sustancializadas como entidades que pueden existir por sí solas sin una referencia mutua (Cuché, 2002; Larraín, 2003). Esto, debido a que las personas no pueden ser consideradas como entidades aisladas y opuestas a un mundo social concebido como una realidad externa. Los individuos se definen por sus relaciones sociales y la sociedad se reproduce y cambia a través de acciones individuales. Las identidades personales son formadas por

identidades colectivas culturalmente definidas, pero éstas no pueden existir de forma separada a los individuos (Larraín, 2003).

Al construir sus identidades personales, los individuos comparten ciertas afiliaciones, características o lealtades grupales culturalmente determinadas, que contribuyen a especificar al sujeto y su sentido de identidad (Larraín, 2003). Implícita en esta afirmación está la idea de identidades colectivas tales como género, clase, etnia, sexualidad nacionalidad etc., Son formas colectivas de identidad porque se refieren a algunas características culturalmente definidas que son compartidas por muchos individuos. En consecuencia, las identidades colectivas son continuamente recreadas por individuos a través de los mismos medios por los cuales ellos se expresan a sí mismos como actores con una identidad nacional. De allí que una identidad colectiva sea el medio y el resultado de las identidades individuales a las que recursivamente organiza (Giddens & Sutton, 2015).

El concepto identidad va definido con respecto al trabajo realizado en campo con las emprendedoras de la región, ya que ellos definen su cultura ancestral como una denominada identidad local, delimitada por el espacio geográfico y sus prácticas como Mapuche.

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (González Varas, 2000: 43).

La identidad es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar por lo general localizada geográficamente, pero no de manera necesaria.

“La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración”.

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro. Molano, O. L. (2007).

La identidad cultural, por lo tanto, se comprende a través de las definiciones de cultura y de sus cambios y evolución en el tiempo. El concepto representa un sentido de pertenencia a un grupo social, a una comunidad o a una sociedad determinada, en donde se comparten rasgos culturales, valores y creencias comunes. Cabe señalar que la identidad no constituye un concepto fijo, sino que se nutre y recrea individual y colectivamente, y se alimenta de manera continua desde el entorno. La identidad surge como diferenciación, como reafirmación frente al otro (comunidad, grupo, sociedad o sujeto) y está vinculada estrechamente a la noción de territorio. Así, la identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente por múltiples elementos como su cultura, la lengua, los mecanismos de comunicación entre los miembros de esa comunidad o grupo, los tipos de relaciones sociales, los ritos y ceremonias propias y los comportamientos colectivos reflejados en el sistema de valores y creencias.

Un elemento distintivo de la identidad cultural, en relación a los aspectos mencionados anteriormente, es un carácter inmaterial e inmutable, anónimo, dado que son producto de la colectividad de la cual emergen y permanecen a través a del tiempo. En consecuencia, la identidad es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social específico o a un grupo o comunidad de referencia. Generalmente esta colectividad es posible ubicarla en términos geográficos, aunque no siempre es así (tal como ocurre en el caso de los refugiados, desplazados o migrantes). Sus manifestaciones culturales se expresan con una intensidad significativamente mayor a las actividades cotidianas de todo ser humano, con el fin de reafirmar dicha identidad.

Ejemplos de identidad cultural ello son las manifestaciones de danza, festividades, artes, ritos, procesiones, música, que tienen como finalidad la construcción continua de la identidad de una comunidad. Y que ha recibido el nombre de patrimonio cultural inmaterial. La identidad sólo es posible cuando se manifiesta a partir del patrimonio cultural que existe de antemano y su

existencia es independiente de la existencia individual. Esta identidad implica que las personas o sujetos se reconocen históricamente en su propio entorno físico, social y espiritual y es ese carácter activo lo que le da vida y continuidad a dicha identidad cultural.

De esta manera, patrimonio e identidad cultural no son elementos estáticos, fijos en el tiempo, sino que constituyen entidades dinámicas, que están sujetas a permanentes cambios, condicionadas por las actividades de la comunidad y de los factores del entorno y su continua retroalimentación. En consecuencia, la identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin memoria, sin la capacidad de autorreconocimiento de una comunidad o pueblo originario de su pasado y de los elementos simbólicos que le son propios, los cuales le ayudan a proyectar su futuro.

Cada identidad cultural demanda una diferente cantidad de compromiso por parte de cada miembro, y este compromiso puede variar en el tiempo. Las identidades culturales no son estáticas, pueden declinar o desaparecer, tal como se ha indicado. Pueden coexistir y no son mutuamente excluyentes. En la construcción de las identidades personales siempre concurre un buen número de ellas en varios grados de intensidad. Pero no todas ellas son estrictamente necesarias del mismo modo. La identidad cultural se puede mostrarse a través del discurso de la comunidad, el cual interpela a los individuos para que se identifiquen con él, por medio de las narrativas presentes en las historias nacionales, en la literatura, en los medios de comunicación y en la cultura popular.

Se cuentan como elementos de la identidad los eventos históricos gloriosos, las comidas, las imágenes y los rituales, pero también “tradiciones inventadas” que pretendiendo ser muy viejas tratan de expresar de una manera simbólica la continuidad con un pasado glorioso. Otro elemento de relevancia es el énfasis en el origen inmemorial de las tradiciones (guerra de Arauco). Esto casi siempre se relaciona con un mito fundacional en el cual se hace referencia a una raza pura y original de dónde vienen todas las virtudes. Por otro lado, la identidad se manifiesta a través de la música, las novelas de la televisión y especialmente a través de la narrativa y la poesía.

Bajo una mirada culturalista, el acento en la identidad cultural es derivada del proceso de socialización del sujeto respecto de su grupo de pertenencia. Se trata de un proceso de interiorización de los modelos culturales ya establecidos en la comunidad. Así la identidad se observa consustancial a una cultura en particular, esto es, preexistente al individuo. En consecuencia, desde aquella mirada o visión etno-cultural, la pertenencia a un grupo constituye la principal y más importante de todas las pertinencias sociales. Esto porque en ella se crean los vínculos más determinantes, las emociones compartidas más relevantes y las solidaridades más profundas, fundadas en una historia y genealogía común, inherente al grupo de pertenencia.

La identidad cultural, en definitiva, no es solamente atributos individuales de un sujeto en particular, sino que también constituye un sentimiento de identificación con una colectividad más o menos imaginaria, pero que, a su vez, presenta un vínculo geográfico más o menos localizado en un lugar o territorio específico. Lo relevante son las construcciones sociales que los sujetos efectúan y que son irreductibles a sus pensamientos individuales. La identidad cultural es una construcción social que se actualiza constantemente, que presenta memoria y que a ojos de sus miembros presenta símbolos y significados que los definen como tal.

Así la identidad cultural se construye y reconstruye constantemente en las interacciones sociales de los miembros de un grupo social o de una comunidad o sociedad. La identidad es un asunto de ser y de llegar a ser. No es algo que ya exista sin mayores cambios a través de la historia. Como se trata de un elemento social e histórico, todas las identidades presentan transformaciones constantes. Implica mirar el pasado de manera crítica y el futuro como proyecto, con énfasis en las relaciones sociales. Por lo tanto, no hay una identidad cultural en sí, ni únicamente para sí. En cierto sentido, la identidad es siempre un compromiso, una relación dialéctica entre una auto-identidad definida por sí y una hetero-identidad o exo-identidad definida por los otros.

Es importante definir el concepto de identidad cultural, ya que, en el trabajo de campo, las emprendedoras hablan y hacen constante mención a lo que dignifica la identidad de su pueblo originario como tal, específicamente el

ser Mapuche y poder diseñar y producir un producto o servicio de comercialización para la sociedad. La identidad de los Mapuche se ve reflejada en el trabajo de productos, ya sea en los materiales presentados anteriormente, y sobre todo en el diseño de la simbología de la etnia.

Los elementos de la identidad se elaboran a través del servicio que ellos como emprendedores quieren ofrecer, ya sea en utensilios para la alimentación, muebles para vivienda, ornamentos básicos, joyas en el caso de la platería, indumentaria con el telar y textilería, e instrumentos para cocinar en el caso de la greda y cerámica. La identidad se ve reflejada también en la elección de los elementos en los diseños de productos ornamentales, por ejemplo, en la flora y fauna local del sector, lo cual se ve en la creación de aves típicas de origen, flores, acciones y situaciones cotidianas del pueblo Mapuche.

Al definir identidad, resulta fundamental distinguir elementos identitarios de la etnia Mapuche, específicamente de la zona de investigación, región de La Araucanía, Chile. No se debe olvidar que los Mapuche están presentes a lo largo y ancho del país, pero además en la zona centro – sur de Argentina, en menor densidad.

La identidad de la cultura mapuche se manifiesta, a través de la recuperación de sus elementos originarios, ya sean acciones, rituales, artesanía, los cuales han sido heredados por generaciones.

La memoria histórica, su recuperación, preservación y reproducción, constituyen un elemento central en el surgimiento y desarrollo del nuevo movimiento mapuche, toda vez que articula el puente entre un antes y un después y, además, agencia la resistencia identitaria y la demanda autonómica. Asimismo, posiciona una memoria alternativa a la memoria dominante, una memoria ancestral a una memoria reciente, como lo es la chilena. De esta manera, el movimiento mapuche pareciera no solamente erigir, de manera sistemática, una narrativa distinta a la oficial, sino que también intentar minimizar la posibilidad del Olvido. Tricot, T. (2009).

El movimiento mapuche no se circunscribe a invocar el pasado para desobstruir el tránsito de la memoria histórica impuesto por la auto-denominada sociedad mayor, o reivindicar el legítimo derecho a una narrativa alternativa,

sino que en proponer la re construcción del Mundo y País mapuche como una necesidad en tanto pueblo distinto en condiciones históricas cualitativamente diferentes. Además, se trata de desplazar las fronteras de la memoria para fortalecer las fronteras identitarias, culturales y territoriales ante la usurpación de la cual han sido objeto. Tricot, T. (2009).

En síntesis, en el campo de las ciencias sociales, el concepto de identidad se caracteriza por su polisemia y múltiples miradas, al igual que en el caso del concepto de cultura. La identidad es un concepto que articula lo psicológico, lo social y lo cultural del sujeto. Expresa el resultado de las diversas interacciones de este con su entorno social, lejano y cercano. Así mismo, todo grupo o comunidad también está dotado de una identidad que corresponde a su definición social, la cual permite situarlo en un determinado lugar y contexto.

La identidad cultural y social es al mismo tiempo inclusión y exclusión: identifica a un grupo (son miembros quienes comparten determinadas creencias, valores, normas e historicidad, entre otros elementos mencionados anteriormente) y lo distingue de otros grupos o comunidades (cuyos miembros son distintos de los primeros bajo los mismos elementos señalados). En este sentido, la identidad cultural constituye una modalidad de categorización de la distinción nosotros/ellos, basada en la diferencia cultural. La identidad cultural, por lo tanto, es siempre una relación con el otro diferenciada (Larraín, 2003).

1.2.6. Artesanía

Frente a estudios locales, en la indagación con las emprendedoras de la zona, se encontró con un predominio de artesanos, para esto existen los artesanos orfebres, artesanos talabarteros, y lo mismo para cada material que se ha escogido para la investigación de esta tesis.

Por lo tanto, es necesario definir el concepto de artesanía dentro del contexto de estudio, y artesano, solo a modo de encausar la investigación y considerar el contexto actual de la indagación y construcción de datos.

La artesanía, como producto folklórico, ha conformado rasgos distintivos de nuestra identidad, como individuos y como colectivo. Ese proceso ha estado determinado por el medio ambiente y la realidad cultural, social y económica. Las creencias, artes, valores, prácticas y tradiciones que se transmiten de generación en generación, sugieren una memoria que vive el presente poniendo en valor las experiencias ancestrales en la cotidianidad de su quehacer. Navarro Hoyos, S. (2017).

Como indica el autor con anterioridad, es importante el rescate de los valores y creencias que hace el artesano como tal, ya que tiene la capacidad de poder sintetizar los rasgos identitarios de su cultura y plasmarlos en una pieza de diseño. Haciendo énfasis también en el hecho de comercializar este producto o servicio que ha realizado, foco de interés en el análisis de este trabajo de tesis doctoral.

La artesanía se define desde tres dimensiones:

El artesano, como creador y constructor de cultura.

La actividad artesanal, como proceso en el que se aplican técnicas y prácticas artesanales tradicionales y contemporáneas y como proceso productivo que provee medios de vida al artesano. El concepto de artesanía ha evolucionado de forma diversa a lo largo de la historia y ha adoptado diferentes definiciones. En la actualidad, su definición sigue siendo heterogénea pudiendo ser analizada desde diferentes perspectivas. El producto artesanía, como expresión de identidad y de la cultura autóctona nacional, regional y local. Navarro Hoyos, S. (2017).

Aquí se encuentran algunos conceptos que de alguna forma dan cauce a la investigación, ya que se mezclan términos como artesanía, artesano, cultura e identidad, aspectos relevantes en base al análisis que se propone más adelante en los objetivos de la investigación.

Es por lo anterior que la artesanía como tal se define en este contexto de análisis a modo de comprensión para el lector sobre la situación que viven las emprendedoras de la zona, denominados artesanos y que por lo tanto desarrollan la artesanía local identitaria.

Dentro de las definiciones encontradas, un autor hace divisiones con respecto a aproximaciones por áreas, lo cual se presenta a continuación.

Tecnológica: Esta aproximación lleva a una definición que incluye actividades de carácter fundamentalmente manual y con cierto sentido artístico.

Antropológica: La tradición es la que asigna a estos productos una función dentro de la comunidad. Desde esta perspectiva, cabe entender por artesanía toda actividad, retribuida o no, que no haya sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo.

Cultural: El concepto artesanía se confunde con el de “arte popular”, entendido como aquel conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente manual, realizadas por un solo individuo o una unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos productos, generalmente de carácter anónimo, están destinados a la cobertura de necesidades concretas. (Dirección General de Política de la Pyme, DGPYME 1997).

A nivel internacional, la UNESCO define la artesanía de la siguiente manera:

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

Esta definición me parece adecuada para la propuesta de estudio, ya que considera aspectos relevantes que han sido verbalizados por los mismos emprendedores – artesanos Mapuche, de alguna forma ellos buscan plasmar o reflejar el sentimiento de cultura, identidad y religiosidad en sus creaciones, para finalmente poder ofrecerlas en un mercado determinado.

Así se desarrolla el proceso de comercialización propuesto por las emprendedoras locales, generando un mercado regional y sobre todo turístico en las zonas de estudio de la investigación; Pucón, Temuco y Villarrica específicamente.

Al hablar del producto artesanía, está implícito su comercialización y su apertura a mercados, y por lo tanto está influenciado por un consumidor, es quien al final hace que el objeto cotidiano devenga en artesanía. Navarro Hoyos, S. (2017).

Como indica el autor es importante el momento donde se diseña el producto o servicio, en donde se presume un proceso anterior a la creación, por ejemplo, en la definición de segmentos, identificación del consumidor potencial, y por lo tanto las emprendedoras responden a la demanda local. La comercialización actual en la región, tiene una tendencia a adaptarse a las demandas específicas, a modo de respuesta a lo que el grupo objetivo desea.

1.2.7. Emprendimiento.

En forma análoga a las estimulaciones de autofinanciamiento turístico, muchos Mapuche se han visto enfrentados a comercializar productos artesanales, viéndose impulsados a la duda de incluir en ello símbolos de su cultura, materializados en grecas de tejidos a telares, insignias de orfebrería, máscaras, instrumentos musicales, etc. por necesidades económicas y a contrapelo han extendido la comercialización de su simbología cultural en productos artesanales. Sepúlveda Mellado, O., & Vela Cossío, F. (2015).

Los Mapuche practicaron la comercialización de sus productos, a través del emprendimiento, entendido desde el alero de la creación basada en un modelo de negocios, en un mercado determinado, y sobre todo hacia un grupo objetivo delimitado.

El término emprendimiento no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE). Se trata del efecto de emprender, un verbo que hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento

suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. García, F. J. F., & Cañizares, S. M. S. (2010).

Pero la palabra se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo.

Fue Schumpeter, siendo profesor en Harvard uno de los primeros en mencionar un elemento fundamental de este concepto al indicar que la esencia del emprendimiento es la innovación. (Schumpeter, 1978).

El Emprendimiento se puede entender como aquella actitud y aptitud de la persona que le permite afrontar nuevos retos, nuevos proyectos; es un acto que hace uso de los recursos con una capacidad para la creación de riqueza (Druker, 1985).

Cuando un emprendedor se plantea una idea por primera vez, no siempre visualiza claramente la forma de hacerlo tangible, de encontrarlo rentable ya sea en el corto, mediano o en el largo plazo, de saber cuánto dinero requiere para iniciar su idea, de donde obtendrá ese dinero y sobre todo a quienes debe dirigir su innovación. Ahí surge la necesidad de establecer una forma de proceder, de emplear una metodología, un modelo, es decir un Plan de Negocios. Herrera, D. C. F. (2015).

El economista francés Jean-Baptiste Say en 1803 escribió “Un emprendedor es un agente económico que une todos los medios de producción. La tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y produce un producto.” (Say, 2001).

Para Schumpeter, las emprendedoras son innovadores que buscan destruir el *status-quo* de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios. (Schumpeter, 1978).

Según Druker, un emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso. (Druker, 1985).

Knigh (1921) define a las emprendedoras como futuristas, personas que pueden ver el futuro y el concepto (Kirzner, 1975) es casi el mismo diciendo que las emprendedoras se anticipan a los errores del mercado.

Con el pasar del tiempo el término ha sido utilizado para identificar a quien inicia una empresa o mejora un proceso o producto al interior de una organización. Los emprendedores son personas que pueden iniciar, desarrollar y mantener actividades de negocio altamente rentables. El emprendedor ve una oportunidad y la ejecuta. Ve cosas que los demás no ven. Las empresas nunca operan en la frontera de posibilidades de producción, por lo que el emprendimiento hace que estas trabajen de una manera más eficiente y mejor que la competencia.

Para North (1999; citado en Lala, Preda & Boldea, 2010), el emprendimiento es facilitado o restringido por factores propios del entorno, como lo es la economía, las políticas gubernamentales e incluso la cultura de un lugar. Para Stevenson (2000), el concepto tiene relación con la búsqueda de oportunidades más allá de la zona de confort, logrando con ella adentrarse en áreas de negocio poco exploradas con anterioridad. Para Fornichella (2004), el emprendimiento está directamente relacionada con el desarrollo de proyectos y, por lo tanto, con la ejecución de ideas creativas y productivas.

Para Montoya, Calle y Mejía (2009), el emprendimiento es el elemento dinamizador que transforma regiones y que permite el surgimiento de nuevos sectores económicos, a la vez que potencia los ya existentes, por lo que está en estrecha relación con el elemento característico del crecimiento. Para Aulet y Murray (2013), el emprendimiento, sin importar su envergadura, siempre tiene un impacto positivo en la economía en pequeña o gran escala, a través de ideas de negocio relativamente bien estructuradas que coadyuvan al crecimiento económico local y nacional.

Existen distintos tipos de emprendimiento. En general suelen ser de tres tipos, según Machado y Franco (2016): por necesidad, tradicional y dinámico. El emprendimiento por necesidad no está formalizado en términos iniciales, dado que si principal factor detonante tiene relación con las necesidades de los sujetos de generar ingresos para subsistir y proveer a sus familias; por el lado

del emprendimiento tradicional, es aquél que presenta una sostenibilidad creciente y continua en el tiempo, pero sin presentar un elemento diferenciador significativo de los productos o servicios que se ofrecen. Por último, bajo el emprendimiento dinámico, los negocios mantienen una rentabilidad crecimiento por medio de una participación representativa en el mercado, implementado para ello avances tecnológicos importantes como herramienta diferenciadora.

En el contexto latinoamericano, el fomento del emprendimiento ha sido una constante en la política de empleo de la región, en tanto se considera un motor de la innovación, la competitividad y el crecimiento. En Chile específicamente existen organizaciones que apoyan el emprendimiento en distintas áreas de desempeño, como lo son CORFO, SERCOTEC, CAPITAL SEMILLA, ABEJA, entre otros. Éstos apoyan a los creativos en el inicio, desarrollo y ejecución de su negocio, así como también en el control y seguimiento del mismo. Los emprendedores postulan a fondos de apoyo para sus ideas en territorio nacional, ya sea de forma física como virtual.

Sobre lo mencionado anteriormente, es relevante relacionar la conexión que existe con el concepto de emprendedor, modelo de negocios y etnia Mapuche, ya que existen organizaciones que fomentan el trabajo de emprendedores Mapuche, y sobre todo potencian los proyectos de innovación en el territorio chileno, con el fin de generar mayor producción y rentabilidad de los negocios locales. No se puede olvidar que la Región de La Araucanía es la denominada “más pobre” del país con indicadores que se mantienen en años de investigaciones económicas, y que se respaldan con cifras de Censo nacional.

Por lo tanto, el trabajo de fomento a la producción local es importante y sobresale en apoyo a los innovadores del sector, por lo demás si son de descendencia directa de pueblos indígenas. También es relevante hacer hincapié en la mención de las emprendedoras de etnia Mapuche, los cuales generan movimiento económico en la zona, y sobre todo sienten orgullo por el desarrollo y aporte que hacen desde y hacia su cultura.

Lo anterior se apoya inicialmente en el modelo Canvas, el cual se define dentro del marco de nuevas metodologías, específicamente la propuesta por el

autor Alexander Osterwalder en el 2004. Metodología utilizada por las organizaciones nacionales en apoyo a al emprendimiento e innovación nacional.

El Modelo Canvas, fue creado con el fin de establecer una relación lógica entre cada uno de los componentes de la organización y todos los factores que influyen para que tenga o no éxito. A través de un "lienzo" se detalla desde la idea de negocios, hasta los diferentes factores que influirán en ella al momento de ponerla en marcha.

El fundamento de este modelo es básicamente probar que es una idea eficaz y mediante el establecimiento de todas las características determinar que si no hay material sustentado para rellenar el diagrama, la idea pierde factibilidad. Busca agregar valor a las ideas de negocio, a través de una herramienta sencilla que se pueda implementar para la pequeña, mediana y gran empresa. Inicialmente no fue más que una propuesta de su tesis doctoral sobre "Ontología de los modelos de negocio", en el 2004. El auge del uso de este modelo ha llevado a encontrarlo incluso como aplicación móvil al alcance de todos. Osterwalder, A. (2011).

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. (Osterwalder & Pigneur, Generación de modelos de negocio, 2010).

(Magretta, 2002) define el modelo de negocio como "historias que explican cómo la empresa trabaja".

Según Amit y Zott (2001) "un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio"

Chesbrough & Rosenbloom (2002) presentan una definición más elaborada al indicar que las funciones de un modelo de negocio son: articular la proposición de valor; identificar un segmento de mercado; definir la estructura de la cadena de valor; estimar la estructura de costes y el potencial de beneficios; describir la posición de la empresa en la red de valor y formular la estrategia competitiva.

Linder & Cantrell (2000) definen “un modelo de negocio operativo es la lógica nuclear de la organización para crear valor.

Shafer, Smith, & Linder (2005) analizan 12 definiciones publicadas entre 1989 y 2002 y desarrollan un diagrama de afinidad para identificar las cuatro categorías comunes en todas las definiciones: elecciones estratégicas, creación de valor, captura de valor y red de valor.

Por lo tanto, como se hace realce en el párrafo anterior con respecto a la “creación de valor” dentro de un modelo Canvas, es muy enriquecedor el trabajo que realizan las emprendedoras en base al valor agregado que tienen sus creaciones. El modelo Canvas se presenta con el siguiente orden de situaciones empresariales, lo cual podría moverse en sentido, sin alterar el producto final: Segmento de Clientes, Propuesta de valor, Canales de distribución, Relación con los clientes, Fuentes de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Asociaciones clave, Estructura de costos.

El segmento de clientes habla de definir un espacio social, o más bien a un grupo objetivo que sea el consumidor de lo que se ha creado como negocio. Puede ser un producto, servicio, e incluso un proceso definido.

La propuesta de valor va de la mano con la fortaleza que tenga la idea de emprendimiento, lo especial y relevante que también se desarrolla como el “valor agregado” de la creación. Por ejemplo, lo que marcará la diferencia de las demás empresas, por qué el cliente va a comprar o consumir ese producto y no a la competencia. La diferencia viene desde una ventaja competitiva, que puede ser de diferentes tipos: ventaja de costo, ventaja por diferencia de producto, o ventaja de transacción, como el acceso de tus clientes para comprar tu producto.

Los canales de distribución son los espacios por donde se enviará la información relevante del producto o servicio realizado, el cómo, cuándo y dónde son conceptos relevantes a desarrollar en un buen plan de negocios Canvas. Ya que no solo es importante la distribución del producto o servicio, sino cómo lo envío, su diseño, comunicación estratégica, gestión de medios, puntos de venta, packaging, entre otros aspectos que se mencionarán más adelante.

La relación con los clientes consiste en la personalidad de marca que tenga este producto o servicio innovador, que se verá reflejado desde y hacia los clientes finales que consuman lo desarrollado por el emprendedor. Se debe pensar si los clientes requieren un trato personalizado y exclusivo, si va a existir una relación personal con ellos, o considerar autoservicio o automatización de los procesos, por ejemplo. Se debe tener en cuenta que la relación con tus clientes debe ser siempre acorde con el mensaje de la identidad de marca.

Fuente de ingresos consiste en manejar los capitales iniciales de ejecución del proyecto, lo cual se puede definir como: que tan rentable podría llegar a ser el negocio, considerando los clientes potenciales, que desean y cual sería la demanda relevante en el sector mercado. Cuánto están dispuestos a pagar por el producto o servicio, es un aspecto importante en la toma de decisiones basadas en modelo de negocios.

Los recursos clave se definen como el capital humano seleccionado y especializado en la producción del producto o servicio, así como infraestructura, y todo lo estrictamente necesario para la innovación, creación e implementación. Para luego controlar y evaluar los procesos.

Actividades clave dentro del modelo Canvas se explica en base a todo lo necesario para llevar a cabo la propuesta de valor, como la producción, la solución de problemas, la plataforma o situaciones relevantes relacionadas con la fortaleza que tiene el proyecto de innovación. Se podrían definir como objetivos de acción dentro de lo que encamina hacia la propuesta de valor, y que gracias a las actividades clave se podrían lograr.

Los Socios Clave son las alianzas estratégicas que se podrían diseñar para fortalecer procesos de inicio, desarrollo e implementación del emprendimiento, ya sea hacia la ampliación del giro de empresa, así como también hacia otros caminos del negocio. No se debe olvidar que las ideas de negocios, pueden ir modificándose y sobre todo adaptándose al mercado dinámico en donde se desenvuelve. Esta fase resulta muy interesante cuando se manifiestan distintas demandas a lo proyectado, y se ocupan como llamados

“salvavidas” económicos dentro de un mercado definido hacia nuevos por explotar.

Finalmente se presenta la estructura de costes, que se definen como el inicio de cualquier proyecto, costos fijos y variables, depreciación, impuestos, y proyección a 10 años para visualizar VAN y TIR de la propuesta. Lo anterior se presenta para vislumbrar la factibilidad del proyecto, o simplemente para calcular una proyección sencilla de un análisis técnico y económico.

Sobre lo anterior, entiéndase VAN como El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). Valencia, W. A. (2011).

Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un tipo de interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en nº de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc).

Se utiliza para la valoración de distintas opciones de inversión. Ya que calculando el VAN de distintas inversiones vamos a conocer con cuál de ellas vamos a obtener una mayor ganancia. El VAN sirve para generar dos tipos de decisiones: en primer lugar, ver si las inversiones son efectuables y en segundo lugar, ver qué inversión es mejor que otra en términos absolutos. Es un método fácil de calcular y a su vez proporciona útiles predicciones sobre los efectos de los proyectos de inversión sobre el valor de la empresa. Además, presenta la ventaja de tener en cuenta los diferentes vencimientos de los flujos netos de caja.

Entiéndase TIR como la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está relacionada con el Valor Actualizado Neto (VAN). También se define como

el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado.

La tasa interna de retorno (TIR) entrega una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento. El principal problema radica en su cálculo, ya que el número de periodos dará el orden de la ecuación a resolver. Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2002).

Es aquí donde se capacita a las emprendedoras y se logra el desarrollo de prototipos importantes en diseño, estética y funcionalidad, elaborando artículos y servicios de calidad y sobre todo con un valor agregado. Gracias a lo presentado anteriormente se trabajan distintas áreas hacia la producción y movimiento económico de la zona, expresado y comunicado hacia el país y el mundo.

También el modelo Canvas incluye un trabajo en marketing y publicidad, donde se genera imagen de marca para el producto o servicio desarrollado por el emprendedor, generación de nombre, slogan o frase de llamado, para su identidad y sobre todo para resaltar los atributos y fortalezas de su idea innovadora. En el caso específico de las emprendedoras de etnia Mapuche, existen formatos que no aplican la simbología, y otros que si, los cuales son materia de investigación de esta tesis.

El apoyo en innovación resulta fundamental en éstas materias a nivel país, bajo el alero de la responsabilidad social y hacia el fomento de la creatividad. Por mencionar un apoyo directo a emprendedores de la etnia, se encuentra el programa “Fünmapu, Semilla de la Tierra”, una iniciativa pionera en el país y en la Región de la Araucanía, ejecutada por Sercotec, que busca mejorar las capacidades y oportunidades de emprendedores, emprendedoras, pequeñas empresas y asociaciones del pueblo Mapuche.

El Fondo Emprendimiento de Negocios Mapuche Fünmapu dispone de 650 millones de pesos, provenientes de Sercotec y Corfo, para apoyar a unos 245 emprendedores, micro y pequeños empresarios a través de cinco líneas: Capital Semilla Emprende, Fondo de Desarrollo de Negocios Crece, Creación y Fortalecimiento de Gremios, Redes de Oportunidades de Negocios y

Promoción y Canales de Comercialización. Todas ellas contemplan condiciones especiales para facilitar el acceso de las emprendedoras.

El programa se hace cargo de las brechas de las emprendedoras del pueblo mapuche de la Región de La Araucanía, como las distancias entre el campo y los centros urbanos, la falta de acceso a internet, entre otras, potenciando al mismo tiempo sus singularidades e identidad cultural.

Fünmapu tiene características diferenciadoras respecto de los programas tradicionales de la institución: hay asistencia al proceso de postulación, menor monto del aporte empresarial, pueden postular empresas con niveles de ventas más bajos, mayor plazo y capacitación antes que el negocio se formalice, más asesoría, acompañamiento y seguimiento de los beneficiarios.

El programa Fünmapu, Semilla de la Tierra trabaja en tres focos: fortalecimiento de la asociatividad, generación de emprendimiento y gestión de la empresa. Se enfoca en el desarrollo de iniciativas en los sectores agroalimentario, artesanal y textilera, turismo, gastronomía típica y servicios, que tiendan a mejorar los niveles de calidad y de productividad, y que pongan en valor los negocios con identidad mapuche.

En esta investigación se trabajó con emprendedores que fueron capacitados por los organismos mencionados anteriormente, y que también están vinculados con fundación Chol-Chol en la ciudad de Temuco, Chile.

Fundación Chol-Chol, así como otras fundaciones existentes, de alguna forma reúnen a las emprendedoras de distintas áreas de trabajo que estén ubicados tanto en zonas urbanas como rurales, que trabajen o desarrollen un negocio relacionado con su cultura originaria. Esta fundación capacita a las emprendedoras, para buscar la rentabilidad de sus negocios, y como cara visible o portal para el país y el mundo. En este espacio se pueden ver los trabajos realizados, propuestas y creaciones con el fin de explotar y aprovechar las fortalezas de cada uno.

Por lo tanto, las zonas de investigación se reducen a la ciudad de Temuco, capital de La región de La Araucanía, y la localidad de Pucón, específicamente zonas turísticas del país.

Finalmente se reduce a estas localidades con el fin de tener libertad de acceso y levantamiento de información fidedigna, con emprendedores que deseen contar sobre su innovación. Lo anterior se presenta como parte importante del turismo nacional, con indicadores atractivos para la investigación, a modo de vitrina internacional.

1.2.8. Percepción visual, composición y proximidad Gestalt.

El término Gestalt proviene del alemán, fue introducido por primera vez por Christian von Ehrenfels y puede traducirse, aquí, como "forma", "figura", "configuración" o "estructura" Brigas Hidalgo. A. (2012). Weitheimer denominó *gestalt* a la combinación de elementos separados en un todo y analizó los principios de esa combinación u organización. Las leyes de Gestalt se definen desde la ubicación de elementos en un espacio, a modo de composición y organización para comunicar algo. Por esto las leyes se manifiestan en diseños los cuales tienen una función o propósito para la comunicación visual, apoyada de las sensaciones que se provocan en el cerebro humano.

En palabras de Caño (2016) la teoría Gestalt tiene relación con el análisis y estudio de las formas, es decir:

Gestalt, suele traducirse por "forma" o "configuración". Si consideramos el campo perceptivo como una interrelación de fuerzas, vemos como del campo, del "fondo" emerge una fuerza que tiende a ponerse de relieve hasta que ocupa el primer plano: La "Figura". Esta Figura y su fondo (del que es indisociable) forman una "composición" o "configuración" a la que se le llama Gestalt (Caño, 2016, p. 6).

La proximidad es un recurso que está presente en las leyes de Gestalt, y se plantean de la siguiente forma; Proximidad de elementos entre sí, donde los estímulos más próximos tienden a percibirse como parte de un mismo objeto. Proximidad de semejanza, los estímulos parecidos tienden a percibirse como un mismo objeto. Proximidad de cierre, las regiones cerradas tienden a verse como un objeto. Proximidad de continuidad, los elementos guardan entre sí una

continuidad de forma. Proximidad de familiaridad, se perciben mejor las formas que son conocidas que las que se ven por primera vez.

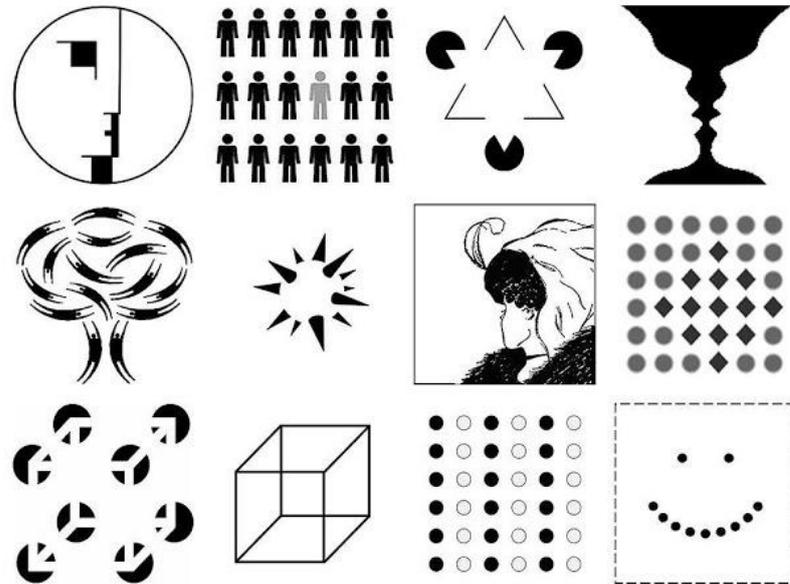


Figura 1 Composición con los principios de Gestalt, Diseño Gráfico.
Fuente: (Programa Educativo Gestalt, 2011).

Edgar Rubin fenomenólogo introdujo la idea de figura fondo, los elementos que son más fácilmente percibidos y sobresalen a nuestra percepción forman una figura, mientras que el resto es el fondo. Edgar, R. U. B. I. N. (1958).

Por último, cabe señalar que las figuras en repetición son elementos que se observarán en los casos estudiados, por lo demás la utilización de la figura y fondo es recurrente en distintas situaciones gráficas, lo cual hace generar distintas sensaciones en los espacios de composición. Así también como los recursos de proximidad en distintos casos; telares, tallado en madera y calado en metales. Figuras espejo por medio de la dualidad, ya sea hombre y mujer, o mismo sexo. El caso de la luna y el sol, a través de troqueles y efectos de traslape para generar volumen, recursos gráficos que se traducen en tecnicismos aplicados en distintos formatos.

1.3. Estado de la cuestión.

Durante las últimas dos décadas las culturas de los pueblos originarios del país quedan inscritas en el corazón de las movilizaciones étnicas y de la política indígena de los recientes gobiernos democráticos y, con ello, experimentan una nueva dinámica e importantes transformaciones. La cultura es a la vez el fundamento y objeto estratégico de acción en la emergencia indígena desarrollada en el periodo (Gundermann, 2013). Su conformación como sujetos colectivos se establece desde el recurso a la cultura propia, que les otorga especificidad.

También se constituye en objeto de una política cultural y de diversos cursos de acción. Participan de ello agentes culturales indígenas, agencias públicas especializadas y grupos e instituciones de la sociedad civil. De su concurrencia se gesta un proceso nuevo de construcción social de lo cultural indígena, cuya estructuración toma la forma de un dominio o campo de lo cultural indígena en Chile.

En relación al tema de Araucanía Mitológica, del autor Eugenio Salas, se presentan las tradiciones del pueblo Mapuche, a lo largo de su historia. Análisis historiográfico que da forma a la estructura base de la investigación. También, Isabel Hernández, autonomía o ciudadanía incompleta. El pueblo Mapuche en Chile y Argentina.

Carlos Zúñiga, Eliucura Chihuilaf, Nancy Yáñez que abordan temas con respecto a la historia, conflicto y colonización de la cultura Mapuche, en contextos de rebelión, colonización, usurpación de tierras.

Desde la Antropología la investigación estará apoyada por autores como Francisco Belec, con el texto Antropología cultural aplicada al pueblo Mapuche. Desiderio Catriquir y Arturo Hernández, Patrimonio cultural Mapuche, sobre los derechos lingüísticos y patrimonio cultural de la región de La Araucanía en Chile.

En el caso de los autores anteriormente mencionados, lo interesante se presenta en el análisis desde el sector de interés para la investigación, ya que residen en la ciudad de Temuco y alrededores. Es importante hacer mención a

esto, ya que la propuesta de ellos refleja dominio y experiencia en el tema regional y de patrimonio cultural Mapuche (Barrera, 2009; Balazote & Radovich, 2009; Boccara, 2005; Duquesnoy, 2015).

De esta manera, con esta investigación en diseño se pretende analizar la presentación de formas gráficas de la cultura Mapuche en Temuco, Región de La Araucanía Chile. Basado en un trabajo de recopilación de información, a lo largo de la historia cultural, en un contexto político y social.

Existen muchos estudios desde la antropología, psicología, sociología, geografía, incluso medicina sobre el pueblo Mapuche en Chile, pero la investigación científica en diseño gráfico es nula. Se basa en expresiones artísticas carentes de conceptos iniciales, o simplemente como piezas de artesanía sin valor agregado que se refleja en el precario museo araucano de la ciudad de Temuco, como también en la carente ayuda económica a las pueblas emprendedoras.

El pueblo Mapuche, como pueblo originario de Chile y Argentina, tiene un considerable peso social y demográfico en el territorio, además de una fuerte identidad cultural, lo que ha motivado estudios sobre su estructura social y su desarrollo histórico desde tiempos de la colonia. Los primeros estudios científicos se centraron en el estudio de la lengua mapundung (Lenz, 1897; Augusta, 1903) y continuaron con los realizados por Tomás Guevara (1908, 1911) y Ricardo Latcham (1922), asociando información documental y arqueológica con observaciones etnográficas anteriores al confinamiento en reducciones.

Por ejemplo, se encuentran publicaciones indexadas tales como la de Saiz (2002) y Saiz, Merino & Quilaqueo (2009). En estos estudios, se presentan una serie de análisis sobre la representación social mapuche e imaginario social no mapuche percibido por mapuches residentes en Temuco y Santiago. Las representaciones e imaginarios se refieren a individuos y colectividades históricas con una fuerte representación del pasado, construidas desde las relaciones interétnicas heredadas de la sociedad colonial en tanto estereotipos y prejuicios.

Dentro de las indagaciones realizadas en motores de búsqueda científico, mayormente se encuentran publicaciones como la expuesta anteriormente, desarrollando los conflictos sociales, y económicos que ha tenido la cultura como tal en La Araucanía, o a nivel nacional (Gutiérrez & Gálvez, 2017; Balazote & Radovich, 2009; Fiadone, 2007; Boccara, 2005; Hernández, 2003; Chávez, 2003; Foerster, 2002).

“El viaje de los mapuches de la araucanía a las pampas argentinas. Territorio, política y cultura en los siglos XIX y XX, Temuco” Álvaro Bello. Artículo que aborda temáticas referentes a historia y colonización del pueblo Mapuche en Chile.

Movilidad social intergeneracional por origen étnico: evidencia empírica región de la araucanía, chile. Violeta Cantero, M. ~~Guillermo~~ Guillermo Williamson C. En este artículo se evidencia que la Región de La Araucanía presenta una significativa tasa de movilidad social intergeneracional, la cual se relaciona con los mayores logros educacionales de las nuevas generaciones. En el tema étnico, refleja que los individuos de origen mapuche son menos móviles socialmente que las personas no mapuches, experimentando los primeros una movilidad más bien de distancia corta u horizontal.

Además, el estudio demuestra un importante proceso de transformación en la estructura social, con una reducción de las ocupaciones ligadas a la agricultura y una ampliación de las clases ocupacionales urbanas de mayor connotación social.

Saiz, J. Rapimán, M. y Mladinic, A. (2008). Estereotipos Sobre los Mapuches: Su Reciente Evolución. *Psykhé*, 17 (2) 27-40.

En este trabajo se examinan los estereotipos que estudiantes universitarios no indígenas atribuyen a dos categorías cronológicas de mapuches: pretéritos y contemporáneos. Este examen fue realizado según el contenido, favorabilidad, notoriedad y uniformidad de los estereotipos. Mediante un cuestionario, 407 participantes asignaron atributos a las dos categorías de mapuches.

Algunos de los estereotipos investigados: *antisociales e incultos, indios flojos, conflictivos y borrachos*, ambos sobre los mapuches coetáneos. Esta

similitud sugiere que el contenido del primero podría haber evolucionado a partir del segundo, eliminando o sustituyendo algunos atributos previos. La ausencia de diferencias significativas en la favorabilidad, notoriedad y uniformidad de estos dos estereotipos refuerza esta idea. En todo caso, esta eventual evolución queda abierta a verificación. Por otra parte, no se encontró evidencia sobre la permanencia de dos estereotipos previos asociados originalmente a los antiguos mapuches (*indios que resistían la chilenización*) y a los actuales mapuches (*gente silenciosa y desconfiada*). En relación al segundo objetivo de este estudio, los resultados corroboran plenamente la expectativa derivada desde la teoría del conflicto realista (Campbell, 1965) sobre el surgimiento de dos nuevos estereotipos desfavorables que describen a los mapuches coetáneos como *terroristas*, uno, e *injustamente privilegiados*, el otro. Se ratifican, así, las presunciones sobre la formación de estos estereotipos (E. G, Amolef, 2004; Merino Etal., 2004) y se subraya el rol que desempeña la alteración de las relaciones intergrupales, especialmente la agudización de un conflicto histórico y los intentos por contenerlo o resolverlo, como determinantes de la emergencia de estereotipos negativos.

Esta publicación habla específicamente sobre un fenómeno recurrente en la región de La Araucanía, en donde el estereotipo del Mapuche es fuerte, lo cual no considera su cultura como tal, el temuquense no reconoce al Mapuche como parte de una cultura distinta, y solo le atribuye elementos identitarios con una connotación negativa. Como se menciona anteriormente en la publicación, los catalogan de borrachos, flojos, incluso terroristas, por los hechos publicados últimamente relacionados con la violencia.

De alguna forma se ubica al lector dentro de un contexto cultural complejo, que reúne a la mayor cantidad de Mapuche, y en donde la sociedad se presenta como racista, incluso diferenciando clases sociales relacionadas con los Mapuche.

Godoy, C. (2003). En el bosque de la memoria: Identidad mapuche y escritura en dos obras de Elicura Chihuailaf. Estudios atacameños. (26) 81-87.

El autor desarrolla una reflexión desde la antropología, respecto a la forma en que se articulan memoria, identidad étnica y escritura, a partir de la lectura de dos obras del poeta mapuche actual Elicura Chihuailaf.

Se estudia a los indígenas, desde una sociedad mestiza que se funda como tal mucho menos en la inclusión que en la exclusión de aquellos. Esta exclusión es sostenida por un imaginario en el que los indígenas y su cultura en general tienden a ser vistos en un espacio y tiempo ajeno, distante, en el que la tradición aparece más como un obstáculo al desarrollo y al ingreso a la modernidad que como elemento constitutivo de una cultura.

Relaciones intersubjetivas en el campo de la interculturalidad. saberes culturales mapuche. 2019, BELTRÁN VÉLIZ, JUAN; OSSES BUSTINGORRY, SONIA; DEL VALLE ROJAS, CARLOS; MANSILLA SEPÚLVEDA, JUAN. Atenea (Concepción) Dic 2019, Nº 520 Páginas 11 – 21.

En este artículo se propone desarrollar una reflexión en torno a las relaciones intersubjetivas en el campo de la interculturalidad. Desde esta perspectiva, es posible señalar que el diálogo juega un rol importante, pues es un elemento fundamental en las relaciones intersubjetivas existentes entre los kimches y los profesores occidentales. Esto favorecería la convivencia en un contexto intercultural, debido a que el conocimiento del Otro constituye una de las fuentes imprescindibles para la construcción de proyectos de vida en común. Al respecto, en el marco de la educación intercultural, los saberes culturales mapuche se deben reconocer, comprender, valorar y legitimar desde un plano epistemológico, a fin de contribuir a la formación de personas mapuche y no mapuche que conviven e interactúan en una misma sociedad. Lo cual permite al lector situarse en un espacio amplio y visualizar el entorno y contexto social del mapuche en la región y el país, con el fin de encausar el sentido de esta tesis.

Experiencia formativa en escuelas monoculturales de la Araucanía, Chile: memoria de mujeres en Cholchol y Maquehue Huaiquián Billeke, Claudia; Estay Sepúlveda, Juan Guillermo. Revista Historia de la Educación Latinoamericana Dic 2019, Volumen 21 Nº 33 Páginas 107 – 119.

Este artículo resulta beneficioso para situar el trabajo de tesis desde la similitud en la técnica de construcción de datos, en este caso de manera historiográfica por 5 memorias de mujeres mapuche en la región de la Araucanía en Chile. Abuelas indígenas de la comunidades mapuche de Maquehue y del sector Cholchol, con un rango de edad que oscila entre los sesenta y los setenta años, desde sus subjetividades, sus particularidades y sentimientos; el texto aborda el problema de la invisibilización de la sabiduría ancestral indígena de las abuelas mapuche, las principales agentes de transmisión cultural de generación en generación.

En cierta medida, apoya la idea de que la cultura inicial va diluyéndose con el tiempo, por ejemplo en la herencia de las técnicas y prácticas ancestrales propias de la cultura mapuche. La comparación de lo antiguo con lo nuevo, por mencionarlo de manera coloquial, la transformación de la técnica, lo “adaptado” para ser comercializado en un segmento determinado. Esto responde en los análisis de lo innovador o lo nuevo que desarrollan las nuevas generaciones femeninas en el estudio.

Los relatos fueron socializados desde sus propios territorios, donde compartieron sus vivencias escolares, lo cual, indudablemente, enriqueció la experiencia investigativa. Los resultados dan cuenta de cómo se fueron invisibilizando sus conocimientos ancestrales en la educación que recibieron, cargada de disciplina y rigidez, centrada siempre en roles domésticos (lavar platos, limpiar pisos, buscar leña), alejados completamente de su propio reconocimiento, su identidad, su autosuperación y su participación social, sin considerar su legado ancestral y todo su contexto. La escuela invade su cultura, la ignora, alejándose de su esencia mapuche, que no es otra que la vida en armonía con la naturaleza.

Una de las grandes razones por que se escoge este tema de investigación es la ausencia de material gráfico, científico, incluso bibliográfico sobre las expresiones gráficas de la cultura Mapuche en la región de La Araucanía en Chile. Paradójicamente siendo el territorio con mayor cantidad de indígenas, pero con infinitos problemas sociales e interculturales, que como resultado han frenado e incluso anulado las artes.

Estudios indican que parece imposible conocer en su integridad cuáles fueron los códigos que dieron origen a los diseños de la cultura Mapuche, las comunidades hacen uso de ancestrales formas por tradición y para preservar su identidad cultural. Como tantas otras culturas, la cultura Mapuche aparece hoy disgregada y replanteada en diversas comunidades actuales provocando la pérdida de los valores culturales.

La lectura de cada forma requiere tomar en cuenta cuatro características: forma, color, asociación con otros símbolos, y materiales. Todos los íconos interactúan entre sí, dentro de un universo limitado de figuras geométricas que se repiten en diferentes asociaciones y combinaciones. Cada forma refleja algo que ocupa lugar en el cosmos de la etnia Mapuche, valoración, jerarquía, entre otros.

Le recuperación de mitos, leyendas, la poesía, el teatro y la danza han sido altamente valorados y algunos artistas han obtenido reconocimientos mundiales a la calidad de sus creaciones.

Una de las alternativas de análisis que presenta Soeffner et al., es un trabajo de recopilación gráfica de la simbología en Chile y Argentina, plasmado en un texto ilustrado. Apoyado de la historia, colonización, sociedad, cultura, creencias, entre otros rasgos identitarios de la cultura Mapuche. (Soeffner, Hans. Koessler, Betha. Segato, Rita. Tamagno, Liliana y Briones, Claudia). Textos que apoyan el estudio antropológico de etnias, cultura, identidad, interculturalidad, colonización.

Alexia Peyser, Desarrollo, cultura e identidad. El caso del mapuche urbano en Chile, en donde se estudian las problemáticas de los indígenas dentro de las ciudades en Chile, específicamente Santiago y Temuco. Según la autora, los Mapuche residen a lo largo de Chile, pero específicamente las zonas de mayor presencia son la metropolitana, específicamente la ciudad de Santiago y la región de la Araucanía.

Lo anterior, efecto de la migración campo ciudad, que se manifiesta en la década de los noventa en Chile, ya sea por la oferta laboral en la ciudad

capital, y otras situaciones políticas que hicieron movilizar a la cultura originaria.

En la definición de cosmovisión Mapuche, el artículo “Creencias religiosas mapuche. Revisión crítica de interpretaciones vigentes” del autor Domingo Curagueo de la Universidad de Chile, Santiago. Desarrolla posturas con respecto a la conformación de la cosmovisión en la cultura Mapuche, por ejemplo. Algunas investigaciones antropológicas informan que habría cuatro compartimientos del mundo en la cosmovisión mapuche: cielo, mediocielo, tierra y bajo tierra.

Como se puede apreciar, estas categorías se aproximan bastante a las que plantea la religión católica: cielo, purgatorio, tierra e infierno. Subyace en esta clasificación un eje vertical que conecta la tierra con el cielo (Grebe). Este eje no existe entre los mapuche, donde más bien la clasificación tiene un sentido horizontal, a través del cual el muerto no asciende, sino que camina hasta llegar al kulchenmayeu, lugar donde llega después de haberse purificado.

Es importante para la investigación tener claridad de la definición de cosmovisión Mapuche, ya que está presente en los análisis posteriores de los motivos gráficos diseñados por emprendedores locales. La Cosmovisión Mapuche se aprecia en el quehacer diario de la cultura, prácticas que se pueden observar en la actualidad, por ejemplo en zonas rurales de la capital regional y en distintas generaciones.

También la Cosmovisión Mapuche de los autores Grebe, M. E., Pacheco, S., & Segura, J. (1972). Entrega definiciones básicas de la conformación del cosmos en la cultura Mapuche. Textos iniciales con definiciones conceptuales que dan forma al armado de los lineamientos culturales del análisis hacia la investigación.

Desarrolla la concepción de los niveles en el cosmos, definido como una serie de plataformas que aparecen superpuestas en el espacio. Dichas plataformas son todas de forma cuadrada y de igual tamaño. Fueron creadas en orden descendente en el tiempo de los orígenes, tomando como modelo la plataforma más alta, recinto de los dioses creadores. Consecuentemente, el

mundo natural es una réplica del sobrenatural. El modelo básico, entregado por catorce testimonios, contiene seis o siete plataformas estratificadas.

El artículo “Conceptos de enfermedad y sanación en la cosmovisión mapuche e impacto de la cultura occidental” de los autores Díaz Mujica, A., Pérez Villalobos, M. V., Gonzalez Parra, C., & Simón, J. W. (2004). Describe la cosmovisión en sus niveles y los efectos que tiene en los rituales de sanación, muy comunes en la cultura Mapuche. Que expresa la relación que tiene el equilibrio, la geometría con la búsqueda de la sanación natural, por medio de hiervas medicinales y prácticas ancestrales.

En este artículo se exponen aspectos centrales de la cosmovisión mapuche relacionados con la enfermedad y la sanación. Se abordan los conceptos de equilibrio, desequilibrio, energía negativa y energía positiva, indicando las palabras empleadas en el mapudungun o idioma nativo mapuche.

Se describen actividades de los agentes de la sanación mapuche, rol de estas personas y sus acciones frente a la enfermedad. Se presenta la función de la persona que tiene rol de machi. Se aborda el impacto de la cultura occidental sobre las costumbres, la cultura pehuenche, el sistema curativo y la salud de los mapuches. Díaz Mujica, A., Pérez Villalobos, M. V., Gonzalez Parra, C., & Simon, J. W. (2004).

Los pueblos indígenas tienen derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar su patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales, sus expresiones culturales tradicionales y las manifestaciones de sus ciencias, tecnologías y culturas, comprendidos los recursos humanos y genéticos, las semillas, las medicinas, el conocimiento de las propiedades de la fauna y la flora, las tradiciones orales, las literaturas, los diseños, los deportes y juegos tradicionales, y las artes visuales e interpretativas. También tienen derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar la propiedad intelectual de dicho patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales y sus expresiones culturales tradicionales. Mayorga Muñoz, C. J., & Treggiari, F. (2019).

Las identidades territoriales corresponden a varios tipos de estructuras, vale decir, distintos referentes comunes a un grupo para identificarse y distinguirse de los otros: el Lov, el Rewe, el Ayllarewe, el Butalmapu (Bocara,

1999), división que según Le Bonniec (2002) se relaciona con una realidad histórica vinculada a la existencia, la permanencia y la reconfiguración de unidades sociopolíticas autónomas estructuradas en redes de relaciones económicas, religiosas, militares, cuya funcionalidad era claramente perceptible antes de la invasión del territorio mapuche por el ejército chileno. Mayorga Muñoz, C. J., & Treggiari, F. (2019).

Lov u Lof son la entidad orgánica que reúne al conjunto de familias unidas por un lazo sanguíneo y que se asienta en el lof mapu. Existen además organizaciones sociopolíticas más complejas, como el Rewe: organización tradicional que reúne un determinado grupo de Lof, y los Ayllarewe: organización compuesta por nueve Rewe (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes ,2011; COTAM; 2003).

El modelo comunitario de la comunidad mapuche muestra un modo de organización en el que lo colectivo prima sobre lo individual y el modo de organización que se han dado intenta preservar una estructura articulada que permite su funcionamiento y sustentabilidad en el tiempo, sostenida en el cumplimiento de roles de los actores que forman parte de ella. Tradicionalmente, sus prácticas sociales, culturales y religiosas dan cuenta de un cuerpo normativo que regula dicha convivencia social. Mayorga Muñoz, C. J., & Treggiari, F. (2019).

1.3.1. Cosmovisión Mapuche.

Dentro del contexto en donde se desenvuelve la cultura Mapuche, es necesario describir la Cosmovisión, parte fundamental de su origen como sociedad y pueblo originario, para esto se presentan los siguientes relatos de autores que han desarrollado extensas investigaciones al respecto. Desde la visión de la Cosmovisión Mapuche nacen lineamientos de la investigación, como lo son desde la identidad del pueblo originario, reflejado en sus prácticas sociales y religiosas, el foco de interés en este espacio son el color, la forma y su comunicación como tal (Rodríguez & Saavedra, 2011).

Sobre lo anterior, y en base a la propuesta de investigación, es fundamental la comprensión del significado de la cosmovisión en la etnia Mapuche, ya que sobre esto ellos dan forma a su cultura ancestral y direccionan su identidad como pueblo originario, cabe mencionar que la cosmovisión es el origen de todo hacer en los Mapuche, su nacer, crecer y morir (Rodríguez & Saavedra, 2011).

En las culturas originarias, tales como la mapuche, la dualidad S-O, desde el punto de vista epistemológico y ontológico, está constituida por elementos coherentes, representados en la correlación de pares de realidades multidimensionales. Por ejemplo, unidades tales como hombre-mujer, hombre-naturaleza, hombre-mujer-comunidad, hombre-mujer-comunidad-fuerzas naturales, seres sobre naturales y espirituales, van configurando realidades con caracteres hologramáticos (Izquierdo, 1999), que se van constituyendo en sistemas complejos. Debe entenderse que este carácter unitario de las culturas originarias, no se refiere a los dualismos epistemológicos ni ontológicos propios de la cultura occidental. En las culturas originarias es más propio hablar de un monismo epistemológico y ontológico, en cuya racionalidad el conocimiento se construye como un sistema de saberes subjetivo, intersubjetivo e interrelacionado. (Quintriqueo & Torres, 2013).

En este sentido, “la religiosidad del pueblo Mapuche ha sido estructurada a través de complejas formas de comprensión del mundo, al configurar variados simbolismos, los que conforman un conjunto de creencias y rituales sagrados, que están presentes en la mayoría de los momentos de la vida cotidiana y del lenguaje de este pueblo” (Rodríguez & Saavedra, 2011, p.16)

“Posiblemente en Chile sean pocos los grupos o sectores que manifiestan con tanta claridad como los mapuche, que su identidad, su ser se liga hasta confundirse con lo sagrado” (Foerster, 1995, p. 93).

Los Mapuches conciben el cosmos como una serie de plataformas que aparecen superpuestas en el espacio. Dichas plataformas son todas de forma cuadrada y de igual tamaño. Fueron creadas en orden descendente en el tiempo de los orígenes, tomando como modelo la plataforma más alta, recinto

de los dioses creadores. La agrupación de estas plataformas cuadradas define la ubicación de las tres zonas cósmicas: cielo, tierra e infierno. (Grebe, Pacheco, Segura, 1972).

Las cuatro plataformas del bien, wenu mapu o meli ñom wenu, son el aposento ordenado y simétrico de los dioses, espíritus benéficos y antepasados. Ellas se oponen a las dos plataformas del mal, anka wenu y minche mapu, zonas oscuras, extrañas y caóticas en las cuales residen, respectivamente, los espíritus maléficos (wekufe) y los hombres enanos o pigmeos (laftrache). Grebe, M. E., Pacheco, S., & Segura, J. (1972).

La visión cósmica Mapuche es dualista y dialéctica: el wenu mapu contiene sólo al bien (tesis); el anka wenu y minche mapu representan sólo el mal (antítesis); y en la tierra coexisten el bien y el mal en una síntesis que no implica fusión, sino yuxtaposición dinámica. La verdadera polaridad tiende a la unión; y la conjunción de dos fuerzas opuestas es una condición necesaria para lograr el equilibrio cósmico dualista. Grebe, M. E., Pacheco, S., & Segura, J. (1972).

El universo Mapuche está orientado según los cuatro puntos cardinales, reconociéndose, por lo tanto, cuatro direcciones organizadas a partir del Este, lugar de la Cordillera de los Andes y región matriz de la presente concepción espacial. Consecuentemente, el ciclo solar diario parece ser decisivo en la elección de este punto de referencia, puesto que en el área andina el sol nace en la cordillera (Este) y se pone en el mar (Oeste). Grebe, M. E., Pacheco, S., & Segura, J. (1972).

“La cosmovisión es el todo. Es la armonía. Es el equilibrio. Es el hombre, naturaleza y lo que ocurre” (Mires 1992:120-32).

La segunda forma de comprender el mundo percibe al cosmos de manera horizontal, constituyendo lo más próximo a una plataforma orientada según los cuatro puntos cardinales, reconociéndose cuatro direcciones, de las cuales el este es el origen, desde donde nace el sol, trayendo consigo el comienzo de la vida. Todas estas expresiones se vislumbran en el trazado del kultrún, instrumento musical utilizado por la machi. “El kultrún representa de manera pragmática cómo el Mapuche se imaginó el cosmos, la Tierra, y el

sistema solar en su conjunto” (Ñanculef 2006:5; Citadp en Rodríguez y Saavedra, 2011).

La tercera concepción implica una interpretación temporal - espacial, vinculada a los movimientos que se realizan en la vida diaria. “Durante la celebración, la comida y la bebida se le pasa a los invitados siguiendo esta lógica circular de los movimientos” (Grebe1974:57).

Finalmente, la cuarta concepción es la explicación colorista de la vida, llevada a un plano personal, plasmada en la vestimenta. Esta concepción llevada a las plataformas, se define en las cuatro superiores; el bien, el blanco y azul; la inmediatamente inferior, de transición, el rojo; la terrestre, donde están presentes todos estos matices; y la inferior, el mal, reflejado por el infierno, el negro. Así, los colores y sus gamas solo están presentes en la plataforma terrestre. Rodríguez, C., & Saavedra, A. (2011).

La cosmovisión se define como un todo en la cultura Mapuche, y da pie al nacimiento de las expresiones artísticas que desarrollan, el diseño es representado en cada producto, ya sea de forma gráfica explícita, o simplemente con la simbología.

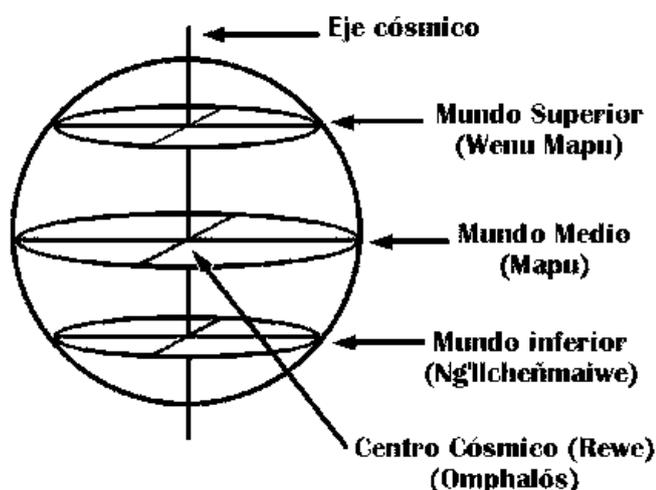


Figura 2: Estructura del Cosmos Mapuche.
Fuente: Hernández (2003)

En la cosmovisión mapuche el mundo inferior es análogo al de los humanos, así como el de estos a su vez es análogo al mundo superior o celestial, Wenu Mapu.

Existen distintas visiones sobre la cosmovisión, es importante definir que el enfoque de la investigación es en base al pensamiento emprendedor, ya que son las emprendedoras la fuente primaria de construcción de datos, por lo cual se manifiesta abiertamente el trabajo hacia la comercialización. Caso distinto es lo que ocurre con la visión de cosmovisión en zonas aisladas, rurales y sobre todo en comunidades Mapuche, ya que ellos respetan a cabalidad las creencias desde sus ancestros. De alguna forma, se podría explicar que los Mapuche pertenecientes a las comunidades aisladas, respetan de forma ortodoxa las prácticas y cultura ancestral de la cosmovisión.

1.3.2. Tierra y Territorio Mapuche.

La cosmovisión mapuche está estrechamente vinculada a la noción de *wajontu mapu*. Esta denota la pertenencia del *che* al universo y se usa para describir la pertenencia del territorio ocupado por la gente de la tierra, el *mapuche*. El *mapu* tiene relación con espacio, tierra y territorialidad. De esta manera, los *mapuche* se definen en función del *mapu*, que involucra tanto el territorio como la forma en que lo habitan. Esta integralidad de la cosmovisión en el territorio ha sido reconocida en el derecho internacional, explícitamente en el Convenio 169 de la OIT. Al contrario, en la legislación nacional tal integración no se incluye, dado que se restringe el territorio a la propiedad de la tierra, separándola de los recursos del suelo y subsuelo (Hernández, 2003).

En consecuencia, la denominada conexión entre el *mapu-ko-che-antv* o conocida como la vinculación entre tierra, agua, persona, sol o luz constituye la base espiritual y material de todas las formas de vida para el mapuche (*ixovill mogen*) para el mapuche. Cada una de las cuales están orientadas por las fuerzas de los *gen*, *pvllv* y otros entes espirituales del *nag mapu* y *wenu mapu*, las cuales forman parte de la cosmovisión ancestral mapuche y su vinculación con el territorio.

Por lo tanto, no es posible dissociar, bajo parámetros legislativos occidentales, los derechos del *mapuche* sobre sus territorios de sus derechos culturales y territoriales ancestrales (e incluso políticos). Lo que se debería tener en consideración es el derecho a la integridad cultural, lo que significa reconocer que en la cosmovisión *mapuche* la tierra y el territorio forman parte de una integral de una totalidad mayor, la cual está conformada por diversos *mapu* que se organizan en planos verticales y horizontales, tal como se puede observar en la siguiente imagen:

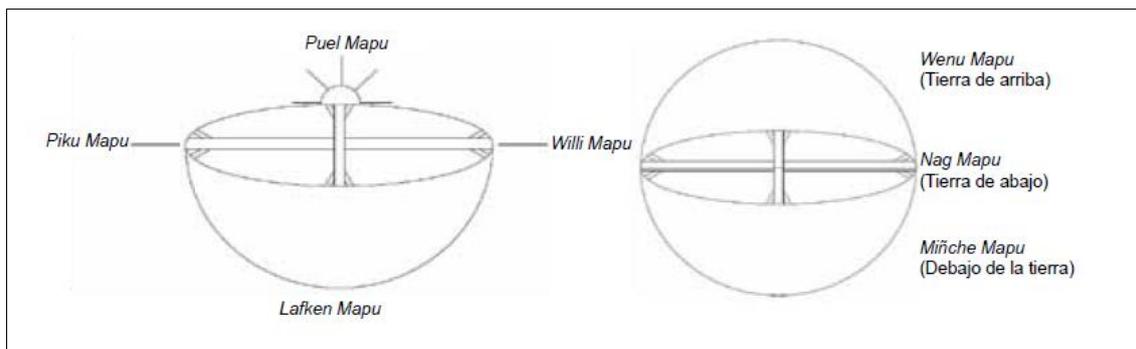


Figura 3 Estructura del Cosmos Mapuche.
Fuente: Hernández (2003)

En cada uno de estos *mapu* viven, en una relación de interdependencia, hombres y mujeres, seres y fuerzas espirituales con poder, benéficos y malignos; todos ellos vinculados, a su vez, con espacios y territorios terrenales mapuche. La noción de *mapu*, entonces, hace referencia a espacios próximos y funcionales, relacionados con la construcción de la vida cotidiana mapuche y a los espacios de orden ancestral y universal. De ahí que tanto tierra como individuo son inseparables y constituyen la base del *küme mongen*, correspondiente al bienestar y armonía entre los individuos y las familias. De esta manera, tal como se comentó en apartados anteriores, los distintos procesos históricos que ha vivido el pueblo mapuche desde el primer contacto con los españoles hasta la actualidad, han significado un límite a la expresión material de su cosmovisión sobre el territorio, dado que el “Estado” ha reducido dicha visión, a través de mecanismos políticos convencionales, de territorialidad indígena a la denominada “propiedad” (privada) de tierras.

En este contexto, cuando se habla de territorio y territorialidad mapuche, es necesario distinguir dos elementos relevantes: a) las tierras primigenias, como aquéllas ocupadas legítimamente por los grupos de parentesco *mapuche* conformados antes de la llegada del conquistador español y que constituían las unidades de reproducción biológica, social y cultural. Esto es la base de lo que se conoce actualmente como comunidad mapuche construida en torno a un espacio vital. Por otro lado, b) aquellas constituidas y redefinidas durante el proceso de radicación a finales del siglo XIX, que implicó la reducción, fragmentación y mezcla arbitraria de los grupos de parentesco en las tierras asignadas con el nombre de “Título de Merced”.

El movimiento mapuche autonomista actual constituye un actor y sujeto definido por su heterogeneidad y diversidad, su referencia a un pasado común, a una matriz cultural, a una identidad colectiva histórica y a una aspiración de unidad política en un territorio: el *Wallmapu*. Movimiento donde pareciera existir un proceso de construcción conciente y de carácter colectivo en torno a las ideas de cultura, identidad, territorio y política, todo lo cual constituiría al movimiento y, simultáneamente, el movimiento los constituiría a éstos. “Afirmación de la mapuchidad e interpelación a la chilenidad lo cual, por cierto, explicaría la imbricación entre identidad colectiva y movimiento social como expresión o consecuencia de un conflicto pre existente y, además, contribuye a entender la relación entre identidad y acción colectiva, toda vez que la identidad da sentido a la acción y la acción colectiva fortalece esa misma identidad” (Tricot, 2009, p. 179).

Asimismo, tampoco se puede sostener que la mayoría de los mapuche, sea en las comunidades o en las zonas urbanas, sean participantes o integrantes activos del movimiento ni que el movimiento represente a todo el pueblo mapuche. El movimiento mapuche es una expresión concreta de acción colectiva de un segmento del pueblo mapuche que, en su diversidad, posee un discurso autonómico que es, a su vez, reflejo de procesos de enmarcamiento que contemplan conceptos seminales como identidad, territorio y autonomía, porque el movimiento “ha incorporado elementos de nuestra cultura como práctica política” (Millalen, 2009).

1.3.3. Arte y representaciones.

En los lineamientos teóricos basados en el denominado Arte Mapuche, la autora Mabel García Barrera de la Universidad de La Frontera en Temuco, Chile, desarrolla un estudio con respecto a las distintas formas de arte presente en la cultura Mapuche. Se establece la existencia de elementos transversales entre las diferentes producciones artísticas que realiza actualmente el pueblo mapuche, de donde se sugiere que estos discursos artísticos se orientan a la formación de un sistema estético cultural propio y diferenciado (García, 2007).

Esta premisa surge de una lectura específica que relaciona este proceso artístico con la transformación histórico política y cultural del pueblo Mapuche, vinculada a los acontecimientos de orden hegemónico y de dominación política que le han afectado de diverso modo desde el inicio de la conquista española y que se han perpetuado bajo distintos mecanismos en la posterior constitución del Estado nación-chileno. García Barrera, M. (2009).

Como menciona la autora en su artículo, estos temas son sugeridos en algunos análisis relevados, ya sea por comentarios hechos en el desarrollo de las entrevistas, o por el hecho definido en la historia de la conformación y colonización del pueblo Mapuche. Por ejemplo la dominación política en términos de las usurpaciones, a través de la “Pacificación de la Araucanía” o los abusos de los derechos humanos. Aspectos que han definido a la cultura Mapuche, y sobre todo a la hora de crear objetos de arte.

Las expresiones de arte mapuche se caracterizan por su impronta intercultural. Desde este punto de vista, la obra artística adquiere su articulación a partir del criterio de la diferencia cultural, criterio que permite el repliegue de la representación hacia sí como cultura originaria desde la cual se posiciona para establecer los gestos contrahegemónicos y contraculturales. Desde el punto de vista de su función, este sistema se articula como territorialización simbólica del ethos cultural, medio de visibilización de las problemáticas interculturales y mecanismo de reafirmación identitaria. García Barrera, M. (2009).

Desde un punto de vista estético, este sistema en formación da cuenta de la búsqueda de un lenguaje propio y diferenciado y del esfuerzo por recuperar una concepción real o imaginada de la expresión artística tradicional, lo que provoca una tensión conceptual en los criterios estéticos ingresados al sistema ya que, en el hecho, la representación artística se encuentra mediada por la circunstancia intercultural, lo que motiva consciente o inconscientemente el desplazamiento al interior de este sistema de códigos y de criterios de ambos lados, además, de los formados en el espacio intersticial (García, 2009).

Desde un punto de vista comunicativo y comunicacional, este sistema en construcción legitima las producciones de arte al interior de los procedimientos de visibilización pública con que las organizaciones, líderes políticos y, también, actualmente los creadores mapuches buscan estrategias para las diversas problemáticas que los afectan en el contexto de una interculturalidad asimétrica. García Barrera, M. (2009).

Otro enfoque empírico, lo presenta el artículo La construcción del relato mítico ancestral en el arte y la poesía mapuche actual, de la autora Mabel García Barrera. En el indica que el arte mapuche actual caracterizado por mezclar prácticas de la producción artística y del saber cultural mapuche ancestral como de la cultura occidental (García, 2010).

1.4. Metodología.

1.4.1. Tipo de investigación.

Esta investigación es de tipo cualitativa y descriptiva. Las particularidades de este tipo de investigación tienen relación con su desarrollo flexible y recursivo a través del proceso de investigación en sus principales etapas: diseño, recolección y análisis de la información. Las características de adoptar el presente estudio desde una mirada cualitativa se debe a que ésta se toma en serio el contexto y los casos para entender un problema en estudio, su historia y complejidad, lo que constituye un elemento fundamental para comprender lo que se investiga (Flores, 2009; Flick, 2007).

La investigación cualitativa, desde las notas de campo y las transcripciones o apuntes, hasta sus descripciones e interpretaciones del material recolectado, así como la presentación de hallazgos se basa principalmente en el texto y en la escritura. De esta manera, la investigación cualitativa utiliza principalmente el texto – y la imagen en caso de ser necesario – como material empírico, en lugar de los números (Flores, 2009). En este tipo de investigación se parte de la noción de construcción social de realidades a través de los sujetos que participan en ellas, por lo que se interesa en las perspectivas de estos sujetos, en las prácticas y en el conocimiento cotidiano (experiencia) relacionada con el objeto de estudio de interés. De esta manera la investigación cualitativa es:

Una actividad situada que localiza al observador en el mundo. Consiste en un conjunto de prácticas materiales interpretativas que hacen visible en el mundo. Estas prácticas transforman el mundo. Lo convierten en una serie de representaciones, incluidas notas de campo, entrevistas, conversaciones, fotografías, grabaciones y memorandos personales. En este nivel la investigación cualitativa implica un enfoque interpretativo, naturalista del mundo. Eso significa que los investigadores cualitativos estudian las cosas en su entorno natural intentando dar sentido a los fenómenos o interpretarlos desde el punto de vista de los significados que les dan las personas (Flicker, 2007, p.43).

En general se ha señalado que las investigaciones cualitativas son: a) una concepción holística fenomenológica del fenómeno que se estudia; b) inductiva; c) estructuralista; d) orientada al proceso; e) propia de la etnografía y la antropología. La orientación cualitativa está interesada en la comprensión de la conducta del actor social, orientada hacia el sentido, se trata de una observación de tipo naturalista en el que hay un escaso control de las variables, se fundamenta en la percepción del actor social y generalmente orientada al descubrimiento (Taylor & Bogdan, 1994).

Por otro lado, la investigación cualitativa se basa en el uso de conjeturas más que en hipótesis totalmente estructuradas sobre el comportamiento de los fenómenos, busca la validez, por lo que se dirige a la generación de datos con sentido, intensos y profundos (saturación). Además, cabe señalar que este tipo

de investigación no es generalizable más allá de la comunidad que se estudia o de los casos particulares.

La investigación cualitativa es un proceso de indagación que obtiene datos del contexto en el cual se producen los eventos. De esta manera se la entiende como un esfuerzo por describir y explicar los fenómenos sociales que tienen cabida en escenarios naturales, sin intervención del investigador. Por ello se realiza un registro descriptivo de una serie de hechos de interés y en relación al objeto de estudio, en el cual adquiere especial relevancia las palabras de las personas, habladas o escritas, tal y como ellas las pronuncian, así como la conducta directamente observable (Taylor y Bogdan, 1994)

El conocimiento que se genera a partir de este tipo de investigación requiere un mayor grado de rigurosidad, precisión y validez metodológica, aunque la información no necesariamente pueda ser estandarizada en variables e indicadores específicos. En general se utiliza la triangulación como herramienta para alcanzar la validez. En este estudio se ha utilizado la triangulación de técnicas de recolección como la de carácter documental en conjunto con las entrevistas y observaciones (imágenes) del diseño de producto de las emprendedoras mapuche.

Por último, los métodos cualitativos están a disposición del investigador, quién asume la tensión de su realización. Es decir, la ejecución de este tipo de investigación recae totalmente en el investigador que la realiza, a partir de su experiencia en la recolección del trabajo de campo y su posterior análisis. La construcción del conocimiento cualitativo se efectúa a través de un acercamiento pautado y meditado de parte del investigador en el terreno, el cual facilita el acoplamiento entre investigador y actor social informante.

Para finalizar este apartado, cabe señalar que el diseño de investigación cualitativo adoptado en la presente investigación es de carácter etnográfico. Esto se profundizará en el siguiente apartado, pero cabe destacar que la etnografía se orienta a: describir la cultura de los pueblos, utilizando el trabajo de campo como punto de partida, dar cuenta de punto de vista de los actores sociales, con el objeto de describir, interpretar y explicar su concepción del

mundo, generar información basada en datos empíricos, mediante una variedad de técnicas, como la observación y la entrevista, respectivamente (Flores, 2009; Angrosino, 2007).

1.4.2. Diseño de investigación.

El diseño de la presente investigación es de naturaleza etnográfica. La etnografía significa literalmente descripción de un pueblo. De esta manera, cabe señalar que la investigación etnográfica se ocupa de las personas en un sentido colectivo y no de individuos particulares y/o aislados en sí. El modo de vida distinto que los caracteriza es su cultura. El estudio de la cultura de una comunidad implica un análisis del comportamiento, las costumbres y las creencias que aprenden y comparten los miembros de ese grupo social (Angrosino, 2007).

La investigación en diseño etnográfico se fundamenta desde el trabajo enfocado en el emprendimiento de la cultura Mapuche en la región de la Araucanía, Chile. Ya sea por la reunión de aspectos atractivos para la investigadora y sobre todo por el trabajo de campo realizado, la mayor cantidad de habitantes de cultura originaria Mapuche residen en la zona Araucana y por lo mismo se han generado redes de contacto para la construcción de datos empíricos.

Cabe señalar que la etnografía es una estrategia y método de investigación bastante amplia y compleja que se basaba originariamente en la participación y la observación en campos abiertos o instituciones. Muchas definiciones de la etnografía subrayan el uso flexible de varios métodos, además de la observación, durante un período extenso de permanencia en el campo y participación en una forma (o rol) u otra en él.

En otras palabras, la etnografía es un enfoque para estudiar grupos y procesos en su escenario natural, lo que requiere un uso flexible de métodos y muchísima paciencia en el campo y con él. Los datos pueden ser menos sistemáticos que en otros métodos, pero pueden ser más holísticos en las descripciones que hacen posible (Flores, 2009; Corbetta, 2007). Por

consiguiente, la generalización en este tipo de diseños es a menudo más interna en relación al objeto de estudio de interés.

El método etnográfico implica la recogida de información sobre los productos materiales, las relaciones sociales, las creencias y los valores de la comunidad. La recogida de datos se basa en diversas técnicas como la observación, la entrevista o el estudio documental. El producto etnográfico en sí es un informe que incorpora información recogida mediante una descripción y análisis de la cultura en una comunidad. Los principios básicos de este diseño y método de investigación son:

Se procede a una búsqueda de *patrones* a partir de las cuidadosas observaciones del comportamiento vivido y de entrevistas detalladas con personas en la comunidad estudiada. Cuando los etnógrafos hablan de cultura, sociedad o comunidad, es importante recordar que están hablando en términos que son abstracciones generalizadas basadas en numerosos datos de una forma que tenga sentido para el etnógrafo, que tiene una visión panorámica global del todo social o cultural de la que pueden carecer las personas que viven en él. Los etnógrafos deben prestar una atención cuidadosa al proceso de investigación de campo. Se ha de prestar atención siempre a la manera en que se consigue entrada al emplazamiento de campo, al modo en que se establece una relación de confianza (*rapport*) con las personas que viven allí y al modo en que se llega a ser un miembro participante de ese grupo (Angrosino, 2007, p.35).

De esta manera el diseño y método etnográfico es la ciencia que describe a un grupo humano y todo lo relacionado a ella: sus instituciones, los comportamientos interpersonales y las producciones materiales y creencias de sus miembros. La etnografía recoge datos sobre la experiencia humana vivida para distinguir patrones predecibles más que la descripción a secas. Esta se realiza en el emplazamiento o lugar geográfico elegido, siendo el investigador un participante subjetivo de la vida de aquellos a los que estudio y, a la vez, un observador objetivo de aquélla.

El enfoque etnográfico adoptado en esta investigación, como se puede observar, es un método de campo, es personalizado, es multifactorial, requiere de un compromiso en un determinado período de tiempo, es inductivo, es

dialógico y es integral. Es de campo porque se realiza en los entornos en los cuales viven las personas reales, más que en laboratorios donde al investigador controla todas las variables que se han de observar y medir. Es personalizado porque los investigadores que lo llevan a cabo en contacto cara a cara con las personas a las que estudian y que, por lo tanto, son participantes y observadores de la vida en comunidad que estudian.

Es multifactorial porque se efectúa mediante el uso de dos o más técnicas de recogida de datos, que pueden ser de naturaleza tanto cualitativa como cuantitativa, para triangular potencialmente una conclusión fortalecida que sea aportada por las múltiples maneras en que se abordó. Constituye un compromiso de largo plazo, dado que lo practican los investigadores que interactúan con las personas a las que estudian durante un período relativamente prolongado en el tiempo, aunque el marco temporal puede variar de semanas a años. En este estudio el marco temporal fue de semanas.

Es inductivo porque se lleva a cabo de tal manera que utiliza acumulación de detalles y material descriptivo para desarrollar descripciones y explicaciones teóricas, en lugar de comprobar necesariamente hipótesis o modelos teóricos ya existentes. Es dialógico, esto es, lo practican los investigadores cuyas interpretaciones pueden comentarlas las personas que son objeto de estudio, incluso mientras las conclusiones están en proceso de elaboración. Por último, es integral porque se realiza para obtener el retrato más completo posible del grupo investigado.

Se puede hacer investigación etnográfica donde las personas interactúan en entornos de grupo naturales. La etnografía descansa en la capacidad del investigador para interactuar con las personas y observarlas mientras se ocupan de sus actividades en la cotidianidad. Los métodos etnográficos se utilizan principalmente cuando se necesita investigar una situación de campo en la que no hay antecedentes teóricos y empíricos de relevancia anteriormente y que, por lo tanto, aún no se comprenden con claridad los problemas o los comportamientos sociales de ese lugar. Por otro lado, también se utilizan para obtener la perspectiva de las propias personas

sobre los problemas en la medida que el estudio los considere como una meta importante de investigación.

Los problemas de investigación específicos en lo que se emplean generalmente los métodos etnográficos tienen relación con avanzar en la definición de un problema de investigación, con la justificación de resultados no predecibles, con la identificación de los participantes en el entorno social, con la documentación de los procesos sociales y el diseño de mediciones apropiadas según el contexto en el que se van a emplear. De esta manera, es posible llevar a cabo investigación etnográfica donde sea que las personas interactúen de manera natural al interior de un grupo social o de una comunidad.

Por otro lado, cabe señalar que el trabajo etnográfico de la presente investigación se orienta con elementos de la tradición interaccionista (simbólica), en la medida que el trabajo de campo se dirigió, en parte, a descubrir los significados, los cambios en las formas y la simbología en el diseño de los productos mapuche, en función de los significados que los actores sociales, en este caso las emprendedoras, atribuyen a dichos productos.

Es por ello que se hace relevante abordar la simbología mapuche en el diseño de producto de las emprendedoras mapuche mediante un diseño y método etnográfico, dado que se trata de una investigación con pocos antecedentes empíricos y teóricos a nivel nacional y, particularmente, en la región de La Araucanía. En este sentido, también cabe señalar que la utilización del método etnográfico favorece la recolección y el análisis de la información obtenida en el campo de estudio, particularmente, en áreas de reciente interés investigativo. El método etnográfico favorece la construcción de un proceso de investigación recursivo entre recolección y análisis, que ayuda a ajustar las preguntas y objetivos de investigación de manera continua, respectivamente.

1.4.3. Recolección de Información y unidades de análisis.

El muestreo en la investigación cualitativa puede presentar lógicas diferentes. Se puede distinguir un muestreo más formalizado de las maneras más intencionales y flexibles de hacerlo. En el primer caso, el muestreo se define por el número de casos por adelantado, incluye un estándar de ciertos rasgos. Es decir, bajo una investigación cualitativa el muestreo se puede definir a partir de las características específicas de las unidades de observación/análisis como, por ejemplo, que los entrevistados sean sólo hombres o sólo mujeres o una mixtura de ambos, que presenten determinada edad o profesión, que residen en un mismo lugar, entre otros elementos que se puedan considerar relevantes antes del inicio del trabajo de campo. El propósito es que a partir de ciertos rasgos demográficos (edad, género, profesión u otros) se pueda acceder a la variedad existente en densidad de la información.

En un segundo caso, y con una lógica diferente al caso presentado anteriormente, es definir los casos en la investigación de manera más intencional y a través del proceso de investigación y no totalmente de antemano. Esto tiene relación con algunas de las nociones fundamentales que componen la Teoría Fundamentada (Grounded Theory) en el contexto cualitativo, particularmente, lo que se entiende como muestreo teórico y que se define como:

Recolección de datos guiada por los conceptos derivados de la teoría que se está construyendo y basada en el concepto de "hacer comparaciones", cuyo propósito es acudir a lugares, personas o acontecimientos que maximicen las oportunidades de descubrir variaciones entre los conceptos y que hagan más densas las categorías en términos de sus propiedades y dimensiones (Corbin & Strauss, 1998, p.219).

Este tipo de muestreo particular en el caso de la investigación cualitativa se aleja, entonces, de la definición clásica de la mirada cuantitativa, a través del cual el muestreo queda totalmente definido en una fase anterior al trabajo de recolección propio de campo. De esta manera, tanto la recogida como el

análisis de los datos están interconectados, ya que el diseño de investigación realizado en este estudio ha sido concebido como una espiral a través de la cual conocemos qué tipos de informantes – mapuche – se deben seleccionar y entrevistar para el logro de la progresiva densificación y emergencia de una teoría comprensiva formal de nivel micro (Flores, 2009; Fernández, 2006).

De esta manera, el muestreo teórico es aquel que se utiliza para generar una teoría comprensiva a nivel micro y para el contexto particular en el cual se aplica, en donde el investigador colecciona, codifica y analiza sus datos y decide qué datos recoger más adelante y dónde encontrarlos para desarrollar una mejor teoría analítica del objeto de estudio de interés. Este tipo de muestra permite o facilita la emergencia de categorías (personas y sucesos) en las que se puede potencialmente profundizar. Por ello, la preocupación principal de este tipo de muestreo es encontrar información relevante para la teoría que se está buscando, más que una cantidad de casos seleccionados al azar que sean representativos de una población en términos estadísticos.

Los criterios empleados en el presente estudio para determinar el cese de la recolección de información vinieron delimitados por: los límites empíricos de los datos, a integración y densidad de la teoría, así como la sensibilidad teórica de la investigadora.

De esta manera, el muestreo teórico es importante, particularmente, cuando se exploran áreas nuevas o poco conocidas porque permite al investigador escoger las perspectivas de muestreo (o elementos) que pueden aportar de manera significativa en términos teóricos en el proceso de recolección y análisis de la información. Por lo tanto, este muestreo el que ha sido adoptado principalmente en la presente investigación sobre las emprendedoras mapuche y su uso del color, la morfología y el uso de materiales en el proceso del Diseño.

En el contexto de diseño etnográfico adoptado en esta investigación, el muestreo teórico sigue en general los siguientes tres pasos: (1) selección de uno o varios emplazamientos en el que es probable que se encuentre el

problema a estudiar; (2) muestreo estratégico inicial de casos, con el fin de ir obteniendo información para responder con evidencia relevantes a los objetivos y preguntas de investigación; y, (3) muestrear nuevos casos, lo cual significa buscar personas o acontecimientos en el que se sitúen en un espacio temporal y en contextos diversos o similares (Angrosino, 2007; Flores, 2009).

El inicio de trabajo de campo fue de la mano con los objetivos diseñados en un inicio de la propuesta, por lo cual se ha ido alimentando la investigación en base a estos parámetros que de alguna forma van dándole vida a la idea y fundamento. Con el avance de la investigación se fueron presentando problemas de acceso a las fuentes primarias, lo cual dio freno al avance indagatorio, reflejado en un nuevo enfoque.

Es por esto que el fundamento de la direccionalidad del estudio se enfoca hacia el emprendimiento de la cultura, haciendo luz directa en estos trabajadores que se apegan a un modelo de negocios requerido para dar inicio al emprendimiento oficial en Chile, y que desean exhibir sus creaciones. Lo anterior con el fin de comercializar sus ideas e ingresar en un mercado regional delimitado por la reunión de emprendedores Mapuche de distintas zonas de la región de La Araucanía.

El análisis de las representaciones presentes en los diferentes formatos que las emprendedoras diseñan, son el foco de la investigación, la relevancia de cada uno de esos relatos gráficos, su comunicación, forma y color, da espacio a la dirección de la tesis.

Sobre lo anterior, son aspectos de fundamentos iniciales del diseño gráfico los cuales darán el soporte a la investigación de diseño, el análisis está presente en cada producto o servicio del emprendedor, observando la simbología Mapuche.

A modo de fundamento, se presentan diez personas emprendedoras, basados en la aplicación de entrevistas semi estructuradas, entrevistas abiertas, en donde se encuentran emprendedores que trabajan la madera, lana en telar, cuero, orfebrería en plata y greda. Cada uno de ellos presentan sus creaciones, con la singularidad que deben tener en el diseño la simbología

Mapuche. En este espectro la relevancia es el color, forma y simbología, considerando la funcionalidad y estética de lo analizado, fundamentos básicos del diseño en su definición.

El diálogo con fuentes “clave” por previo dato de informantes, material audiovisual, ferias, exposiciones, grabaciones, son algunos de los recursos que se utilizarán para la recolección de información.

El muestreo teórico, tal como se ha mencionado, será una de las técnicas de relevamiento, para así discriminar y seleccionar el material de importancia, de esta forma se podrá maximizar la oportunidad de verificar el argumento necesario. Strauss y Corbín (2002).

La flexibilidad y sensibilidad serán claves para el trabajo de recolección de información necesaria, ya que si es necesario se aplicarán entrevistas formales, o simplemente grabaciones de conversaciones en contextos adecuados. La sensibilidad estratégica será definida por la adaptabilidad, elección de ambientes idóneos, y evitar la exclusión de distintos niveles de grupos objetivos.

El trabajo en terreno será fundamental para la investigación, reuniones, entrevistas, exposiciones, diálogos con comuneros Mapuche, artistas locales, artesanos que trabajan en diseño, (gráfico, indumentaria, productos, industrial) ya que poseen una gran cantidad de creaciones, en su mayoría a menor escala, y que se encuentran en zonas apartadas de la gran ciudad. (Pucón, Villarrica, Pitrufquén, Cho Chol, Curarrehue, Lonquimay, Caburga, Traiguén, Vilcún, Cajón, Puerto Saavedra, Budi, Freire, Cunco, Nueva Imperial, Curacautín, Conguillío, Perquenco, Lautaro, Victoria, Carahue, Gorbea, y Malalcahuello). Existen zonas cerradas de comunidades Mapuche, en donde se dificulta el ingreso a “chilenos”, son territorios protegidos y con una invitación de confianza se accede, así también sucede con las fiestas típicas Mapuche.

El foco específico se reduce a la zona geográfica de mayor turismo, ya sea por la facilidad de acceso hacia las emprendedoras, por ejemplo, en ferias establecidas, locales y espacios de vitrina comercial para ellos. Específicamente entre la ciudad de Temuco, Villarrica y Pucón, ya que estas

localidades ofrecen espacios para la exhibición, ferias y eventos sociales relacionados con la etnia.

La muestra se presenta con diez emprendedores, los cuales fueron entrevistados a través de una entrevista semi estructurada abierta, apoyado de material audiovisual. Cada uno de ellos aportó desde su especialidad, y sobre todo en comunicación con otros emprendedores de la zona, con ascendencia Mapuche.

Lo anterior se presenta dando un pie de inicio para la investigación, gracias a los diez casos de estudio, los cuales fueron sugeridos por los informantes claves, ya que ellos presentaban las características necesarias para ser parte de esta indagación inicial.

Lo interesante de esta muestra, es el seguimiento de estos casos, ya que se presenta en el rango de cinco años de investigación, por medio de trabajo de campo en los diferentes sectores de estudio, por lo general relacionado al área turística de la región.

En una primera etapa se definieron los perfiles de estos casos, ya sea por sector geográfico, social y político, ya que éstos términos daban pie al acceso de la información. No se debe olvidar que la cultura Mapuche es un sector que en algunos casos se presenta en zonas aisladas, separadas y segregadas de la sociedad chilena, como son los casos de las comunidades Mapuche. Los denominados “comuneros Mapuche”, pertenecientes a estas comunidades aisladas que se rigen por la cosmovisión Mapuche de una forma rígida.

Dentro de la definición de perfil se presentaron las dimensiones de espacio geográfico, específicamente región de La Araucanía en Chile, que fuesen emprendedores de la región, esto quiere decir que comercialicen sus productos. También, que en sus creaciones se presentaran diseños con motivo gráfico, por ejemplo, por medio de la simbología Mapuche.

Sobre lo anterior, se encontraron rangos etarios muy variados, que van desde los 25 a 65 años, además del predominio del género femenino. La muestra seleccionada se presenta por mayoría del sexo femenino, sobre todo

en los materiales de lana y platería, caso distinto es en el trabajo realizado en madera que mayormente lo desarrollan hombres.

Posteriormente se realizaron análisis de los diseños con motivo gráfico presentes en los casos de estudio seleccionados, a través de imágenes, material audiovisual, recopilación bibliográfica en museos, universidades y sitios de investigación sobre pueblos originarios.

El análisis de las representaciones con motivo gráfico será presentada en capítulos posteriores, en donde se podrá apreciar la distinción de patrones gráficos, la simbología Mapuche como forma y sobre todo el color.

Lo anterior se presenta a través de un cuadro representativo de patrones que se repiten en los diseños con motivo gráfico, ya sea en términos geométricos, volumétricos, de síntesis lineal o plano lleno definidos en el marco teórico de fundamentos básicos del diseño.

Lo interesante del análisis de los diseños con motivo gráfico, son las propuestas de las nuevas generaciones, que se han inspirado en la simbología Mapuche, para dar singularidad a cada una de ellas. Es aquí donde se hace un acercamiento a la hipótesis planteada en la parte conceptual de la investigación que será desarrollada en los últimos capítulos de esta tesis.

Por último, también cabe señalar que se trabajará una búsqueda del marco teórico adecuado en términos de datos históricos, sociales y antropológicos de la cultura a estudiar, ya que es fundamental tener una base teórica sobre la historia, antecedentes, fechas emblemáticas etc. Y también un análisis profundo sobre teoría del arte Mapuche en textos locales y de la zona argentina, como por ejemplo Neuquén, Río Negro entre otros.

1.4.4. Plan de análisis de la información.

Dar sentido y rescatar la significación presente en el material cualitativo o corpus de datos rescatado en el trabajo de campo y el que sido co-construido

con los actores sociales implica, reducir las notas del terreno, las descripciones, apuntes, transcripciones, explicaciones o justificaciones, hasta llegar a una cantidad manejable de datos y/o unidades de significación. Esto supone estructurar y exponer tales unidades de significación y, a su vez, generar una serie de conclusiones respecto de ellas. De esta manera, la reducción de la información generada, la estructuración y presentación de las conclusiones requiere la necesidad de elaboración de determinados conceptos o códigos o categorías cualitativas de estudio.

El código, en el contexto del análisis cualitativo, constituye una abreviación o símbolo que es aplicado a una serie de párrafos o frases sobre el material o corpus cualitativo generado por medio de las transcripciones de las observaciones realizadas, las entrevistas de diverso tipo y las imágenes obtenidas. La realización de códigos responde a una tensión permanente entre los objetivos de investigación y la información generada en el trabajo de campo. En el caso de este estudio, los códigos como forma, material (cuero y otros), han sido elaborados antes y durante el trabajo campo, considerando el esquema conceptual del estudio que se ha realizado sobre las emprendedoras mapuches y sus tipos de diseño de producto.

La codificación es el proceso por medio del cual se identifican los conceptos y se descubren las propiedades y dimensiones de la información recolectada. El concepto asociado al código (es el mismo) es un fenómeno o una característica o un elemento al que se le ha puesto una etiqueta. Se trata de una representación abstracta de un acontecimiento, objeto o acción /interacción que un investigador identifica como significativo en el corpus de datos (Flores, 2009; Fernández, 2006; Hernández, Fernández & Baptista, 2003). El propósito de denominar a los elementos del objeto de estudio es facilitar el orden del material cualitativo en el sentido de reunir acontecimientos, sucesos, formas u objetos con características similares bajo un esquema clasificadorio común.

Este proceso está anclado, también, en la elaboración y utilización de notas de campo. Sirven para abrir y comprender de mejor manera el corpus de datos cualitativo recolectado. Son un registro esencial para la identificación de fragmentos de material relevante y significativo para el análisis que se desea

realizar para responder a los objetivos e interrogantes de investigación planteadas.

En esta investigación, tanto los apuntes/transcripciones de las entrevistas como las imágenes del diseño de arte de las emprendedoras mapuche, ha sido analizado en función del proceso de codificación y categorización de todo análisis cualitativo basado en la teoría fundamentada (Grounded Theory). Esto con el propósito de desarrollar una teoría una micro teoría en función de los objetivos y las preguntas establecidas. Por lo tanto, el plan de análisis de la información cualitativa obtenida en base a las entrevistas semi-estructuradas realizadas a las emprendedoras mapuche y al análisis del diseño de sus productos, se compuso de las siguientes etapas (Fernández, 2006):

- a) Identificación y obtención de información: a través el registro de notas de campos, transcripciones y las observaciones (fotos) a los productos diseñados por las emprendedoras mapuche.
- b) Capturar, transcribir y ordenar la información: la captura de información se ha realizado a través de diversos medios. En el caso de las entrevistas y las fotos realizadas al diseño de los productos de las emprendedoras, éstas han sido realizadas a través de medio electrónicos.
- c) Fragmentación de la información en citas: en esta etapa se fragmenta la información identificada y ordenada anteriormente en citas o fragmentos considerados relevantes por el investigador para sus propósitos de investigación. Este paso implica un proceso de reducción de complejidad y representa un primer nivel del análisis textual de los datos.
- d) Codificación de la información en categorías: la codificación es el proceso mediante el cual se agrupa la información obtenida en categorías analíticas específicas que concentran las ideas, opiniones, conceptos o temas tratados en las entrevistas aplicadas. Los códigos

son las etiquetas que permiten asignar unidades de significación a los textos o imágenes fragmentadas y clasificadas, en base a su información descriptiva e inferencial. Las categorías generadas en la presente investigación (color, forma, material, entre otras), se han utilizado como códigos analíticos para identificar a pedazos de texto e imagen de diferente tamaño, como palabras, frases y párrafos de los apuntes.

- e) Integración de la información: en esta etapa, las categorías obtenidas y categorizadas facilitan la integración de la información en forma de relaciones conceptuales. Mientras que en el proceso de codificación se fragmentan las transcripciones en distintas categorías separadas por temas, conceptos, palabras claves, en esta etapa correspondiente a la integración de la información se interpretan dichos códigos y se vinculan entre sí para el objeto de estudio y para dar respuesta a las interrogantes y objetivos de investigación. Este proceso de integración representa un segundo nivel en el análisis de la información, caracterizado por ser mayormente de naturaleza conceptual.

Como se puede observar, las primeras tres etapas corresponden al nivel de análisis textual de la información (identificación de información relevante y ordenamiento de la información y segmentación de ésta en citas o frases), mientras que la segunda, que comienza con el proceso de codificación y categorización de la información en conceptos significativos y que termina con la integración y vinculación de esta información codificada, representa un nivel de análisis conceptual. Cuando los conceptos se relacionan mediante ciertas oraciones para la formación de un marco teórico explicativo, los hallazgos de la investigación pasan de ser un ordenamiento conceptual a convertirse en un conjunto explicativo. Por explicación, en el contexto del presente estudio, se entiende un conjunto de conceptos desarrollados en el curso de la investigación, por medio de oraciones de relación, las cuales juntas constituyen un marco conceptual integrador para explicar el objeto de estudio.

El análisis cualitativo realizado a las entrevistas efectuadas y a las imágenes obtenidas del diseño mapuche, ha sido realizada en tres niveles, con las siguientes interrogantes en general: el primero, categorial: ¿qué elementos, encontramos relevantes en entrevistas diferentes para una categoría específica? Dentro de un caso; el segundo, según caso, ¿qué dice el entrevistado sobre temas diferentes en relación a las categorías de estudio de la presente investigación?; el tercero, entre casos, ¿qué grado de diferencia o similitud hay en las respuestas de diversos entrevistados en lo referido a un tema/categoría o en lo referido a toda la entrevista? Este enfoque del análisis cualitativo es bastante flexible al desarrollo de una micro teoría sobre el emprendimiento y el diseño de producto mapuche, lo cual está en estrecha relación con el diseño cualitativo etnográfico adoptado en esta investigación.

De esta manera, una vez que la información ha sido recolectada, transcrita y ordenada, la primera tarea en un marco de análisis de teoría fundamentada, consiste en darle sentido a la complejidad contenida en las entrevistas, en este caso correspondiente a las emprendedoras mapuche y los diseños de sus productos, en base al proceso de codificación. En otras palabras, las tareas fundamentales que se han emprendido en la presente investigación durante el proceso de codificación, en relación al análisis de la información cualitativa obtenida a partir de las entrevistas a imágenes y en base al diseño cualitativo – etnográfico adoptado tiene relación con: el muestreo teórico, la identificación de temas, la construcción de un sistema de categorías claves, la fragmentación de citas en categorías (marcar textos) y la construcción e integración de información a nivel conceptual.

La contribución del análisis cualitativo desde la perspectiva de la teoría fundamentada, tiene relación en dirigir la atención hacia el proceso de conceptualización basada en la emergencia de patrones sociales en base a las entrevistas y material recolectado de la presente investigación (Flores, 2009). El método de análisis cualitativo, realizado en esta investigación, por lo tanto, fue efectuado en función de los elementos analíticos que caracterizan en el denominado método comparativo constante, el cual es el método que desde la perspectiva de la teoría fundamentada facilita la identificación, fragmentación, codificación e integración de la información. En otras palabras: puede generar

teoría de nivel micro y de rango medio a partir de la comparación sistemática de incidentes (trozos de texto, trozos de imágenes). Es decir:

La comparación constante es la búsqueda de semejanzas y diferencias a través del análisis de los incidentes contenidos en los datos. Comparando dónde están las similitudes y las diferencias de los hechos, el investigador puede generar conceptos y sus características, basadas en patrones del comportamiento que se repiten. En definitiva, este método persigue hallar regularidades en torno a procesos sociales (Carrero, Soriano & Trinidad, 2012, p.29).

El método comparativo constante (MCC) es aplicable a cualquier tipo de información cualitativa. Es por ello que en esta investigación se le ha seleccionado para el análisis de las entrevistas y las imágenes tomadas a los diseños de los productos creados por las emprendedoras mapuche. En su aplicación, como se ha optado en esta investigación, se pueden distinguir cuatro etapas generales. En primer lugar, la comparación de incidentes y su categorización. Esta fase inicia con la comparación constante de cada incidente (notas de campo, párrafos de transcripción, imágenes), asignando posteriormente categorías o códigos como sea necesario. Después, la teoría emergente cobra forma en la medida que tanto la recolección como el análisis se efectúan simultáneamente y se vinculen o relacionen las categorías asignadas. En esta etapa se integran categorías y las propiedades de cada una.

Una tercera etapa de la investigación se centró en la conceptualización teórica. Por otro lado, la última etapa es básicamente la escritura de la teoría emergente o micro teoría como resultado de este proceso. En definitiva, lo que caracteriza el uso del método comparativo constante para este estudio, es que ha facilitado desde un comienzo la tarea de la investigadora la codificación y reflexión. Para los autores el método comparativo constante:

El método comparativo constante pretende generar explicaciones de forma sistemática por medio de la codificación explícita y la utilización indispensable de procedimientos de carácter analítico. En cuanto al método ha sido diseñado para que el investigador realice explicaciones teóricas de los fenómenos en estudio y al

hacerlo ella sea integrada, resista pruebas de consistencia y se base en información recogida, el procedimiento reviste una serie de pasos y directrices que detallaremos a continuación: a) comparar incidentes aplicables a cada categoría, b) integrar categorías y sus propiedades; c) delimitar la teoría; d) escribir la teoría (Flores, 2009, p. 56).

En consecuencia, el plan de análisis efectuado en esta investigación se ajusta en general a las características del método comparativo constante. Este método de análisis de la información cualitativa se realiza, tal como indica su nombre, a través de la comparación constante, por lo que combina la codificación obtenida en el análisis de la información y el desarrollo de interpretaciones y explicaciones de corpus que se están analizando, esto es, teoría o micro teoría, mediante la aplicación de categorías y sus propiedades e hipótesis vinculadas.

De esta manera, este método está diseñado para ser realizado mediante el uso del muestreo teórico como forma de identificación de los actores sociales que estén vinculados al objeto de estudio. La generación de información y los análisis del material recolectado que se derivan posteriormente de ella son posibles de realizar por medio de la observación de cuatro criterios fundamentales: la pertinencia, la efectividad, la relevancia y la modificabilidad.

Todo esto se vincula con la idea según la cual el escenario de estudio influye en la forma que la conducta es evidenciada, lo que, a juicio de la técnica, se debe tener en consideración cuando se analiza información cualitativa. Del mismo modo, en el proceso del muestreo teórico se procura identificar adecuadamente a aquellos actores sociales que puedan presentar una serie de propiedades o características que resultan ser relevantes para la investigación, lo que incluye la obtención de visiones y experiencias variadas que asumen las diferencias del fenómeno. De esta manera, el análisis de la información cualitativa obtenida en el campo de estudio se la puede entender como una actividad cuya finalidad principal es dar cuenta que todo material recolectado puede ser objeto de un análisis cualitativo riguroso que pueda responder a los objetivos y preguntas de investigación.

Como se puede observar, el proceso de análisis de información cualitativa supone la descripción e interpretación de ciertos fenómenos sociales. Basa su concepción en la forma que adquiere el sentido de un corpus de datos textuales y visuales. Un corpus de datos cualitativo puede ser entendido como la objetivación de un proceso comunicativo entre actores sociales, que opera en un contexto social determinado e identificable para la investigación. En este caso las emprendedoras mapuches que desarrollan sus actividades de diseño de producto mapuche en la región de La Araucanía (Chile). El contexto social en el cual operan es, por cierto, extra corpus, en cuanto dice relación a un conjunto de circunstancias y condicionantes sociales que no siempre y en todo momento están de manera manifiesta en el corpus recolectado. Sin embargo, ello no significa que tenga injerencia en la producción, en el análisis e interpretación de la información. De hecho, es fundamental.

En consecuencia, la relación entre contexto social y corpus de datos dan cuenta del sentido social de primero sobre el segundo. Es una relación autoproducida: la comunicación, como fenómeno social, sólo tiene cabida en la sociedad. Los contenidos de la comunicación incluyen, en esta investigación, a través de las entrevistas y las imágenes obtenidas de los productos diseñados por las emprendedoras, toda la carga que adquiere su elaboración y transmisión, mediante la selección de ella. De esta manera la presente investigación considera, además, dos grandes criterios que son comunes en la investigación cualitativa.

El primero de ellos, toma en cuenta el número y la calidad de los elementos, sean dimensiones o dinámicas, mediante una estrategia extensiva que tiene como propósito reducir la cantidad máxima de elementos a ser consideradas, centrándose en algunos aspectos esenciales de la información recolectada, aunque sin olvidar un tratamiento exhaustivo, completo (saturado) y preciso (válido). En cuanto al segundo criterio, de naturaleza intensiva, es la correspondiente a la integración en el análisis de todos los elementos

fundamentales que están en el corpus de datos, reconstruyendo sus relaciones temáticas.

En definitiva, el proceso de análisis cualitativo seguido en esta investigación se puede dividir en tres momentos característicos, pero interrelacionados e interrelacionables. Un primer momento de reducción de información cualitativa; un segundo momento de consolidación de la información; y, por último, un tercer momento correspondiente a la elaboración de interpretaciones más elaboraciones y del planteamiento de explicaciones sobre el fenómeno de interés.

Capítulo 2: Orígenes de las representaciones gráficas de la cultura Mapuche en la región de La Araucanía (Chile).

En esta segunda parte de esta tesis se presenta un **análisis documental** de los materiales escogidos por la investigadora, con el fin de enfocar la descripción e interpretación de éstos hacia el caso de cada emprendedor. De esta forma se hace mención de cada material, su forma y aplicación en distintos diseños y formatos, adaptados a las necesidades de clientes y sobre todo en respuesta a la creación de los autores.

Es relevante destacar la elección de estos materiales, ya que están presentes en los casos seleccionados y en relación a la muestra de estudio. El sector delimitado por la investigación es la región de la Araucanía, y específicamente lugares de atractivo turístico, por lo mismo se pueden encontrar objetos elaborados en los materiales elegidos.

También se aproxima al lector en relación al concepto de Cosmovisión en la cultura Mapuche, su concepción como tal, desarrollo y base de la creación en el trabajo del emprendedor, específicamente enfocado en los casos de estudio.

La definición de Cosmovisión en la cultura Mapuche, la dualidad, formas, color y comunicación, a través de distintas creaciones.

Finalmente se presentan estilos y tendencias presentes en las representaciones con motivo gráfico que persisten en el tiempo, por medio de los materiales escogidos por la investigadora.

2.1. Cultura Mapuche en la región de La Araucanía: los primeros diseños.

Los emprendedores de cultura Mapuche poseen una amplia producción en sus creaciones, y se presentan como empresarios del rubro, a través del trabajo artesanal y singular en cada una de sus propuestas. Para esta investigación se seleccionaron cinco materiales para analizar en los casos de estudio; cuero, madera, plata, lana y cerámica greda.

2.1.1. Materiales.

Cuero: El trabajo en cuero.

El trabajo en cuero fue desarrollado por los pueblos originarios desde sus inicios de forma artesanal para el cobijo y seguridad en la vivienda, por ejemplo, en el caso del pueblo Mapuche. Ellos diseñaron su vivienda y artículos en cuero, en la confección y la técnica de la talabartería, que se define a continuación (Saavedra, 2019).

La guarnicionería o talabartería es el arte de trabajar diversos artículos de cuero o guarniciones para caballerías. Se considera guarnición a todos los elementos de la espada que sirven para sostenerla o para proteger a la mano o manos que la empuñan, así como a la fabricación o arreglo de sillas de montar de caballería, albardas y aparejos: las monturas para los caballos y las albardas y aparejos (para montar los animales) para asnos y mulos.

Se suelen usar otros materiales además del cuero, como la lona, lanas gordas denominadas estambre con las que se elaboran las guarniciones o dibujos sobre las monturas o aparejos e hilos de colores. (Cogollo Arrieta & Valencia García, 2013).

La palabra talabartería tiene su origen en el término Talabarte, “cinturón con tiros para llevar colgada la espada o sable”; Talabartería, tienda o taller de talabartero; Talabartero, “persona que hace correas, sillas de montar, etc.” (Gran diccionario, 1981; 3643). Por tanto, éste es un término que incluye el trabajar la piel, transformar la y darle un sentido útil y bello.

El trabajo en cuero en la actualidad está relacionado directamente con la ornamentación, y funcionalidad, por ejemplo el diseños de indumentaria, muebles y accesorios.

Existe el trabajo de curtiembre que es desarrollado en los sectores andinos de la región de la Araucanía en Chile, específicamente en localidades rurales cordilleranas, técnica heredada entre familias, practicada tanto por hombres como por mujeres. Estos emprendedores curten el cuero para ser comercializado por marcas que desarrollan productos finales, y de esta forma desarrollan un negocio rentable dentro de la región y espacio rural. Por ejemplo en la confección de calzado, monturas para practicar equitación, objetos de

diseño ornamental y artículos que posiblemente son exportados para ser producidos de forma industrial.

Los emprendedores que trabajan este material diseñan sus artículos tanto para mujeres como hacia hombres, y se adaptan a la demanda local.

Madera: El trabajo en madera.

La madera como material ha sido trabajada a lo largo de la historia Mapuche como ornamento, ya sea tallada en base de dos dimensiones, así como en esculturas tridimensionales. Por ejemplo el diseño de utensilios de madera. La mayor parte de los objetos de uso diario en una ruka mapuche exceptuando las vasijas de cerámica eran confeccionados en madera. Estos objetos siguen siendo usados en muchas funciones en la actualidad, aún cuando existen alternativas de plástico y metal (Saavedra, 2019).

En las regiones de la Araucanía, de Los Ríos y Los Lagos, por otro lado, se desarrolla una importante actividad forestal y, por consiguiente, es el lugar donde existe la mayor producción artesanal asociada a esta materia. Es interesante apreciar la profusión de la artesanía en madera desarrollada en la región de La Araucanía, especialmente en Malleco y Cautín donde se han elaborado una gran variedad de artefactos utilitarios de decoración y muebles tallados, utilizando principalmente la madera de raulí y mañío. En la comuna de Villarrica se concentra la mayor oferta de estos utensilios.

Los Mapuche trabajan el tallado en madera, que es una de las manifestaciones artesanales con mucha tradición en la zona, con esta técnica elaboraron utensilios los antiguos habitantes de estas tierras, utilizando para ello las maderas de los ricos bosques del sector. En la actualidad se sigue trabajando de la misma manera, con el hacha y azuela tallando la madera pero creando nuevos productos, algunos de tipo utilitarios como platos, cucharas y cucharones, fuentes, bandejas etc y otros en que el uso se complementa con la decoración, por ejemplo en el diseño de flora y fauna del sector.

Este tipo de trabajo transita entre la funcionalidad doméstica y el poseer un significado ritual, pues las máscaras que representan al Kollom cumplen un rol específico en la ceremonia del Nguillatun. Por ejemplo el rehue y el

chemamull son troncos tallados que rematan en amplias cabezas. La máscara ritual, el kollón, se complementa con pelo de crin de caballo.

Es importante mencionar que las emprendedoras trabajan este material tanto como en el diseño de elementos de ornamentación, útiles de distinta índole, incluso armas, y hacia la funcionalidad en el trabajo de mueblería. En todos los casos anteriores se encuentran emprendedores de la región que plasman con distintas técnicas extractos de la simbología Mapuche.

El concepto de simbología Mapuche será abordado más adelante a modo de definición de la cultura Mapuche aplicado a los diseños en distintos formatos de estudio.

En el caso del trabajo en lana, la investigación se direcciona hacia las emprendedoras de telar, así como también hacia el diseño de indumentaria elaborado con lana. El primero elaborado con una técnica específica llamada telar, que se desarrolla con lanas puras, teñidas y preparadas para la confección final, y lo segundo ya a modo más industrializado, en donde se proponen out fits completos elaborados con la lana.

Por lo tanto, resulta relevante definir la técnica del telar, desarrollado por las emprendedoras Mapuche en la zona de la Araucanía, la fundación Chol-Chol es la que reúne la mayor cantidad de creadoras de telar, exhibiendo sus creaciones en el sitio web de la corporación y así ayudar en la difusión.

Platería: La orfebrería o Platería Mapuche.

La presencia de la metalurgia en el pueblo mapuche data de la época prehispánica. Sin embargo, la orfebrería en plata adquirió gran relevancia al interior de la comunidad mapuche, a fines del siglo XVIII, comenzando a ser desarrollada en forma intensiva por hábiles artesanos que lograron crear una gran diversidad de formas y estilos (Aedo, 1992; Chávez, 2013; Saavedra, 2019).

La gran cantidad de monedas de plata procedentes del activo comercio en la Frontera comenzaron a ser utilizadas como materia prima por los

artesanos especializados de caciques y poderosos hombres de la sociedad mapuche. En vez de utilizarlas como valores de intercambio, los orfebres martillaban y fundían las monedas para luego confeccionar alhajas para las mujeres y diferentes artículos usados en los arreos y aperos de los jefes mapuches, también llamados cacique o longkos. De esta forma, la platería obtuvo un importante valor como símbolo de status para longkos y ulmenes, y para sus mujeres que llevaban puestas estas joyas con sus atavíos rituales y festivos. Durante el siglo XIX, período de auge de la platería mapuche, se multiplicaron las formas de las piezas y sus diseños y decoraciones. No obstante, este fuerte desarrollo en la orfebrería decayó con el proceso de ocupación de la Araucanía.

En el trabajo en metal, la cultura mapuche aprovechó las monedas para crear joyas además de platos, vajillas y mates. Este trabajo nació a fines del siglo xviii y en la actualidad sobreviven las formas tradicionales como el trarilonco, los sükill y las trapelacucha, los chaway, el tupu que trabajan los retrafe (platero mapuche). (Chávez, 2013).

La platería fue una de las expresiones más observables del dinamismo y bonanza alcanzada por la economía mapuche en el periodo preocupacional, particularmente producto del comercio ganadero. La confección, evolución y acumulación de piezas de plata constituyó una expresión de la riqueza y poder alcanzado por caciques y ulmenes. Se asume, según la búsqueda bibliográfica sobre historia del pueblo Mapuche, que la pérdida de estas piezas de plata fue expresión de la precariedad económica por la que comenzó a transitar el pueblo mapuche en el proceso de colonización (Saavedra, 2019; Chávez, 2013).

En los últimos años se han realizado miniaturizaciones de estas piezas con un carácter más comercial. Antes del trabajo en metal, la tradición de la cultura mapuche estuvo ligada al trabajo en piedra, cuando originariamente realizaban piezas denominadas hoy como “joyas líticas”, asociadas a insignias de mando y llamadas “clavas”. Además, se hacían pipas, pitos y pifülcas con piedras finas en distintos colores (alabastro blanco, rojo, etc.). (Chávez, 2013).

Dentro de los materiales que trabajan los Mapuche, específicamente la plata, es uno de los más numerosos en el sector, el diseño, confección y trabajo del material es recurrente en la indagación de la investigación, por lo tanto se puede tener un espectro mayor de lo que ocurre con las emprendedoras.

En la actualidad, sobre todo en la Región de la Araucanía, sigue presente la tradición orfebre entre los plateros. La producción actual se dedica mayoritariamente a reproducir los sofisticados diseños ancestrales de formas antropoformas, fitomorfas, ornitoformas y geométricas, en reducidas proporciones. Lamentablemente las piezas relacionadas a lo ecuestre y a los objetos cotidianos, hoy ya no se producen.

Sobre lo relevado en la búsqueda bibliográfica y sobre todo en respuesta de entrevistas aplicadas con emprendedores que pertenecen a fundaciones regionales, la historia menciona la pérdida de éstas prácticas en el periodo de ocupación de la Araucanía. Después de las incursiones militares iniciadas en la década del sesenta, que tuvo sus momentos más intensos entre 1868-1872 con la llamada “guerra de recursos” y en 1881 con el levantamiento general, la situación de los mapuches pasó a un estado de verdadera miseria.

Las investigaciones efectuadas por Walter Reccius, uno de los más reconocidos estudiosos de la platería mapuche, le permitieron afirmar que antes de la llegada de los españoles, los mapuches conocían el uso de los metales y manufacturaban adornos de cobre, al igual que de oro y plata. Chávez, J. F. (2013).

Tomás Guevara sostiene que el desarrollo de la platería entre los mapuches sería con posterioridad a la llegada de los españoles, quienes habrían introducido a los indígenas en este oficio⁴.

Es importante de alguna manera documentar y dar data del trabajo en orfebrería, ya que se maneja información errada sobre los inicios de la producción de elementos en este material, según datos relevados, se piensa que el trabajo de orfebrería fue ingresado por la colonización, de alguna forma

⁴ Al respecto ver Tomás Guevara (1925, p. 362; 1908, p. 104). Esta misma postura asume Arturo Fontecilla (Fontecilla, 1946, p. 247-271).

especializado (Chávez, 2013; Saavedra, 2019). Dando a entender de que los Mapuche solo conocían la plata, pero no manejaban técnicas de fundición, diseño y tallado de simbología.

Con el pasar de los años, las actividades de desarrollo en orfebrería se han ido retomando, y sobre todo el trabajo de la platería, por lo cual las nuevas generaciones han ido adaptándose al mercado regional, diseñando nuevas propuestas para la creación de joyería.

Lo anterior es esencial para el estudio local, ya que la investigación lleva hacia distintos diseños plasmados en diferentes materiales, los cuales fueron definidos en los presentados anteriormente en base al universo entrevistado. Cada emprendedor con su especialidad, en donde hubo una intención en la elección de la muestra, ya que estos materiales son los mayormente trabajados en la región de La Araucanía, Chile.

Greda: El trabajo ceramista, específicamente la greda.

El trabajo elaborado en greda por los Mapuche consiste en moldear el barro para luego cocerlo, se perfecciona y comienza la selección de gredas, la preparación de pastas arcillosas, la construcción de hornos, la cocción a altas temperaturas, la incorporación de elementos decorativos, etc. Éste material se trabajó en los pueblos originarios en base a necesidades básicas de la etnia y sobre todo en ceremonias.

En el pasado pre-hispánico, los pueblos de América tenían un nivel de desarrollo social y cultural que se puede apreciar en los testimonios materiales encontrados. El uso de la arcilla en piezas ceremoniales y utensilios domésticos, alcanzó una perfección técnica y estética notable.

El patrimonio dejado por los pueblos indígenas fue evolucionando. Ello, unido a la presencia de España, con toda su carga cultural, ha generado una expresión propia de estos pueblos que muestran en su arte popular y su artesanía tradicional, el reflejo de lo que fueron y lo que son. Roselló, J. G. (2009).

Las técnicas de greda se desarrollan actualmente en cinco zonas bien caracterizadas: Pomaire, Talagante (área de Santiago); Quinchamalí (área de Chillán); Florida (área de Concepción), y localidades muy pequeñas de la cultura mapuche.

Estas localidades mencionadas son específicamente en zonas de la Araucanía, donde aún se desarrollan estas técnicas, por mencionar algunas localidades; Pucón y Villarrica. Sectores altamente turísticos y vitrina de las creaciones de las emprendedoras regionales, que participan de ferias y actividades turísticas en donde se genera la comercialización.

En la actualidad, es en la provincia de Cautín donde están más a la vista los grupos mapuches que elaboran cerámica vinculados al comercio con Temuco. La mayoría de la cultura material mapuche se produce actualmente con una finalidad turística, aunque se siguen fabricando algunos objetos para cubrir algunas necesidades propias. Quedan todavía casas mapuches (rukas) familiares donde, junto a la agricultura elemental, se elaboran cerámicas, tejidos y cestería. La gente de la ciudad compra los objetos más elaborados, generalmente zoomorfos, pero la producción doméstica se fundamenta en la fabricación de vasijas no muy grandes como cántaros, callanas o jarros para el muday, bebida fermentada hecha del piñón del calafate o maíz. Claude Joseph (1928) explica cómo antiguamente el muday se obtenía por la masticación del maíz realizada por las ancianas y posterior fermentación de la pasta mezclada con agua.

En 1971 Tomás Lago enumeró, entre otros lugares donde se fabricaba cerámica, a Mulchén, Quepe, Panguipulli (de Angol), Huichahue, Collinco, Roblehuacho, Queule (de Valdivia), San Juan de la Costa e Islote del Lago Ranco. Por su parte, Claude Joseph (1928) visitó Lanahue, Hutelolén, Puerto Domínguez, Licanco, Maquehua, Tranapunte y la zona del lago Budi, donde también pudo observar la confección de varios cántaros. Debido a los movimientos poblacionales, éste último autor documentó cerámica de “greda oscura” de tradición mapuche en la isla de Chiloé (Lago 1971) y en las localidades de Caulín, Hullinches de Huenteo y la Costa de Quinchao.

Sobre lo anterior es relevante hacer mención sobre el trabajo desarrollado en cerámica, ya que específicamente la greda queda dentro del concepto cerámica, dado que la técnica es similar pero con sustitución de materias primas. Específicamente los Mapuche trabajaron la greda en sus inicios como pueblo originario, pero actualmente el desarrollo en propuestas de cerámica es importante, tanto así como la materia prima inicial, la greda.

Es por esto que la técnica está presente en distintas localidades a lo largo de Chile, donde los autores mencionados anteriormente hacen descripción y estudio con emprendedores de cada zona. Los artículos abordados y citados ubican al lector dentro de las distintas gamas con respecto a la técnica, y sobre todo en el espacio geográfico de la Araucanía.

Lana: El Telar Mapuche.

El tejido en telar mapuche es una tarea exclusivamente femenina que si bien está destinada al uso cotidiano, esconde en sí misma una simbología solo conocida por las grandes tejedoras.

Antiguamente la misma gente tejía su ropa para vestirse, para salir o para asistir al lepún. Los tejidos se hacían en telares, los cuales se construían con madera de distintas medidas de acuerdo al tamaño de la prenda.

El Telar está formado por: una kilwa, que es un palo atravesado donde va la lana; el parampawe, que es una tablilla que baja la cruzada de la lana; el ñirewe, para apretar el tejido que se hace con madera de luma porque es más pesada y dura y por el tonón, un palo fijo que se encarga de que la lana se vuelva a cruzar y va acompañado de unos coligües que levantan lo levantan.

La esquila de las ovejas se debe realizar antes del veinte de diciembre. Se lava bien, se deja unos días al sol y después de lavarla nuevamente, la lana ya está lista para tejer. (Inés Panguilef en Las Ñañas.1999).

Las mujeres confeccionaban ropas y mantas, tanto para vestir a sus familias como para permutarlas por otros productos: “Cada mujer es obligada también de dar al marido todos los años, a más del vestido necesario, una de aquellas mantas que ya hemos dicho se llaman ponchos”. La elaboración de

los tejidos implicaba un largo y paciente proceso, que se iniciaba con el trasquilado del hueque (Rosenbluth, 2010).

Luego, la lana era lavada y secada al sol hasta que blanqueara, para ser entonces escarmenada e hilada en un huso. Los teñidos se obtenían a partir de raíces, cortezas de árbol o tierras de colores. una vez lista la lana, comenzaba el trabajo en el telar mapuche o huiral; sin duda, la parte más compleja de todo este proceso:

“Para hacer las mantas dibujadas (ñukel makun) se ejecutan estas operaciones. Primero se colocan en el telar todos los hilos verticales de que se compondrá la manta, en color blanco. En seguida se juntan varios hilos, diez, doce o más, y se forran, bien apretados, con yeibun o ñocha o corteza de maqui en extensión variables y cortas. Estos canutillos van quedando unos enfrente de otros y también escalonados. Este es el trabajo más difícil y largo; las mujeres se demoran no menos de semanas en él. Se juntan después todos los hilos, así extendidos; en dos porciones o en una, se sacan del telar y se meten en el tiesto que tiene el color negro. Las partes amarradas quedan blancas, porque no penetra en ellas la tintura negra. Comienza la segunda operación de colocar los hilos horizontales, de abajo para arriba. Se van apretando con la paleta de madera. Cuando el tejido llega a los canutillos, se sacan las cortezas que sirven de amarra; quedan espacios blancos. Estos hilos blancos, una vez que están tejidos, forman los dibujos”. Guevara, T. y Mañkelef (2002).

Hasta hoy, la textilería mapuche conserva la mayoría de los diseños antiguos, los cuales han sido transmitidos de generación a generación y de mujer a mujer. Símbolos religiosos, figuras abstractas o elementos del paisaje y de la cotidianidad mapuche (herramientas, flores, estrellas), son algunos de los trazados que adornan estas mantas. A través de los dibujos de un tejido, se podía contar una historia, o saber la posición social de un hombre o de una mujer (Saavedra, 2019; Rosenbluth, 2010). Las tejedoras urdían en sus huirales una trama que no sólo reproducía figuras geométricas y abstractas, sino también la historia y la realidad de su pueblo. Cada figura o símbolo portaba un mensaje o un recuerdo. Al reproducirlos una y otra vez, las mujeres tejedoras consolidaban el discurso cosmológico y la memoria social de su

pueblo. Pues el tejido era, al mismo tiempo que una imagen, una escritura. Dependía de las mujeres pues, en buena medida, la conservación gráfica del pasado, las tradiciones y los símbolos de la identidad (Rosenbluth, 2010).

El trabajo del telar ha sido heredado entre generaciones y trabajado arduamente entre mujeres, como menciona la autora los diseños representan acciones cotidianas, situaciones relacionadas a la flora, fauna y cultura mapuche en un contexto determinado. Relatan situaciones de la vida en diferentes comunidades, y daban ornamento a una técnica que manejaban y siguen practicando en la actualidad.

El oficio de tejedora se adquiría a través de la observación de las mujeres mayores, o de un entrenamiento especial junto a una ñimife (maestra en el arte del tejido). La importancia de aprender bien este oficio, radicaba en la alta consideración social en que eran tenidas las mujeres diestras en el uso del huiral. Rosenbluth, C. (2010).

En el caso mencionado de la indumentaria, las Mapuche trabajan lo denominado como textilería.

2.1.2. La Textilería.

En la textilería Mapuche, la diferencia entre los diversos tipos de tejido, no está en su destino o utilidad, sino en el gran simbolismo de sus contenidos.

La textilería mapuche es desarrollada exclusivamente por las mujeres. La enseñanza se transmite de madre e hija, como parte final de un proceso de aprendizaje general.

Antes de la ejecución de una pieza textil, ésta debe ser pensada rakiuam en un sentido técnico y simbólico. En su concepción, en primer lugar, priman las técnicas de elaboración, en segundo lugar los contenidos culturales y finalmente lo estético. (Soto, Sergio, 1996).

Técnicas de Elaboración Textil.

La elaboración de un textil tradicional se realiza a través de un largo proceso que se puede subdividir en las siguientes etapas:

1.- Lavado de la lana obtenida en la esquila. Ésta se lava prolijamente con agua caliente, extrayendo todos los restos orgánicos que se van adhiriendo a ella a lo largo de la vida de la oveja. Luego se enjuaga con agua fría y se trabaja el hilado.

2.- Secado de la lana. Una vez que la lana está limpia, se deja estilar y se deposita sobre una superficie plana para que se seque al sol o cerca del calor de la cocina o fogón.

3.- Escarmenado de la lana. Este trabajo consiste en estirar los fragmentos de lana esquilada, separando a mano cuidadosamente las fibras sin que se corten hasta que adquieran una textura suave y un peso muy liviano.

4.- Hilado de la lana. Con su huso girando en torno a la tortera van produciendo hilos de distinto grosor, dependiendo de la prenda que piensan fabricar.

5.- Madeja. Se recoge la lana hilada en vueltas iguales con un aspa para crear una madeja, la que se lava nuevamente con jabón para eliminar todo tipo de residuos que aún estén en ella. Después de este lavado, se utiliza en su color natural o se tiñe con el color deseado.

6.- Teñido de la lana. Se selecciona el producto vegetal del que se desea obtener el color para teñir la lana. Se hierva en agua hasta lograr que desprenda el color. Se agrega la lana mojada enmadejada. Finalmente, después de un período de cocción, se agrega una sustancia que fija el color (sal, vinagre, piedra lumbre o sulfato de cobre).

7.- Tejido de la lana. Cuando la lana teñida está seca y el telar ha sido preparado según las medidas de la prenda que se elaborará, la artesana inicia el tejido urdiendo la lana en el witril o telar y, gracias a su particular experiencia, entrelaza las hebras y da origen a un producto único. Aedo, A. W. (1992).

El Witril

El witril o telar araucano es un aparato sencillo que consta esencialmente de un marco rectangular de madera formado por cuatro palos más o menos derechos que se cruzan en ángulos rectos. Estos palos están

sólidamente amarrados en los cruces de los cuatro ángulos con cuerdas de junco trenzado o con tiras de tejido. Los dos palos más largos que alcanzan a dos metros y medio a tres están destinados a soportar todo el peso del telar, apoyado en sus extremo más grueso en el suelo y por el otro contra el techo de la ruca.

Los dos palos atravesados encima del huicha huichahue, uno en la parte superior y otro en la parte inferior, labrados con más cuidado, de forma cilíndrica, están destinados a recibir los hilos de la urdimbre.

La confección de un tejido bien hecho por medio del telar Mapuche requiere de parte de la tejedora tiempo, fuerza y habilidad, factores que se hallan reunidos en las mujeres de esta raza araucana, tan robusta, tenaz y sufrida, y al mismo tiempo tan apta para las combinaciones ingeniosas en el dominio de las artes industriales. Aedo, A. W. (1992).

Los componentes del Telar Mapuche

Witralwe. Son dos varas verticales, de 2,5 a 3,0 metros de largo por 3" a 4" pulgadas de diámetro. Se puede usar tinge, walle u otra madera nativa, sin quitarle la corteza, pues de esta manera no se correrán las amarras.

Kilwa. Son dos varas horizontales, de 1,5 mts de por 3" pulgadas de diámetro. También de tinge, walle u otra madera nativa. Se amarrarán con witralwe formando un rectángulo o marco.

Torzales. Son cuatro cordeles de ñocha trenzada que se utilizarán para amarrar los wiiralwe a las kilwa. El largo de estas amarras será el necesario para que este marco quede firme y seguro.

La vara de cruzadilla, es una vara horizontal de 1,5 mts. de largo por una pulgada de diámetro. Puede ser de luma, koliwe o walle.

Trasewitralwe, son dos varas horizontales largas y delgadas, del mismo largo que los witralwe, pero de 1,5 pulgadas de diámetro y pueden ser de luma, walle o koliwe. Se usan para darle tensión al Tonón.

Tonón, es una vara horizontal similar a la cruzadilla de 1,5 mts. De largo, aunque su función es diferente como se verá más adelante. Aedo, A. W. (1992).

Finalmente se presentan los materiales para tejer una trama:

Cañuela, es la vara de koliwe aguzada en ambos extremos, de 40 a 50 centímetros de largo. Se usa para enrollar la lana con la cual se teje la trama.

Ñirehue, es una especie de paleta de madera dura y pesada con forma de hoja de cuchillo. Sirve para golpear la trama mientras se teje, de manera de darle firmeza al tejido. El largo de ésta depende del ancho de la pieza que se quiere tejer. Antiguamente eran de huesos de ballena que encontraban en la costa.

Paranpawe, es una tabla de superficie muy suave, elaborada comúnmente de madera alerce. Se usa para separar las hebras del urdido. De 1,2 metros de largo por 10 centímetros de ancho.

Tipo, es la varita de madera kohwe, luma o sauce a la cual se le saca punta en los extremos. Se usa para mantener estirado el tejido y su medida depende del ancho de éste. Aedo, A. W. (1992).

2.1.3. Simbología mapuche

La simbología Mapuche no es totalmente homogénea, porque hasta que vinieron los españoles, no existieron registros escritos. Entonces, dependiendo de la comunidad y del territorio Mapuche la interpretación de los símbolos puede variar.

Uno de los símbolos más relevantes de la cultura Mapuche, independiente de su localidad o comunidad, es el Kuktrún, ya que reúne todos los aspectos básicos de la cosmovisión.

El kultrun o cultrún representa en la cosmovisión Mapuche la mitad del universo o del mundo en su forma semi esférica; en el parche se encuentran representados los cuatro puntos cardinales, que son los poderes omnipotentes

de Ngechen dominador del universo los cuales están representados por dos líneas a manera de cruz y sus extremos se ramifican en tres líneas más, representando las patas del choique (avestruz); dentro de los cuartos que quedan divididos por las líneas anteriormente descritas se dibujan las cuatro estaciones del año.

Sobre lo anterior se presenta una línea que divide geográfica y naturalmente este pueblo-nación, la Cordillera de los Andes, marcando sus extremos: Pikun (Norte) y Willi (Sur); otra línea imaginaria que corta transversalmente es la que representa el recorrido del sol, Puel (Este) y Gulu (Oeste). De esta forma quedan evidenciados los conocimientos de los puntos cardinales.

Éstas formas se pueden encontrar en muchos artículos, sobre todo en el trabajo de platería Mapuche, el cual será desarrollado más adelante.

Los ritos representados en la Simbología Mapuche.

Dentro de los ritos que mayormente se encuentran presentes en la simbología Mapuche se encuentran los siguientes:

Nguillatú: es una ceremonia de agradecimiento al padre creador (Chaw Ngechen). Se le agradecen todas las bendiciones recibidas y se le ruega por el bienestar de la familia, de la comunidad, de las tierras y las cosechas. Las autoridades de esta ceremonia son el lonko, la machi, y las personas que bailan alrededor del rehue, llamados choyke. Por otra parte existe una persona que participa como vocero del lonko ya que éste no se dirige directamente a los individuos reunidos allí. Publicaciones Cultura (2012).

Funeral o heluhún: hay uno donde participa solamente la familia más cercana del difunto y otro donde participa toda la comunidad. El velatorio dura entre 3 a 5 noches. Se llevan ofrendas florales y para el funeral, si es que es invitado por la familia, se lleva una cooperación en alimentos. El funeral tiene una duración aproximada de 7 horas, donde la familia comparte el alimento con sus invitados alrededor de las fogatas que se encienden. Publicaciones Cultura (2012).

El ñelcurrewen: es una ceremonia donde la machi cambia su rewe, para renovar su poder. Quienes no pertenecen a la comunidad, pueden participar solo si son invitados; deben permanecer cerca de su anfitrión actuando solo como espectador y presentando sus respetos a la machi al término de la ceremonia. Publicaciones Cultura (2012).

Wetripant: es el año nuevo mapuche que comienza el 23 de junio por la noche. Se inicia con una rogativa encabezada por la machi, siguiendo la ceremonia con cantos (pillantu) y danzas (purrún). Luego se continúa la celebración con una comida (misagún). Durante la ceremonia los adultos cuentan hechos desconocidos de la familia y de los miembros que se han reunido, narran el origen y la descendencia. Se participa del conocimiento en general que los más antiguos tienen y se cuentan cuentos epew; se baila choyque purrun y se toca la trutruka y el trompe. Publicaciones Cultura (2012).

Lakutun: es un acto simbólico que se realiza dentro de las familias y consiste en que el abuelo sella su pacto de linaje familiar, entregándole su nombre a su nieto que está en edad previa a la adultez. La importancia de esta ceremonia tiene que ver con la continuación del linaje y la preservación de las tradiciones y riquezas propias de la cultura mapuche.

El matrimonio mapuche está sujeto a un riguroso protocolo, pero rige solo para las familias involucradas. La actividad dura unas 5 horas en las cuales se comparte, se negocia y se toman acuerdos. Luego los invitados pasan al recinto de la ceremonia dando lugar al mizagun (comida). A continuación, las familias se separan y comienza la fiesta. Publicaciones Cultura (2012).

Machitún: es otro rito de sanación que es oficiado por la machi, persona consagrada por los dioses para la lucha contra las fuerzas del mal (wekufe). Publicaciones Cultura (2012).

Pewutún: es un rito de sanación para un enfermo que encabeza la machi. Consiste en comunicarse con las divinidades a través de una serie de procedimientos, como por ejemplo, utilizar una prenda de vestir del paciente; realizar cantos y oraciones que terminan en un trance en el que la machi

transmitirá los diagnósticos y mensajes revelados por los dioses. Su cuerpo ha sido poseído por un espíritu al que consulta sobre la enfermedad del atendido.

También en estos trances recibe de la mano de Dios los remedios de los cuales se servirá. Publicaciones Cultura (2012).

Sitios de Significación cultural.

Gillatuwe: son templos abiertos al cosmos en donde los mapuches reconstituyen la idea del cosmos que tienen, por lo que son muy valorados y considerados sagrados. Generalmente son espacios de entre 4 a 6 hectáreas, aunque los hay de una hectárea. Tienen forma de U y siempre están orientados de Este a Oeste. En la parte Oeste, como fondo son instaladas una serie de enramadas, denominadas küni en lengua mapuche: es el centro de operación de cada familia participante del guillatún. Al centro está plantado el rewe, o los che mamüll. Publicaciones Cultura (2012).

Rewe: altar de madera que representa los diferentes mundos con que se concibe la cosmovisión mapuche. Debe estar plantado en ubicación al Este. Los rewe constituyen la escalera cósmica mapuche, es el medio que permite la conexión del mundo natural con el sobrenatural. Todo lo que hagas en el mundo natural será replicado en el mundo sobrenatural dice otro principio mapuche; y eso se cumple en este elemento fundacional de las machi y que ancestralmente también representaron los símbolos territoriales denominados kiñe rewe-mapu, en razón de que las alianzas de 9 lof, debían ser sancionadas mediante el ritual de anüm rewe, que consistía en la plantación de un rewe, como símbolo del compromiso de proteger y cuidar un territorio determinado que federaba a los nueve lof. Publicaciones Cultura (2012).

Paliwe: son canchas más largas que anchas en donde se practica el deporte denominado Palin; que toma su nombre de la bola con que se juega. Ancestralmente eran de 12 metros de ancho por 240 metros de largo. Antiguamente la medida mapuche eran los trancos por lo que el uso de metros es solo para la equivalencia. Publicaciones Cultura (2012).

Eltun: es una palabra compuesta por (el) dejado, y (tun) lo que fue tomado. Son los cementerios donde son depositados los que tuvieron vida. Ancestralmente eran espacios abiertos semicirculares donde se constituían hileras de hasta 12 féretros, a los que se sumaban encima otra cantidad similar. Los más antiguos eran de los linajes establecidos en cada lof. Actualmente los Eltun o cementerios mapuche están ubicados en sectores donde convergen varias comunidades y tienen una dimensión de 75 por 75 metros. Son todos cuadrados. Publicaciones Cultura (2012).

Canelo: árbol sagrado (foye). El ritual asociado a él es que se debe pedir autorización al árbol para arrancar sus hojas: permiso para cortar unas hojas, si te corto es por necesidad. Publicaciones Cultura (2012).

Chemamuil: figura de una persona en madera que se encuentra en los lugares donde se realizan ceremonias tales como el Guillatún y el Wetripantu, no es exclusivo de una persona como el Rewe sino que pertenece a toda la comunidad. Publicaciones Cultura (2012).

Meli-Witxan-Mapu: contiene el conocimiento científico mapuche de la cosmología, de la teoría de conjuntos, del movimiento de los planetas, del sistema solar, y por cierto del calendario mapuche; dando respuestas concretas a los fenómenos del tiempo y del espacio. El primero era definido como circular y el segundo como cúbico. La fórmula matemática de los ciclos, ha sido reproducida en muchos tejidos ancestrales bajo la figura de la Cruz Cuadrada, o Kalül Che (El cuerpo humano). Publicaciones Cultura (2012).

La Vestimenta presente en la Simbología Mapuche.

Dentro de la vestimenta de los Mapuche se pueden encontrar muchos elementos que están presentes en la simbología, independiente de la materialidad, lo relevante son los símbolos que éstos utilizan.

El atuendo tradicional de la mujer mapuche se compone de:

El chamal o quetpám o kúpam: es un gran paño cuadrangular de color negro, que en las mujeres envuelve todo el cuerpo a modo de vestido, dejando al descubierto el hombro izquierdo, sujeto con un alfiler o tupu, en el hombro derecho. Su color debe ser tan puro, tan intenso que logre los matices del azul. Este color representa lo positivo, la divinidad o lo sublime, y diferencia edades. El paño sin color o neutro (no teñido), puede ser usado por niños y niñas. Publicaciones Cultura (2012).

El trariwe: es otro componente del vestuario tradicional. Es la faja que se ata a la cintura sobre el quetpám. Lo utilizan las mujeres adultas fértiles, y para las niñas se denomina pichitraruwe. También cumple una función estética, aportando color en la vestimenta negra. Su color y figuras tienen propiedades simbólicas en la cultura mapuche. Publicaciones Cultura (2012).

La ikülla, iculla o iquila: es la capa de la mujer adulta. Es un gran paño de tejido fino, de color negro bordeado con una franja de colores azul (kalfü), púrpura (konolwe) y verde (karü). Se sujeta en los hombros y cuelga hasta los tobillos. Publicaciones Cultura (2012).

Quelle: sandalias de cuero en forma de plantilla, atadas al pie por correas. Publicaciones Cultura (2012).

Trarilonko: cintillo o faja de plata para sujetar el cabello casi siempre largo y trenzado. Consiste en un cintillo que rodea la cabeza y que está formado por una cadena de plata compuesta por dos tipos de eslabones. De esta cadena penden figuras discales que cuelgan por el contorno de la cabeza. Originalmente fue fabricado con monedas hispánicas. Publicaciones Cultura (2012).

Trapelakucha: es un adorno de plata pectoral, de forma alargada y trenzada, que se prende en el pecho mediante el tüpu o punzón. También se usa el “prendedor de tres cadenas”, que es otra joya pectoral, formada por dos placas de plata unidas entre sí por tres cadenas; la placa superior representa a dos aves enfrentadas y la placa inferior contiene una doble línea y un motivo labrado al centro. De ésta cuelgan figuras más pequeñas como cruces, figuras humanas o florales. Publicaciones Cultura (2012).

Chawai: son pendientes o aros originalmente de plata, con formas cuadradas, tableadas y campanuladas. Finalmente el delantal de percala que, aunque es de uso bastante más reciente, ha tenido gran acogida dentro del vestuario mapuche y ya se le puede considerar tradicional. Publicaciones Cultura (2012).

Hasta el siglo XIX, la vestimenta masculina consistió en el uso de una chiripa, que era un trozo de tela que cubría desde la cintura hasta las rodillas en forma de pantalones o pañal envolvente. Solía ser blanco y en ocasiones se le agregaban líneas cafés o negras. Los mapuche se amarraban el pelo a la altura de la frente con una tira (trarilonko) de cuero o de alguna corteza vegetal, que después se hicieron de hilos de colores.

En la actualidad el vestuario masculino es muy sencillo; sobre los pantalones y la camisa, se utiliza alguno de los tipos de manta o poncho, normalmente confeccionado en telar.

2.1.4. Simbología del *color* mapuche

Los colores en la cultura mapuche forman entre sí una compleja red de interrelaciones de mutua dependencia simbólica. Es decir, la significación de cualquier color debe relacionarse con la totalidad de éstos si se quiere obtener su sentido preciso. Semióticamente los colores se organizan estructuralmente a partir de un doble sentido. Por un lado, por medio de un principio de solidaridad estética (afinidad formal entre colores), y, por el otro, en base a sus subyacentes enlaces semánticos.

Como símbolos son evidentemente iconos, con una funcionalidad de índice en diferentes planos de la vida de los mapuches; son, principalmente, explicitadores de posiciones y estados políticos, sociales y económicos, como también ontológicos (humano, mítico, etc.), en asociación con el tipo de representación en que se encuentran contenidos y con la vestimenta a que pertenecen. Guebalmar, G. R. (2014).

El sentido de cada color nunca es único, ya que éste depende exclusivamente del contexto a que se le asocie. Toda criptología del color debe asumir la polivalencia semántica de cada color particular.

Las significaciones que se han atribuido a los colores dentro de la cultura mapuche se basan en un modelo lógico explicativo. (Titiev 1951; Faron 1964; Grebe 1972; Bórquez 1976, principalmente).

Los colores son fundamentalmente luz para la cultura mapuche. Esta designa con el mismo lexema al color blanco y a la luz: lig. Además, el término kuri designa al color negro y a la ausencia de luz, la oscuridad. Alvarado, M. (2004).

Color y luz logran una síntesis de significado por medio de la homonimia, que obliga a considerarlos a ambos en su ambivalencia significativa para su comprensión. El matiz, la luz que posee el objeto (no hay refracción en este caso para la física mapuche), siempre designa la intensidad del color.

Por ejemplo, en la taxonomía cromática mapuche, pelochods y pelokelü aluden a los colores naranja y rojo, donde el prefijo pelo significa "mayor luminosidad". Alvarado, M. (2004).

Como indica el autor, los Mapuche relacionan muchas expresiones con la dualidad de la Cosmovisión, por ejemplo la figura femenina y masculina, el día y la noche, la luz y su ausencia. En este caso se presenta el color blanco como luminosidad, la presencia de luz en un espacio determinado, versus el color negro como ausencia.

Kuri.

Wekufii y sus huestes son seres de las tinieblas, de la no luz. Por ende, son negros, no reflejan luz, la absorben; diríamos que más bien por extensión terminológica que por una cualidad de color. En la vestimenta, el negro es el color "original" es el color fundamental, sobre el que los demás colores se posan. de Arte, B. D. M. C. (2008).

Las prendas básicas son negras (kepan y chiripa) y se aceptan colores en sus márgenes. El fondo negro es la estabilidad, el color más sólido. Así, la ambivalencia del significado del negro fluctúa entre su simbolización de lo destructivo la oscuridad y de lo estable el color negro, que está sumergido en un contexto de luz, “los hombres bajo el sol”. Además, el negro en su significación de lo destructivo es a la vez opacidad; en cambio, al asumir una significación de lo estable es brillante. La esfera de wekufii es opaca; en la ropa de verdadera calidad la lana negra brilla. Esta ambigüedad del significado tiene al parecer un enlace de sentido, ya que tanto una significación como en la otra están por un sentido de lo que es fuerte y poderoso. de Arte, B. D. M. C. (2008).

Lig.

El blanco en su materialidad es luz; la categorización de este color debe ser asociada necesariamente a la claridad, no en cuanto valor, sino porque es luz concreta, sólida. Este simboliza a la vida, a la existencia en su grado más sublime, en oposición a la oscuridad de la muerte.

La luz blanca en determinados contextos no es de ninguna manera vida; figuras míticas nocturnas y letales son luz concentrada, fosforescentes. Es el caso de witranalwe y anchimallen, espíritus de la noche cargados de una luz enceguedora, vestidos de blanco. La luz blanca de estos seres pertenece al dominio de la oscuridad, medio dominado por wekufii. Así, su luminosidad se carga de una significación diferente opuesta al sumergirse en un medio de tinieblas y muerte. de Arte, B. D. M. C. (2008).

Kelü.

El rojo es básicamente sangre de diferentes tipos, cuando adquiere valor significativo, siempre es sangre que fluye. La sangre que fluye por menstruación es una sustancia poderosísima, y lo es aún más la de la menarquia, con la cual “la” machi pinta su kultrún (Verniory 1975: 80). Dentro

de la esfera de lo femenino es la materia germinadora de la vida, es la sustancia de la gestación e impregna toda matriz de vida humana.

En la esfera de lo masculino, es impureza, lo que envenena por contaminación. El hombre evita este tipo de sangre y evidentemente no utiliza en su ropa los símbolos que se recubren con este ícono de color.

El mundo masculino está impregnado de otro tipo de sangre que fluye, y es la sangre que emana de toda herida producto de la agresión. de Arte, B. D. M. C. (2008).

Es una sangre pura y vivificante para los hombres, se toma del corazón de hombres y animales aún palpitante. El rojo en las vestiduras masculinas es, por lo general, esta sangre de la violencia que es reflejo directo de poder. Es por esto que el vestirse con prendas rojas, o con motivos rojos, es señal de poder, de fuerza, que dan o quitan vida y que se relacionan con dos dominios diferentes: lo femenino y lo masculino. Si el hombre suscita el fluir de la sangre, es el índice de su poder, y si emana de las entrañas de la mujer, esta también lo es. La utilización de estos símbolos implica el cargarse el cuerpo con símbolos tremendamente impresionantes y cruciales dentro de la Lebenswelt mapuche: la fuerza que anima la sexualidad mapuche, las señales de la guerra y la gestación.

Existen, además, seres sobrenaturales que se cubren con makuii rojos por ejemplo, witrnulwe, estos seres eligen también el kum, un rojo oscuro (De Moesbach 1963: 225; De Augusta 1966: 105).

Posiblemente se relacione el color de sus vestiduras por su apetencia por la sangre humana. Este es un rojo de la oscuridad, y como los colores en el contexto de la noche están simbólicamente dominados por wekufii, se transforman en símbolos de la destrucción sobrenatural. de Arte, B. D. M. C. (2008).

Chods.

Existe una luz-calor necesariamente benigna, la amarilla. El sol y la luz se representan icónicamente por el Amarillo. Mis que luz, es calor germinador de

vida. Esta emana por encima de la bóveda celeste, es el calor del supramundo, dándose un nexo fortísimo con el azul (kalfu), el color de la bóveda celeste Zijken asociado a su vez con el blanco de la luna y las estrellas. Todos forman una unidad semántica, de modo que son colores “transformacionales”, su identidad es equivalente aunque no idéntica; Grebe (1972: 59) demuestra, sin querer, este principio en banderas de muchi y de ngillatun. de Arte, B. D. M. C. (2008).

El amarillo se asocia persistentemente al oro, el metal de los dioses. En el wenu-mapu se habita en el oro, que es el mundo de la luz mis brillante; tanto es así que milla (oro) y chods son palabras homónimas del referente oro y luz brillante.

El concepto amarillo-oro presenta una ambivalencia semántica en el plano sobrenatural. Resulta sorprendente que el wekufii de máxima jerarquía, pulli-fucha / pulli-kuche, figura mítica bisexual (De Augusta 1966: 12), viva en un mundo donde todo lo que les rodea sea de oro y se vista de oro, donde todo es amarillo. Pero este oro-amarillo está rodeado de una absoluta falta de luz, sumergido en un espacio subterráneo. Pulli, en este contexto, es lo subterráneo, lo inferior a mapu. Así que es oro-amarillo que no genera luz, no brilla y es frío y opaco, que quita más que da vida al ser maléfico y destructivo.

De manera particular, el amarillo simboliza a los pillan en los ngillatun; la ropa amarilla en éstos nos habla solo de los pillan.

Karü.

El verde se asocia directamente a la tierra, a una tierra muy especial; es la tierra donde todo es verde, y para un pueblo fuertemente ligado a actividades agrícolas y ganaderas, una “tierra verde” es evidentemente una proyección ideológica de la abundancia y la prosperidad buscada. Donde lo verde, el

mundo vegetal, que a la vez todo lo nutre, se realiza con gran profusión y de manera inalterable.

Kalfu.

El azul es un color positivo; simboliza, por lo general, el espacio celeste o el agua, dependiendo en que contexto se sitúe. Es considerado, por esta doble representación, de espacio sacro y líquido vital, de una gran importancia.

La identidad cielo-agua es muy pronunciada y la frontera entre estos dos elementos es bastante difusa. En primer término, la bóveda celeste posee una ambigüedad de colores a partir de una dicotomía de elementos que, alternándose temporalmente, la pueden ocupar. Puede llenarse de luz, situación atmosférica que se denomina Ziflen (lifken: estar despejado, limpio) (De Augusta 1966:121); siendo el color de este estado el azul. Grebe (1972: 59) se confunde, víctima de una analogía de su informante entre una situación climatológica, lifken, y su respectiva categoría de color, kalfu. Pero, al contener agua, se cubre de nubes, chiwai, siendo el color predominante el negro. de Arte, B. D. M. C. (2008).

Durante el rito ngillatun (rogativa), los mapuches utilizan esta dualidad terminológica para referirse al cielo: “Ferenemii, kallfci wenu: ferenemiff, kurii wenu”. Traducible a “favorécenos, cielo azul; favorécenos, cielo negro” (De Augusta 1934:3). Lo más notable es que se sintetiza en un solo concepto: kallfiichiwai. De Augusta (1934: 256), afortunadamente, recoge “la explicación dada por los indígenas”, los que le atribuyen la significación de “nieblas azules”.

En definitiva, kallfiichiwai son los cielos serenos (llenos de luz = azules) y nublados (llenos de agua = negros). Ambos son deseables 4mplorados- a partir de su mutua complementariedad sustancial. Así, negro y azul forman una dicotomía indisociable, cuyo valor semántico se descubre en el específico contexto del ngillatun. El negro, en este contexto de “lo azul” ya que el cielo es el universo de lo azul, sufre una valoración benéfica, asumiendo una significación correlacionada a la germinación, a la vida.

Además, en algunas rogativas ngillatun se viste a una pareja de jóvenes de azul, a la mujer con kallfii-ikiilla y con paffi-kallfiii: sobre la cabeza; y al

hombre con kalljii-park al cuello, montando en caballos blancos y alazanes. Los denominan kallfimalen (la joven azul) y kallfii-wentru (hombre azul), respectivamente, y se les atribuyen poderes medicinales (De Augusta 1934: 30-31).

Es importante hacer notar que el azul de sus prendas puede ser cambiado, eventualmente, por amarillo; azul y amarillo en el contexto del ngillatun son colores equiparables y transformacionales (De Augusta 1934: 256).

Se puede decir, en términos generales, que el azul es el color de “lo constructivo”, y al relacionársele otros colores, los impregna de valor “constructivo”, germinadores y componedores de lo que representan. de Arte, B. D. M. C. (2008).

A modo de conclusión, es necesario destacar el uso del color en la simbología Mapuche anteriormente presentada, ya que los fundamentos de éstos encuentran alguna relación entre lo definido por la cultura Mapuche y la teoría del color. Si bien el pueblo originario aplicó colores en respuesta a lo obtenido por medio de la naturaleza, también existe una conexión con lo expuesto en términos teóricos de los colores y su expresión funcional.

2.1.5. Estilos y tendencias en formas básicas.

El sentido geométrico según autores.

Dentro de las tendencias que se pueden visualizar en los diseños con motivo gráfico, es por medio de la geometría, lo cual se puede apreciar en el trazado de distintas situaciones sociales de la cultura Mapuche.

Los diseños se pueden clasificar de manera generalizada en representaciones de rogativas, danzas sagradas, vinculaciones, nacimientos, defunciones, ritos de sanación, dualidad, sexo femenino y masculino.

La flora y fauna es un recurso presente en el diseño de formas Mapuche, lo cual se puede reflejar, a través de la simbología. Ésta también

elaborada desde la formación geométrica de lo representado, sin discriminar el formato y materialidad de la creación.

Puede notarse que las figuras que prevalecen en estos diseños son los cuadriláteros, en especial los rombos, aunque pueden observarse algunos triángulos isósceles, cuya base coincide con el lado no congruente.

Desde esta mirada geométrica, puede notarse que en estos diseños se encuentra una fuerte presencia de figuras simétricas y también figuras concéntricas, que podrían dar la idea de infinito, pues una está contenida en otra y así sucesivamente. Micelli, M. L., & Crespo, C. R. C. (2011).

Es así como en los tejidos mapuches se encuentran diseños geométricos impregnados de ideas sobre el mundo y sus habitantes como así también sus creencias religiosas. Estableciendo, así, otra similitud con los pueblos del norte quienes también en sus guardas tejidas transmitían sus conocimientos cosmológicos. Micelli, M. L., & Crespo, C. R. C. (2011).

Entre los diseños puede notarse la presencia reiterada de cruces que tenían un carácter religioso, estas cruces no sólo se encontraban presente en las obras textiles, sino también en cerámicas y hasta en pinturas rupestres. Estas cruces muchas veces se las ve presentes dentro de representaciones de animales como sapos y aves, figuras zoomorfas en general.

Aunque existen otras figuras geométricas donde han podido dominar la perpendicularidad de la misma construcción, y confeccionan así figuras como: paralelogramos y rombos que no son rectángulos. Micelli, M. L., & Crespo, C. R. C. (2011).

Es importante la presencia de figuras que presentan simetría en los diseños místicos de gran variedad en las culturas prehispánicas. Éstas se ven presentes en los diseños textiles, que se ve favorecido por la misma construcción del tejido. Es así como puede observarse figuras con varios ejes de simetría que en su totalidad dan la idea de guardas presentes a lo largo de toda la trama. Además puede notarse entre las figuras geométricas más destacadas: los rombos, paralelogramos y los zig-zag. Muchas de estas figuras geométricas están asociadas con sus creencias religiosas que se ven

plasmadas sobre las prendas que siguen aun luciendo como testigos vivientes de culturas prehispánicas.

Etnomatemática.

Frente a la indagación de antecedentes con respecto a la geometría desarrollada por el pueblo Mapuche, resulta relevante el concepto de etnografía propuesto por D'Ambrosio (2008), el cual plantea el manejo de las matemáticas en los diseños realizados.

Puede identificarse que son rutinas que se han constituido en una práctica social. Puede aceptarse que estos conocimientos carecen de formalismo y rigurosidad pero no puede negarse que no sean conocimientos matemáticos. El análisis de prendas tejidas y los diseños geométricos utilizados en ellas provee una alternativa didáctica para la enseñanza de la geometría en la que se reconozca el significado sociocultural de las producciones que transmiten aspectos históricos y culturales que permiten conocer el desarrollo científico del pueblo o comunidad involucrados.

A través de los diseños textiles, se pone en evidencia una de las ideas básicas de la etnomatemática:

“Las distintas maneras de hacer (prácticas) y de saber (teorías), que caracterizan una cultura, son parte del conocimiento compartido y del comportamiento compatibilizado. Así como comportamiento y conocimiento, las maneras de saber y de hacer están en permanente interacción. Son falsas las dicotomías entre saber y hacer, así como entre teoría y práctica (D'Ambrosio, 2008, p.19)”.

El término etnomatemática fue acuñado por Ubiratan D'Ambrosio, el cual lo usa por primera vez según registro documentado en el Quinto Congreso Internacional de Educación Matemática (ICME 5), celebrado en Australia y más concretamente en la sesión plenaria titulada Socio Cultural Bases for Mathematical Education (1985). Aquí se pone de manifiesto la necesidad de

producir trabajos de investigación que sirvan como fundamento para atender la educación matemática desde una perspectiva sociocultural Gavarrete (2012). El término etno lo utiliza para describir las prácticas matemáticas de grupos culturales sean este cualquier grupo humano: comunidades, profesionales, religiosos, obreros, comerciantes por nombrar algunos. A veces el término etnomatemática se usa específicamente para las sociedades indígenas en pequeña escala. Las prácticas matemáticas incluyen sistemas simbólicos, los diseños espaciales, técnicas de construcción práctica, métodos del cálculo, mediciones en tiempo y espacio, formas específicas de razonamiento e inferencia, y otras actividades cognoscitivas y materiales que pueden traducirse a representaciones de la matemática formal (Grupo de Estudio Internacional de Etnomatemática, 1985).

Capítulo 3: Representaciones gráficas de la cultura mapuche.

La tercera parte de la tesis presenta el análisis de la situación actual de las emprendedoras de cultura Mapuche en la región de la Araucanía, específicamente diez casos de estudio que en sus creaciones se observan diseños con motivo gráfico en distintos materiales.

En primer lugar, un acercamiento a la presencia de las emprendedoras en la región, con iniciación de actividades como empresa y de manera informal, lo cual será recurrente en los casos de menor edad.

Aquí se presentan los casos específicos de análisis, sus creaciones, materialidad, diseño, inspiración y herencia Mapuche, para culminar con una presentación gráfica de patrones geométricos de la historia del pueblo originario en confrontación con las nuevas tendencias de los jóvenes emprendedores.

3.1. Aproximación al contexto actual de emprendedores de cultura Mapuche en el diseño.

A modo introductorio, resulta relevante mencionar que existen investigaciones sobre la comercialización en la cultura Mapuche, sobre todo en el caso de las mujeres que presentaban diferentes artículos para comercializar en asentamientos españoles.

Hay indicios de que las mujeres se dedicaban también al comercio, varios cronistas señalan que algunas de ellas se acercaban a los asentamientos españoles para ofrecer sus productos. Acostumbrados a eso, algunos soldados tendieron a confundirse: “el año de 1644 entramos a una campeada, y estando alojados en la imperial (...) pasó por mi toldo una india blanca, y preguntándole si vendía alguna cosa de comer, respondió en lengua castellana que sólo se andaba paseando”. José Bengoa estima que los mapuches habrían practicado el comercio desde antes de la llegada de los españoles, sobre todo a través de los numerosos intercambios que se

realizaban durante las visitas sociales y las celebraciones. Rosenbluth, C. (2010).

El arribo de los conquistadores dio un nuevo impulso a esa actividad comercial, en la cual las mujeres también participaban: “en los testimonios antiguos aparecen las mujeres con sus productos para vender. Es una constante desde el siglo XVI al XIX, el testimonio de los barcos que llegaban a los ríos de la Araucanía, que observaban las canoas de mujeres que se acercaban con carneros, gallinas, huevos, hortalizas y productos de la tierra en busca de productos extranjeros, telas tinturas, chaquiras, espejos y curiosidades. Conocen, desde siempre, el valor del intercambio, de la actividad comercial. Rosenbluth, C. (2010).

3.2. El proceso de diseño.

Dentro de los procesos de diseño se puede ver una metodología basada en la observación y definición de problemáticas del diseño, inicialmente el diseño como disciplina se instauró en el mundo para satisfacer necesidades de consumidores. El diseño define procesos y procedimientos los cuales generan utilidad y estética, de la mano de la observación y propuestas de mejora en términos del denominado “buen diseño” o “diseño funcional”.

Es por esto que se habla de una metodología de diseño, incluso diseñar es un verbo muy utilizado en la definición de objetivos, ya que entrega herramientas que hacen unión entre la creatividad y el método para crear.

El proceso de diseñar habla específicamente de buscar soluciones a problemáticas de comunicación, ya sea en términos gráficos, y de objetos de diseño, por ejemplo en el área de diseño industrial. El acto de diseñar ofrece caminos hacia la utilidad y a la búsqueda de lo bello, o lo equilibradamente bello como se define en la proporción aurea, que de alguna forma define una estructura que es objetivamente definida como perfecta.

El número de oro, el número dorado o número áureo, sección áurea, razón áurea, razón dorada, medida áurea o divina proporción. Representado por la letra griega Phi = 1,618034 en honor al escultor griego Fidias.

Efectivamente en el proceso de diseñar, se define una búsqueda de embellecer algo, esto sea un proyecto de publicidad, un artefacto, o una marca identitaria. Al identificar un problema de diseño, ya se pueden visualizar caminos para la propuesta de mejora, y éste proceso se conlleva analizando al grupo objetivo o consumidor final de lo que se vaya a realizar.

Dentro del proceso de diseñar, se observa una etapa de prototipado, que es la fase inicial del que diseña, basado en la recopilación de información y jerarquización de antecedentes para poder “diseñar”. Se podría afirmar que en este procedimiento se jerarquiza la información recabada por el investigador en diseño, y por lo mismo organizar y estipular un concepto central creativo.

Es por esto, que luego de ordenar la información recolectada, vendrá por efecto la etapa creativa o de creación de prototipados del diseño, por ejemplo a través de bosquejos o bocetos de lo que se desea proyectar.

Según Ellen Lupton (2012), en su libro intuición, acción, creación graphic design thinking, propone un esquema funcional para el proceso del diseño, el cual se define con las siguientes dimensiones; en primer lugar definir el problema de diseño, como se menciona anteriormente, aquí se puede visualizar el encargo o requerimiento de diseño y sobre esto identificar un problema para resolver.

Luego ella presenta una etapa creativa, en donde se vuelcan las ideas, la lluvia de ideas y se diseñan mapas mentales para visualizar el objetivo de diseño.

En consecuencia, la autora presenta una etapa de entrevistas, con el fin de conocer lo que desea la gente, ya sea el cliente directo o el consumidor final de lo que se vaya a realizar. Incluso ella presenta modelos para diseñar entrevistas, como recolectar datos, etc.

En el caso de la definición de matrices para el posicionamiento de marca, basados en la documentación visual o análisis de referencias que realicen un encargo similar. La parte inicial de las matrices de posicionamiento es el estudio de mercado, y aquí se presentan unidades de análisis en términos del proceso de diseño. Conocer al consumidor, sus hábitos, segmentarlo en

nivel socioeconómico, rango etario, espacio geográfico, entre otros aspectos de interés para el requerimiento.

En este nivel, provechoso sería la aplicación de un FODA para el encargo de diseño, ya sea para la empresa que lo solicita o simplemente de forma individual. De esta forma se podrán identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, por ejemplo cuáles son sus competidores directos e indirectos.

En respuesta a lo anterior, le sigue la generación de ideas a través, del volcado visual de datos, los diseñadores diseñan mentalmente cuando se les presenta un problema de diseño. Ellos visualizan imágenes, colores, formas, cuando se entrevistan con el cliente, ya que tienen la habilidad creativa de hacer sobre los espacios de la nada.

Con estas herramientas ya están en condiciones de diseñar objetivos de diseño, en respuesta al requerimiento o solicitud de un cliente, aquí se dan lineamientos a seguir. Posteriormente viene la definición de la forma, como se denomina diseñar la estética, o estilo gráfico de lo que se va a realizar, basado en alguna corriente internacional o nacional, o simplemente original. Aquí se define color, morfología, estilo gráfico, tipografía o estilo de letra, y personalidad del mensaje, por ejemplo desde el concepto central creativo.

Para finalizar el proceso del diseño, se presentan prototipos o bocetos de diseño, para proyectar lo que realmente se llevará a cabo en base a un requerimiento comunicacional. Los bocetos pueden ser impresos o de formato digital, y estos mejorarán a través de reuniones con el cliente, testeo, evaluación y seguimiento.

3.3. Color, morfología y estilo gráfico.

3.3.1. Color.

En términos de uso del color en el diseño, y sobre todo en los fundamentos que lo definen, podemos encontrar algunos autores que desarrollan modelos para su comprensión y aplicación en la disciplina del

diseño. Resulta importante destacar las definiciones del color desde el alero de la estética y la forma de comunicar, dejando de lado la psicología del mismo, los fundamentos y teorías de color reflejados en la aplicación pictórica, por ejemplo a través de las artes y la artesanía.

El uso del color en el diseño, es parte de la estructura basal del quehacer en la disciplina, sobre todo en aspectos de la creación y prototipado de un requerimiento. El diseñador no concibe el proceso de diseñar sin visualizar el color en las aplicaciones finales, teniendo la habilidad de responder de manera estética a las solicitudes de los consumidores finales.

La teoría estética del color, se refiere a la percepción a través de los sentidos, la percepción sensorial de los fenómenos cromáticos y a las relaciones cromáticas sensibles. En éstos términos se hace referencia a los sentidos, ya que la aplicación de colores en formatos comunica sensaciones, y los usuarios pueden informarse, por medio de la comunicación visual.

Según Johannes Paulik (1996), la palabra color puede hacer referencia a color en general, fenómeno cromático específico, clase de color, tipo de color, color sustancial color pictórico, color del objeto, color de manifestación y color como elemento gráfico.

Las consideraciones sobre la condición del color se han dado en la antigüedad, en Leonardo y en Durero, y sobre su esencia y significado en la Edad Media. El punto de anclaje de la teoría moderna está en torno al 1800, determinado por Goethe y Runge.

El círculo cromático según Goethe es un esquema sencillo, pero plenamente suficiente para explicar la esencia general del color. Describe las manifestaciones producidas por contraste simultáneo y sucesivo de manera enfática que se tienen en cuenta para estos fenómenos. Pawlik, J. (1996).

También explica la mezcla que pintores realizan en sus creaciones, por ejemplo Seurac y Signac, convierten en principio de la estructura cromática de la imagen.

Goethe describe el efecto elemental y sensorial - moral del color. Sus afirmaciones son fundamentales y en lo esencial las asumen artistas y

científicos. Extrae la consecuencia de las observaciones y desarrolla la teoría de la totalidad y armonía y las combinaciones características. Pawlik, J. (1996).

Las afirmaciones sobre el círculo cromático, los colores de contraste fisiológico, la mezcla óptico – partitiva, la experiencia emocional del color, la teoría de la armonía y la teoría del colorido característico están estrechamente unidas. Pawlik, J. (1996).

Runge presenta la esfera cromática donde diseña un orden que se aplica en la actualidad, con claridad y ordenamiento del color hacia su aplicación. El triángulo cromático de Runge, que ya figura en la pirámide cromática de Lambert en el año 1772. Runge aspiraba a un orden ideal, tenía clara la adherencia del color a lo corporal.

3.3.2. Colores fríos y cálidos.

Los colores se presentan según la sensación que producen, a través de la agrupación de cálidos y fríos, según autores como Renner y el pintor G. Kieseriszky. Como cálido y frío se definen sensaciones específicas y se utiliza el concepto para comparar un valor emocional, proyectado por un valor de color y sus combinaciones. Se habla de colores cálidos y fríos de una manera meramente descriptiva y caracterizadora.

Dentro del grupo de colores cálidos, el rojo amarillo y anaranjado son los definidos dentro de este segmento, ya que reúnen atributos relacionados con la energía a través del calor, por ejemplo el efecto del sol, fuego, y electricidad. El color rojo es el representante del grupo de cálidos, ya que reúne en su totalidad las características definidas por los artistas de la pintura como los mayormente fuerte en términos de generación de calor.

El grupo de colores fríos se conforman por los azulados, verdosos y violetas, el azul seleccionado por los artistas como el mayormente frío, ya que genera sensaciones relacionadas con espacios de bajas temperaturas.

Los colores según sea su posición en el sector cálido o frío, actúan directamente sobre el sentir, y no por convención. Pawlik, J. (1996).

Los colores fríos expresan arrobamiento, distanciamiento, transfiguración, incluso distención contenida; los cálidos aproximación, recogimiento, intimidad, estrechez terrenal. La lejanía contiene colores más fríos que la cercanía. Los impresionistas, que observan la vida al aire libre, prefieren los colores fríos. Pawlik, J. (1996).

3.3.3. Los colores: análisis de sus fundamentos.

Amarillo.

El amarillo es el color más próximo a la luz, surge del mayor suavizamiento de ésta, ya sea por enturbiamiento o por débil reverberación de las superficies blancas. En su máxima pureza lleva consigo la naturaleza, la luz del sol y sobre todo la entrega de energía natural, es extremadamente sensible, se encuentra vulnerable a perder su carácter por colores vecinos.

Es el color que presenta mayor claridad propia, y por lo mismo una buena representabilidad ya que cualquier otro color que se agregue con él se distingue de inmediato. También presenta escasa resistencia frente a otros colores combinados con amarillo, ya que es carente en su área cromática propia.

El amarillo genera una sensación de calidez, propia del efecto de sol, energía y alerta, la energía se relaciona también junto a los comestibles altos en grasa y con muchas calorías. Por lo general los avisos comunicativos relacionados a los comestibles de estas características se presentan en color amarillo, combinado con rojo.

También presenta una relación con las energías naturales, por ejemplo con el petróleo, gases y la generación de energía a través del agua.

Rojo.

El valor rojizo se define entre el carmín y cinabrio, se presenta como un color fuerte y de una pureza distinguida, provoca una sensación de seriedad y alerta, sobre todo pasión en la comunicación. Por ejemplo podemos observar

en la historia del mundo, la política y movimientos sociales acciones relacionadas con el color rojo, comunismo, socialismo, pasión, acción social.

El rojo nace desde la combinación de pigmentos magenta y amarillo, desde los colores primarios, generando fuerza y singularidad en su presentación. El rojo es la máxima energía cromática.

El efecto de esta color es tan único como su naturaleza, da una impresión tanto de seriedad y dignidad como de benevolencia y gallardía. El valor de rojo está relacionado con la sangre, la fuerza, alerta, pasión y urgencia, es muy utilizado en alertas viales y urgencias médicas.

Funciona adecuadamente en combinación con negro y blanco, ya que el rojo entrega la fuerza que falta en éstos para la mezcla.

Azul.

El azul es un color frío, se presenta en el alero contrario del color rojo, en es una fuerza específica del lado negativo, por ejemplo se habla del rojo como un color activo, el azul es un color pasivo. Goethe ha expresado cómo ha de entenderse la eficacia del azul: vemos al azul con gusto, no porque se abalance ante nosotros, sino porque nos atrae hacia él. Pawlik, J. (1996).

Entre todos los colores, el color azul es el que genera menor estímulo cromático sensorial, pero el mayor estímulo intelectual. El azul es sensible a los colores puros vecinos, pero tolera añadidos de escala de grises, cambia poco su personalidad con agregados blancos a fin de aclarar el valor.

Como menciona el autor con anterioridad, el azul se relaciona a la intelectualidad, genera sensaciones de relajación y confianza, por lo mismo es muy utilizado en éstos términos. Además tiene estricta relación con las nuevas tecnologías, por ejemplo combinado con blanco y escala de grises, existe un número importante de empresas tecnológicas que se representan con esta combinación de colores.

Verde.

El color verde nace de la mezcla de los colores pigmento primarios azul y amarillo, su variación en valor dependerá de la cantidad de amarillo o azul que se agregue y por lo mismo su resultado más cercano a color frío o cálido. El verde es también la base de nuestra percepción del color, la medida de comparación. El verde al igual que el gris presenta un grado de claridad medio y se distingue del rojo por su menor fuerza cromática, como se mencionó antes el color verde se presenta ligeramente frío dentro del círculo cromático.

El verde es el color principal presente en la naturaleza, el ser humano encuentra en este color calma y tranquilidad, atributos que entrega el ambiente natural. Su efecto psíquico es relajante según Goethe, y presenta atributos que generan sensaciones de descanso y frescura, así como también la tranquilidad, paciencia y relajo.

Este color es muy utilizado en campañas para apoyo en el cuidado del medioambiente, en combinación con los azulados hacen referencia directa a la naturaleza y por lo demás apoyados por el amarillo que llena el espacio de energía. Por lo mismo existen empresas que representan sus conceptos en marcas con tonalidades verde, que tienen relación con la naturaleza, por ejemplo animal planet, entre otras.

Anaranjado.

El color anaranjado nace de la mezcla entre los colores primarios amarillo y magenta, posee junto a su calidez, una energía natural. Su mezcla desde el amarillo y magenta hacen que se denomine como la fruta *naranja*, pero su color en el ámbito del diseño es nombrado como anaranjado. El anaranjado se relaciona a la energía al igual que el amarillo, y entrega sensaciones de actividad, juego y movimiento, es utilizado mayormente en la comunicación para niños, por el carácter y personalidad que expresa. El anaranjado es activo, dinámico y genera movimiento a los ojos del espectador, es muy utilizado en publicidad para niños por ejemplo en canales de televisión, juegos de entretención y bebidas de fantasía.

Blanco.

El blanco en la teoría del color se presenta como luz, luminosidad, y entrega espacios libres para la creación, ya sea en composición como en combinación de colores. El blanco funciona en conjunto a todos los demás colores, genera espacio y otorga luz a los diseños en combinaciones. Se habla de generar blancos en la composición o diagramación en el diseño, de esta forma se entrega aire en lo dibujado, con un resultado agradable al espectador y consumidor final.

La luz es clara, así mismo el color blanco entrega luminosidad como un rayo entre la oscuridad, el blanco es una cualidad sensorial, una cualidad cromática, la claridad un elemento luminoso. Pawlik, J. (1996).

El blanco se presenta como un color frío al igual que el negro, este efecto genera la sensación de espacio y amplitud en secciones, ya sea en la arquitectura y ambientación de espacios, como en la composición del diseño gráfico. Además otorga luminosidad para lograr volumen en objetos, por ejemplo en aplicación de luz y sombra en el dibujo técnico.

Además el blanco entrega pureza en su aplicación, simplicidad, estilo minimalista, elegancia y estilización de las formas.

Negro.

En diseño se habla de la ausencia del color, ya que el negro no presenta colores de la rosa cromática, pero de forma digital si se presenta como un color puro. El negro es la base que apoya a todos los colores, lo sólido, el peso y la combinación perfecta para todos los colores.

El negro es el medio cromático más fuerte para el pintor, éste aparece esencialmente en la pintura del siglo xx como materia oscura. Puede testimoniar grave dignidad, solemne grandeza, hermetismo, luto, pero también poder despótico. El negro incrementa los colores y les reta a dar su valor máximo de cromatismo. Pawlik, J. (1996).

El negro otorga volumen a los objetos diseñados, de la mano del color blanco en el dibujo técnico, así como en la aplicación de geometría en la construcción de planos. El color negro entrega solidez y peso a los objetos geométricos, se habla de plano lleno o líneas en términos técnicos del diseño, lo cual en color negro se comunican efectivamente.

3.4. Creatividad en las representaciones gráficas.

Principalmente el concepto central creativo en los fundamentos del diseño se define desde la creación inicial, lo cual se basa en un problema de diseño. En el proceso de diseño, posiblemente se podría mencionar como *metodología del diseño*, porque no, existe un procedimiento inicial ligado a la creatividad, donde nace la idea de comunicación. Es aquí donde se crea el concepto central creativo del diseño, la idea fundamental de la creación, la inspiración o la semilla del producto final.

En los casos de estudio presentados, la mayoría de las emprendedoras se inspiran en la naturaleza o simbología de la cultura Mapuche. Esto puede ser una inspiración, pero su propuesta de concepto central creativo podría ser la familia, la femineidad, fecundidad, naturaleza, entre otros.

Entre los casos analizados pude visualizar ejemplos de realización de elementos en donde si existía un concepto central creativo detrás, y por lo general van de la mano con sensaciones y experiencias que haya tenido el realizador o el requerimiento específico.

Esto puede ser visualizado en el producto final, a través de representaciones con motivo gráfico de situaciones, acciones, personajes, flora y fauna local, entre otros. Por medio de la geometrización de figuras, inspiradas en la simbología de la cultura Mapuche.

3.4.1. Diseños con motivo gráfico.

Los emprendedores diseñan artículos zoomorfos inspirados en la fauna local, especialmente en los animales que tienen peligro de extinción dentro de la región, rescatando y resaltando sus atributos y singularidad propias del animal.

Es por esto que parece recurrente encontrar elementos elaborados en los materiales elegidos para esta investigación, a través del trabajo en madera, lana, plata y greda. Los sectores elegidos para el levantamiento de información con emprendedores, se destacan por la alta visita de turistas locales, nacionales e internacionales, Villarrica, Pucón y Temuco específicamente.

Similar situación ocurre con los diseños inspirados en la flora regional, la cual se presenta en la Araucanía propia de un sector húmedo de importantes precipitaciones durante todo el año, zonas cordilleranas, valle, depresión intermedia y de la costa.

La región de La Araucanía posee alrededor de 44 especies de mamíferos, cerca de 150 especies de aves, 13 especies de anfibios y 14 especies de reptiles. Dentro de los más llamativos y relevantes dentro de la zona se encuentra el Pudú, Monito del Monte, el Puma o León chileno, el zorro Pulpeo, el Chingue, el Coipo, las lagartijas.

Entre las 150 especies de aves se puede destacar el Quelitehue, Bandurria, Carpintero Negro; Cisne de Cuello Negro, Cóndor; Águila; Bandurria; Chincol; Concon; Garza Boyera; Jilguero; Jote de Cabeza Negra; distintas especies de patos; Tórtolas y Zorzal. Los anfibios más destacados en la región de La Araucanía son la ranita de Darwin; sapito de cuatro ojos y sapo de bullo.

Los reptiles son Lagartija Chillón; Culebra de Cola Larga; Culebra de Cola Corta y Lagartija de Vientre Azul.

La fauna nativa con problemas de conservación en la región de La Araucanía es: Chungungo; Zorro Chilote; Quique; Puma; Pudú; Sapo de Rulos; Culebra de Cola Larga y Culebra de Cola Corta (todas son especies vulnerables); Zorro Chilla; Zorro Culpeo y Lagarto Llorón (las tres insuficientemente conocidas); Huillín; Guiña; Cisne Coscoroba; Halcón Peregrino; Rana Grande Chilena y Ranita de Darwin, todas en peligro de extinción.

En las zonas cordilleranas se encuentran bosques de origen esclerófilos de Boldo, Quillay, Peumo, Litre y Molle. En la zona costera se encuentra

matorral costero compuesto por especies de condiciones húmedas como Olivillo, Canelo, Maqui y Copihue. Mañío, Coihue, Raulí, Alerce y Canelo, son especies nativas que se encuentran en zonas cordilleranas húmedas, resaltando el Canelo, árbol sagrado del pueblo Mapuche.

El Canelo especialmente ha sido representado en las creaciones de las emprendedoras Mapuche, de este modo exhibiendo la identidad en el tallado en madera, troquel en plata o diseño en telar. El árbol del canelo es bastante usual en los diseños analizados, así como en la bibliografía revisada en esta investigación.

3.4.2. El canelo.

El canelo (*Drimys Winteri*), es originario de América del Sur, en Chile se encuentra distribuido entre el río Limarí y el Cabo de Hornos (IV a XII Regiones) alcanzando su mejor desarrollo en la zona de Chiloé en donde forma bosques densos ya que su distribución está restringida a las zonas en donde la humedad es alta durante todo el año.

La madera se presenta en un color café ocre con tintes de amarillos de veta lisa y heterogénea. Es una madera liviana, para secarla naturalmente necesitamos un año por centímetro de espesor.

El canelo ha estado estrechamente ligado al significado mágico-simbólico que representa para el pueblo Mapuche. Llamado “Foye” en mapudungún, simboliza el eje cósmico o Axis Mundis y el punto de intersección de éste con el plano horizontal de la Tierra (mapu), define el centro del mundo. Sus raíces se internan en la tierra en dirección al inframundo, bajo las raíces se despojan de armas y diferencias, por lo que bajo el canelo sólo se habla la verdad. Arellano. M. (2015).

Además sus ramas constituyen un símbolo de paz, salen del tronco de a cuatro unidades y en forma de cruz, simbolizando los niveles cósmicos. El canelo además, es considerado como un árbol sagrado por sus efectos curativos: de su corteza se extraían varias sustancias como aceites

escenciales, vitamina C, con efectos cicatrizantes, desinfectantes y antibacteriales.

La madera de canelo además constituye el cuerpo del Kultrún, tambor ceremonial, e instrumento musical más importante de la cultura mapuche, utilizado por el/la machi para los rituales religiosos y culturales. Arellano. M. (2015).

La madera del canelo es trabajada por las emprendedoras, ya sea hacia el diseño de artículos, objetos y muebles, pero también se debe respeto al árbol, ya que posee un valor simbólico dentro de la cultura Mapuche. Es usual encontrar un canelo en un espacio o territorio Mapuche, y a éste se debe saludar, y despedir en cada ocasión a modo de respeto por la naturaleza.

Capítulo 4: Emprendedoras de diseño Mapuche en la región de La Araucanía, Chile.

En la quinta parte de la tesis se analizarán los diseños presentados por los casos de estudio, realizando un trabajo con los motivos gráficos en distintos periodos de la historia de la cultura Mapuche. La teoría del color, el sentido de la forma, a través de la teoría de Gestalt y el uso de la tipografía, serán algunos de los parámetros que se usarán en este análisis, un espacio para la observación y comparación de los trazos usados por las emprendedoras actuales.

En términos de color, la elección de distintos colores basados en la cultura Mapuche, combinados con nuevas propuestas en valor cromático, sus formatos digitales y pigmentos análogos, dependiendo del concepto utilizado en cada caso.

También se podrá observar el uso del material y forma adaptados a lo requerido en distintas situaciones para los casos estudiados, dependiendo de lo solicitado por los clientes y la demanda local. Por lo anterior, el desarrollo de la imagen corporativa en su emprendimiento, a modo de posicionarse en el mercado determinado, serán algunos de los lineamientos de visualización en términos de diseño gráfico y trabajo de difusión.



Figura 4. Askin Huaiquil A. [Leftuy Az] (26 de marzo de 2019) *Hice este Meñake con monedas de 20 Cent. Lo tengo a la venta, si le interesa me habla al interno y conversamos* [Meñake de mostacilla y monedas. Arte Mapuche Leftuy.] Facebook.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10222490646034635&set>

Descripción de los casos de estudio.

Para la selección de los casos de estudio, se debe tener en consideración el contexto de la cultura mapuche y la organización del trabajo entre hombres y mujeres, propios de una sociedad patriarcal. El hombre mapuche podía tener desde 4 mujeres en su lof y cada una de ellas aportaba en actividades destinadas solamente para las féminas; crianza de niños, acciones domésticas, siembra y cultivo de hortalizas. Es por ello que en este estudio adquiere relevancia la investigación de las mujeres emprendedoras en el contexto de la importancia que adquiere la mujer mapuche en su cultura originaria:

Askin Huaiquil A. Es una joven emprendedora de 23 años, que vive en el sector de Pueblo Nuevo, en la ciudad de Temuco, Chile.

Su emprendimiento se denomina *Arte Mapuche Leftuy* y específicamente trabaja el diseño de orfebrería en plata tradicional y contemporánea.

Por lo general participa en ferias de emprendimiento local, auto gestionadas por comunidades Mapuche, de esta forma puede exhibir sus creaciones y comercializar sus productos de diseño.

Askin Huaiquil ha postulado a fondos en apoyo al emprendimiento indígena, específicamente en iniciativas tradicionales y contemporáneas del conocimiento mapuche de CONADI.

En el caso de *Askin Huaiquil*, ella representa la filosofía mapuche a través del trabajo en la simbología de la cultura y en cada diseño desea reflejarlo.

La propuesta de *Askin* presenta adaptaciones a lo trazado en la simbología originaria de la cultura Mapuche.

Sus diseños modifican la simbología y sobre todo presenta innovación en la utilización de materiales, lo cual será desarrollado en la quinta parte de la tesis. Su segmento de clientes por lo general son jóvenes interesados en los

artículos de diseño, por ejemplo joyería y extractos modificados de la simbología Mapuche.

Con respecto al trabajo de la emprendedora Askin Huaiquil podemos visualizar y comparar las distintas combinaciones de técnicas y materiales, lo cual ha será presentado por la investigadora en el siguiente apartado. Resulta relevante para la investigación la propuesta de Askin en su línea de negocio Arte Mapuche Leftuy, en donde se presenta un catálogo de productos digital en redes sociales, lugar de comercialización de los diez casos estudiados. Es aquí donde se puede apreciar la combinación de materialidad, es el caso de los metales, junto al plástico y sobre todo de materiales reutilizados.

La emprendedora afirma la aplicación de distintos materiales en sus diseños y sobre todo la reutilización, con el fin de “aprovechar” deshechos y otorgar un carácter único y especial al objeto de diseño. También la emprendedora utiliza nuevas propuestas en combinaciones de materiales y color, definiendo una técnica estilo *colage*, pero centrado en la simbología mapuche.

Askin hace referencia a la particularidad que tiene su propuesta, ya que si bien tiene un fundamento en la simbología de la cultura mapuche, ella se adapta a las tendencias del mercado local e internacional, reconoce que el uso de redes sociales en su catálogo de productos puede ser una gran vitrina para exhibir sus productos y comercializar. Principalmente la emprendedora conoce las técnicas ancestrales y tiene la habilidad y flexibilidad de poder combinarlo con nuevos materiales y *adaptaciones*, como ella menciona.

Finalmente, su propuesta rompe estructuras culturales que han ido modificando tanto la técnica de confección como el uso de material, ya que antiguamente las ñañas practicaban una técnica por separado y no en combinación. Por ejemplo el telar solamente y/o la orfebrería, lo cual se presenta en opciones combinadas en la conformación del objeto de diseño.

Anouk Fiala, nacida bajo el nombre Angeline Marie Huircalaf Tranamil. Anouk es una joven de 28 años que viven en el sector Tromen de la ciudad de Temuco, Chile.

Su emprendimiento se denomina *Meli Rūpu* y trabaja la técnica del telar Mapuche, la textilería (witxal) tradicional de la cultura. Ella participa activamente de las ferias auto gestionadas por los propios *lof*, sus comunidades Mapuche del sector.

Meli Rūpu no ha postulado en ninguna oportunidad a un fondo en apoyo al emprendimiento Mapuche, su trabajo como emprendedora ha sido auto financiado.

Como tejedora joven presenta una gran responsabilidad familiar, herencia la cual se ve reflejada en su trabajo en telar, se auto denomina *ngerrekafe* (tejedora) y mantiene el *kimvn* (sabiduría), que se le fue entregado a través de este trabajo y la simbología.

Su caso particular no presenta adaptaciones en la simbología, ni en el uso de materiales, ya que mantiene la técnica y diseños geométricos iniciales de la cultura Mapuche. A modo general sus clientes son principalmente *lamgñen* (hermanos) de diferentes comunidades que requieren trabajos tradicionales.

Si bien Anouk no presenta una propuesta con adaptaciones en la simbología mapuche, si lo hace con el uso del color y combinación de materiales. Su propuesta es rica en color y combinaciones de fantasía; valores de color luminosos como el fucsia, calipso y brillos. También presenta una mezcla de elementos en su técnica, algo innovadora para el segmento y sobre todo en base a lo que ella denomina como “heredado” por sus “ñañas” abuelas.

Este caso resulta interesante, ya que dejamos de lado el análisis de las formas pero si se considera el uso de diversos materiales nunca antes aplicados por las generaciones ancestrales. Es por esto que Anouk resulta un ejemplo para analizar en las unidades de color y material, y sobre todo en los recursos asociados a la publicidad de su idea de negocio como emprendedora.

Klaura Anchio es una mujer emprendedora de 35 años que vive en el sector de Boyeko, perteneciente a la Corporación *Foyeko We Mongen*, en la región de la Araucanía, Chile.

Su emprendimiento se denomina *Joyas Yafumiawun*, y el área de desempeño es la orfebrería. Por el momento no ha participado en ferias de manera formal, y si ha postulado a fondos en apoyo al emprendimiento local. *Klaura Anchio*, realiza adaptaciones y creaciones originales inspiradas en la simbología Mapuche, por lo cual su propuesta resulta interesante para el aporte en el análisis de patrones innovadores.

Natalie Miranda Huitraqueo es una joven emprendedora, con 27 años de edad vive en la comuna y ciudad de Puerto Saavedra. Este es un sector costero de la región de la Araucanía en Chile, y presenta riquezas propias de la flora y fauna local, así como también la importante presencia de comunidades y emprendedores de cultura Mapuche.

Su emprendimiento se denomina *Trapüm Wirrin* y se dedica especialmente a la encuadernación artesanal con motivos gráficos inspirados en la simbología Mapuche.

Natalie participa activamente de ferias auto gestionadas de emprendimiento en Chile, también en la comuna de Puerto Saavedra en épocas estivales, en donde asiste una importante afluencia de visitantes extranjeros. Ella no ha participado de ningún emprendimiento local, pero se manifiesta interesada en informarse al respecto, por lo mismo participa en ferias para así generar vinculación con el medio comercial.

También se inspira en la simbología Mapuche para diseñar sus artículos y realiza adaptaciones basadas en la cultura originaria, es importante mencionar que las modificaciones son propuestas nuevas en el mercado emergente.

En la propuesta de Natalie se encuentra presente la aplicación de la técnica de síntesis en plano lleno, así como de manera lineal, con el fin de simplificar formas y acercarlas a la geometrización propia de la simbología mapuche. Esta intensión se contrapone con la presentación del dibujo analítico,

el cual lleva desarrollado en las portadas de encuadernaciones que ofrece en el mercado digital. Técnicas que se analizan posteriormente en tablas comparativas y ejemplos de la aplicación en los casos estudiados.

También resulta interesante la propuesta en valores de color, ya que combina los colores de fantasía ofrecidos en el mercado local, junto a colores primarios y secundarios, generando una idea particular. Natalie combina libremente muchas técnicas, por ejemplo los pigmentos al óleo, acrílico y témpera, junto a lápices grafito, pastel graso y seco, y acuarelables. Trabaja una idea a mano alzada junto a lo sintetizado en la simplificación de formas de la flora y fauna local.

Fanny Manríquez Melivilu tiene 29 años y vive en la comunidad Ignacia Ñancurrel, comuna de Padre las Casas en la ciudad de Temuco, se dedica al emprendimiento relacionado con la enseñanza y traspaso de tradición Mapuche. Su idea de negocio se denomina *Antu, talleres y oficio Mapuche*, su especialidad es el trabajo en orfebrería, cerámica, textilería y costura. Lo cual es entregado a la comunidad por medio de la enseñanza práctica de los talleres aplicados en cada especialidad.

Fanny ha postulado y ha recibido apoyo de los fondos de emprendimiento FOSIS y en CONADI en Chile, a modo de potenciar y equipar su taller.

La simbología Mapuche es la inspiración de Fanny en sus creaciones, lo cual adapta en cada propuesta que lleva a cabo, también diseña prototipos únicos y exclusivos. Su segmento de clientes son principalmente mujeres entre los 25 y 65 años de edad, por la preferencia en sus diseños y técnica.

Fanny presenta la propuesta de talleres, en donde enseña estas nuevas técnicas aplicadas en distintos soportes y materiales, por ejemplo el trabajo de orfebrería en combinación con los textiles y telares.

Katari es una mujer emprendedora de 34 años, vive en el sector de Nueva Imperial en la región de La Araucanía, Chile. Su especialidad es el trabajo en orfebrería y su emprendimiento se denomina *Pachakuti Orfebrería*.

Katari participa anualmente en ferias costumbristas de emprendimiento local y nacional, con el fin de exhibir sus creaciones en plata y otros materiales, se interesa por generar contactos y ampliar su espacio de difusión para su marca *Pachakuti*.

La emprendedora local ha postulado y adjudicado fondos en apoyo al emprendimiento indígena, es el caso de FOSIS y SENCE en la región de la Araucanía. De este modo ha implementado y perfeccionado su taller de confección y definición de técnicas para sus propuestas en diseño.

Trabaja y adapta la simbología Mapuche en sus propuestas de diseño, elaborando patrones que se amoldan a la idea que ella plantea como *propuesta de valor* en su modelo de negocios. Por lo general sus clientes son de sexo femenino, y demandan el producto diseñado por ella durante todo el año.

Kvyen ray es una joven emprendedora de 33 años de edad que vive en el sector de Lago Lanalwe en el límite entre la región de La Araucanía y región del Biobío. Kvyen ray se dedica al trabajo en orfebrería, ella lo denomina joyería, ya que aplica técnicas orfebres en distintos materiales, esto relacionado en su propuesta de valor como emprendedora.

Su idea de negocio se denomina Wewaiñ y sus propuestas se elaboran en distintos materiales, basados en la simbología Mapuche sin adaptaciones.

Ella respeta los patrones originales de la simbología Mapuche, y por lo mismo lo plasma en sus creaciones de forma exacta, tampoco participa en ferias de emprendimiento, ni ha postulado a fondos.

Etel es una emprendedora de 31 años que vive en la ciudad de Temuco, Chile, el área de negocio es la orfebrería, específicamente la enseñanza de la técnica a través de un taller denominado *Taller de platería Arte Retrafe*.

Etel participa en el festival *Rapa Maquehue*, que se ubica en sector rapa Maquehue, a unos 5 kilómetros de la comuna de Padre las Casas y a 2,5 km. del ex Aeropuerto Maquehue. La actividad es organizada e impulsada por la

Agrupación Cultural Makewe Kimun de la comunidad Domingo Painevilu, en ella se exhiben actividades relacionadas a la gastronomía, artes, oficios tradicionales, artesanías, conversatorios, talleres, documentales, deportes y la muestra artística durante tres días.

También participa en la feria costumbrista de Metrenco, una localidad ubicada a 13,5 kms al sur de la ciudad de Temuco, en la región de La Araucanía. En ella se instalan expositores del rubro gastronómico, arte y artesanía.

Principalmente aplica la simbología Mapuche en sus propuestas, y en pocas ocasiones hace adaptaciones, se rige por los patrones originales de la cultura.

Ruña küme mongen lof es una mujer emprendedora de 39 años, que vive en la comuna de Loncoche, a 80 kilómetros de la ciudad de Temuco, capital de la región de La Araucanía.

Su emprendimiento se denomina Mamüelche, y el área a la que se dedica es al trabajo en madera y telar, actividad a la que ha entregado gran parte de su vida. Ruña küme se desempeña en su quehacer en el circuito educativo con identidad mapuche, espacio donde muchos emprendedores exhiben sus productos, además de realizar talleres.

También participa en ferias autogestionadas, dentro del sector en donde vive y su red de contactos del mismo circuito, y se ha adjudicado un fondo en apoyo a el arte, Fondart nacional.

La emprendedora aplica simbología Mapuche en sus diseños, y prepara adaptaciones para cada caso, ya sea en madera y lana para telar. Sus clientes principalmente son universidades, turistas extranjeros y nacionales, machi, longko y músicos.

Witxal es una mujer emprendedora de 41 años que vive en la ciudad de Temuco, capital de la región de La Araucanía, su nombre es Ingrid Conejeros y se dedica al trabajo en telar mapuche.

Witxal firma con su nombre de empresa, ya que maneja esto como una marca para presentarse a su audiencia, participa en ferias en época de verano

por ejemplo en Rapa Maquehue como otros casos de estudio. Ella no ha postulado a fondos en apoyo al emprendimiento, ya sea porque no tiene información al respecto o no ha tenido asesoría del tema.

Ella aplica simbología Mapuche en sus creaciones de forma tradicional, hace prendas a pedido y se adapta a lo requerido, en respuesta a la demanda local.

Con respecto a los casos presentados, la mayoría son mujeres emprendedoras, su rango etario varía entre los 23 y 65 años, por lo general el trabajo de cada materialidad es definido o sugerido por la misma cultura originaria. Por ejemplo lo mencionado anteriormente; las mujeres trabajan el telar, la textilería, los hombres mayormente la madera.

Estos estereotipos se ven reflejados en la cultura Mapuche, en donde la sociedad era basada en la cabeza del Longko, y él tomaba decisiones familiares, por ejemplo en términos de la elección de técnica para elaboración de artículos.

Las técnicas son heredadas, ya sea entre mujeres dueñas de casa o jefas de hogar en la actualidad, no olvidemos que los casos de estudio son actuales y por lo mismo al manifestarse como emprendedor, se sostiene que ellos están insertos en la sociedad chilena. Ya sea con respecto a la comercialización, capacidad de crédito, o adjudicados fondos en apoyo al emprendimiento, lo cual les entrega herramientas de innovación para el desempeño y trabajo como dueños de empresa.

Cada una de las emprendedoras tiene claridad sobre su propuesta de valor, ya que se presentan orgullosos de su cultura originaria como pueblo, que desea mostrar y ofrecer sus productos a un mercado determinado. Los emprendedores estudiados presentan estrategias de marketing para la difusión de sus negocios, y por lo mismo exhiben portafolios, catálogos y presencia en redes sociales.

Los análisis de las representaciones con motivo gráfico de cada caso, se presentarán en la quinta parte de la tesis, donde se podrá visualizar la estrategia metodológica de análisis. Por ejemplo de patrones geométricos, uso

de color, representaciones de acciones culturales, elección de material en cada caso analizado y sobre todo las modificaciones y/o adaptaciones que los casos presentan.

4.1. Análisis de casos de estudio.

4.1.1. Uso del material.

Los materiales presentados anteriormente en la tesis, revelan la generalidad en la utilización y alcance de la madera, la lana en telar, greda – cerámica, platería, cuero, los cuales son utilizados en la actualidad en los casos estudiados.

Madera.

Por ejemplo, el tallado en madera con motivos gráficos, es un recurso que se mantiene en los modelos, y la elección del material va desde las maderas nativas como Raulí, Lingue, Mañío, Radal y Laurel, presentes en la región y alrededores. Éste tipo de madera permite el tallado con flexibilidad, ya que se presenta como una materia prima más blanda en sus bloques, y por lo mismo las emprendedoras la eligen y tratan. Las maderas nativas son denominadas así, por pertenecer a bosques autóctonos de Chile, específicamente en la zona sur del país, lo cual comprende mayoritariamente las regiones IX, X y XI. Araucanía, Los ríos y los lagos, Aysén respectivamente.

Como este análisis fue aplicado en la región de la Araucanía, se puede observar que en mayoría las maderas nativas locales son aprovechadas por las emprendedoras, ya que presentan valores de color distintos y sobre todo diseños naturales que otorga la madera.



Figura 5 Muebles Nahuelbuta.[mueblesyartesaniasdenahuelbuta] (12 mayo 2010)
Tallado en madera nativa. Blogspot.

<http://mueblesyartesaniasdenahuelbuta.blogspot.com/2010/05/baul-tallado-en-madera-de-raulicon.html>

En la figura anterior se pueden ver distintos tipos de madera utilizados para artículos ornamentales y utilitarios, además de aplicar conocimientos de geometría, equilibrio, tres dimensiones, calado o troquel, simetría y composición en el espacio de manera coherente. Lo cual genera una percepción de armonía con respecto al ordenamiento de los componentes y combinación de pigmentos naturales de la madera nativa.

Además, presenta la utilización de figuras humanas, por medio de la síntesis de plano lleno, recurso utilizado en fundamentos gráficos del diseño, ya sea con la ayuda del trabajo geométrico a mano alzada, o mediante el trabajo de software de diseño. Éstos recursos son mayormente utilizados en las generaciones actuales, particularmente en los casos estudiados, ya que combinan la simbología con motivo mapuche y el diseño a mano alzada o dibujo analítico.

Sobre lo anterior, sería bueno especificar el diseño con motivo gráfico presente en los casos estudiados, ya que todos utilizan formas basadas en la simbología mapuche, se les denomina *motivo gráfico*, ya que son trazos, figuras y formas compuestas desde el punto, la línea y el plano. Lupton, E., & Phillips, J. C. (2009).

Platería.

La plata es otro de los materiales más usados en los casos estudiados, por lo general en mujeres, lo cual hace que presenten diseños que buscan la experimentación con otros materiales, por ejemplo junto al reciclado de plásticos, telas y pedrería de fantasía. Ellas trabajan minuciosamente en cada detalle del diseño en su complemento, por ejemplo en términos de conjunto, aros, collares, pulseras, tobilleras, incluso artículos de vestimenta como se puede ver en la imagen 0. La combinación de materiales es un patrón repetitivo, un poco en respuesta a la demanda local, el estilo es diverso y en combinación de muchas texturas, tendencias mundiales basadas en la integración y reutilización de recursos.

Además de la combinación de materiales, se puede ver el tallado en la plata con el recurso de diseño lineal con motivos orgánicos como flores y arbustos, como también formas humanas; mujeres y hombres.

Estos motivos eran recurrentes en los diseños de los pueblos originarios, el hombre y la mujer como una dualidad presentes en las pinturas, dibujos y grecas geométricas, lo cual demostraba acciones y distintas situaciones de la cultura; rituales, fiestas, sacrificios y funerales.



Figura 6 Angeline Marie Huircalaf Tranamil [Anouk] (19 de agosto de 2019). *Top mostacillas y plata*. Wixakewpv Tienda Mapuche. Instagram. <https://instagram.com/wixakewpvtiendamapuche>

El trabajo en plata se realiza mediante la técnica orfebre en talleres, por medio de calor y modelado de la plata, por esto permite el diseño en tres dimensiones de manera proporcional, generando movimiento en los artículos y coherencia formal del diseño. Cada objeto se planifica por separado o en conjunto, como se menciona anteriormente, a modo de unidad o en relación a otros objetos; aros y collar en mismo sentido estético. Ya sea por recursos de morfología, curvas, rectas, en combinación, y/o aplicación de color, tallado con motivo gráfico.



Figura 7 Fanny Manríquez Melivilu. [Antu-talleres-y-oficios] (18 de octubre de 2018) *Diseños orfebrería Antü Talleres y Oficios*. Facebook. https://www.facebook.com/pg/Antu-talleres-y-oficios-123369321705710/photos/?ref=page_internal

En el caso particular de los diseños de Antü, los motivos gráficos incluyen simbología mapuche y síntesis de plano lleno, por ejemplo las araucarias y la greca sobre éstas. Combina la geometría propia de la simbología mapuche, a través de las grecas junto al dibujo simplificado o recursos de síntesis, utilizado en las técnicas estencil.

Esténcil es una castellanización de la palabra inglesa *stencil*. Ambos términos refieren a una técnica para estampar letras, números y/o dibujos, es decir, para estarcir, a partir del uso de una plantilla. Dicha plantilla funciona

como un patrón que permite la repetición de los motivos gráficos elegidos, se conoce también con el término de espaciado, y se maneja con patrones dentro de una plantilla de aplicación. La síntesis de los motivos reúnen los rasgos más relevantes sobre los atributos que tiene una imagen analítica, y las araucarias se presentan de ésta forma en la aplicación de joyería en plata, dando forma de árbol dentro de una estructura de flor copihue. [Copihue, motivo recurrente en los motivos].

El tallado en plata es un recurso que se visualiza en la mayoría de los artículos, generando distintos motivos gráficos con ésta técnica por ejemplo en la aplicación de figuras zoomorfas, figuras geométricas básicas como el círculo, cuadrado, triángulo y rombo.

También la aplicación de colgante por medio de calados o troqueles para generar tensión, y la mezcla de color junto a la plata generan movimiento y volumen en la presentación.

Lana en telar mapuche.

El trabajo en telar es una actividad recurrente en mujeres jóvenes, ya que mantienen la técnica hasta la época actual, y sobre todo por medio de la herencia de sus *ñañas* o abuelas conocedoras del quehacer del telar. Particularmente el trabajo del telar es el que menos adaptaciones o modificaciones presenta, ya que se maneja a nivel patrón de repetición como greca geométrica. La técnica solo permite tejer y diseñar patrones de repetición, pero los colores son los que juegan una propuesta distinta, así como también las prendas en combinación con otros materiales.

Es por esto, que se visualizan propuestas apoyadas por la aplicación de cuero y telas de distinto origen, ya sea en sweaters, ponchos, gorros, guantes y bufandas. Éstas funcionan como decorado a modo de detalle en la prenda final, por ejemplo como broches o prendedores que aportan al diseño final, otorgando movimiento y volumen.

El trabajo de telar se puede ver en el diseño de alfombras, cubrecamas y decorados ornamentales para paredes, haciendo la función de cuadro u obra

artística que aporta estética a un espacio. La lana entrega la sensación de calidez por su textura, volumen y color, por esto es utilizada como abrigo y protección del frío en ambientes e indumentaria. En términos de accesorios en indumentaria textil existe una gran cantidad de propuestas actuales, posterior al año 2000 a nivel nacional y regional, algunos de ellos cinturones, bufandas, guantes, sombreros, pulseras, aros, collares, entre otros.

Un mundo de encuentro fue la confección de juguetes en lana, distintas aplicaciones basadas en el uso del telar mezclado con el uso de la lana en bruto, y diseño de acciones para situaciones cotidianas. Una propuesta relevante desde el año 2005 a la fecha, la emprendedora vio una oportunidad en la confección de muñecas con lana y aplicaciones en telar.

En la mayoría de los casos relevados que desarrollan la técnica del telar, han ido jugando y atreviéndose con distintos formatos y adaptaciones en los motivos gráficos, ya sea por la demanda local, las tendencias de consumo nacional e internacional y sobre todo en respuesta a la innovación que trabajan en sus comunidades. El trabajo de telar es una actividad propia de las mujeres en la cultura mapuche, heredado en distintas generaciones hasta la actualidad en mujeres jóvenes que aprovechan el material y proponen nuevos diseños basados en la técnica original de sus antepasados.

De manera particular, en las muñecas de lana se puede ver la combinación del material junto a la reutilización de telas, además de detalles decorativos en plásticos y metales. En términos de diseño con motivo gráfico podemos observar que la simbología está presente a modo de bordado, y algunos motivos orgánicos a mano alzada, lo cual se contrapone con la geometría.

4.1.2. Nuevos materiales.

Dentro de los nuevos materiales registrados en la investigación nos encontramos con la utilización de plásticos, reciclado y nuevo desde proveedores locales, telas y géneros reutilizados, rescatados de restos o desde tiendas de segunda mano, cuero sintético reciclado, metales aleados; como el

aluminio, alpaca, peltre, acero inoxidable y piedras de fantasía, además de los papeles y cartones.

Plástico.

El plástico es uno de los materiales mayormente usados en los casos estudiados, ya sea de manera reutilizada, rescatado desde objetos o aplicaciones anteriores y dispuestos dentro de la propuesta particular de cada caso. Este material es un elemento que se puede encontrar en un sinnúmero de formatos y que genera la mayor cantidad de basura a nivel mundial, actor altamente contaminante, del cual se busca la reutilización en diferentes propuestas.

Sobre lo anterior, es posible que la accesibilidad del material haga la prominente aplicación en los objetos, su bajo costo y flexibilidad en la aplicación de diferentes técnicas para el prototipo y confección final. El plástico es un material de fácil acceso y posibilidad de reutilización por su flexibilidad, como expresa en su definición, permite trabajar de manera adaptable y permeable, gracias a su aislación y resistencia a la humedad. Por lo mismo es aplicado reiterativamente en las propuestas estudiadas, y a modo de reutilización de los materiales, aprovechamiento y realce para la innovación del diseño local.

El plástico podemos encontrarlo en la confección de joyería, accesorios de indumentaria, vestimenta en aplicaciones de ornamentación, incluso en el diseño de juguetes en combinación con otros materiales. Es bueno aclarar que este material fue creado aproximadamente hace 100 años atrás, sobre la base de desechos naturales como el carbón, la celulosa, el gas natural, la sal y el petróleo mediante un proceso de polimerización o policondensación.

Si bien el plástico lleva un tiempo importante en la producción del planeta, los mapuche no lo incorporaron en su cultura ancestral, no existe hallazgo sobre esto, y menos en aplicación para objetos utilitarios, indumentaria u ornamentación. Ésta técnica se visualiza aproximadamente desde el año 2010, con los primeros diseños de joyería con mostacillas;

pequeños trozos de plástico con un orificio central unidos por un hilo para generar una secuencia de elementos como se puede ver en la siguiente imagen.



Figura 8 Angeline Marie Huircalaf Tranamil [Anouk] (16 de abril de 2019) *Collar mostacillas y plata*. Wixakewpv Tienda Mapuche. Instagram. <https://instagram.com/wixakewpvtiendamapuche>

Debemos considerar, frente al análisis de distintas piezas con incorporación de plástico, que por lo general son mujeres las actrices principales de éstas creaciones, mujeres jóvenes entre 20 y 30 años de edad, y que vienen aplicando éstos conocimientos e innovando en propuestas aproximadamente hace 10 años. Las emprendedoras nacidas entre los años 1990 y 2000, son las nuevas generaciones hacedoras de diseño innovador, pioneras en la combinación de materiales y sobre todo en las nuevas propuestas de motivo gráfico.

El plástico permite tener flexibilidad en la confección, material pulcro, de fácil manipulación, y que se adapta a distintos usos; ornamentales y utilitarios. Uno de los inconvenientes que posee el material es la sensibilidad al calor directo, por lo mismo no es usado en utensilios de alimentación.

Telas.

Las telas es un recurso que si bien ha sido utilizado por el pueblo originario, en la actualidad se presenta en distintas aplicaciones, ya que la tela fue utilizada solamente como vestimenta de los mapuche; hombre, mujer, niños. Ésta materia prima se puede visualizar por lo general en las aplicaciones en combinación con otros materiales, por ejemplo en decorados de indumentaria, joyería y diseño de ornamentación como cuadros decorativos. Generalmente a modo de reciclado, en aporte a la confección y diseño de colecciones en indumentaria femenina y masculina.

La tela permite generar tensión y amarre de distintas materias primas utilizadas en los casos estudiados, por ejemplo a modo de colgantes en la joyería, en artículos decorativos y en donde se busque jugar con la propuesta de texturas.

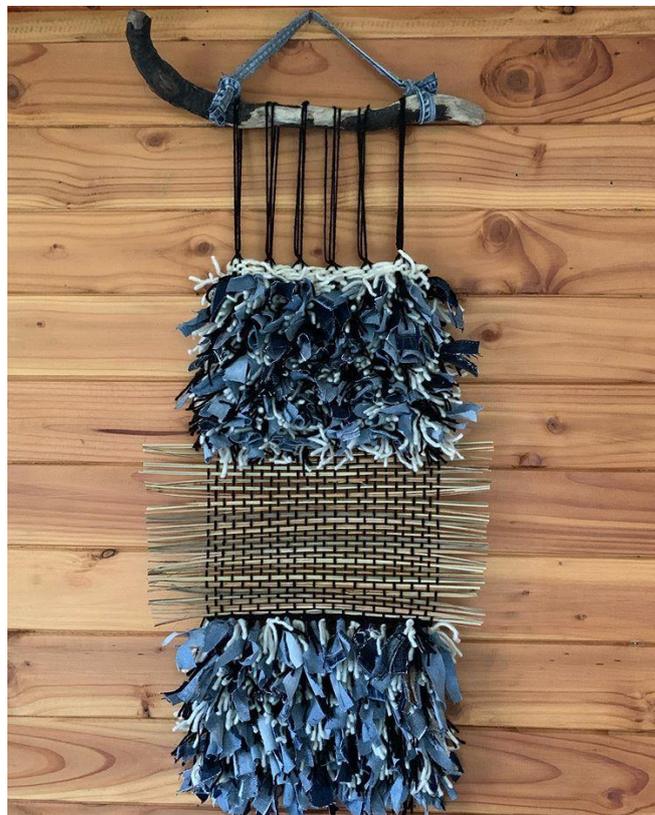


Figura 9 Ejemplo de combinación de materiales. Telares Truyu [telarestruyu] (10 febrero 2019).
Telar mixto. Telares Truyu. Pictame. <https://pictame2.com/user/telarestruyu/>

En el telar de la imagen anterior se puede apreciar la aplicación de tela en combinación con lana y varillas de árbol, apoyado sobre la base de telar en una rama. Para ésta técnica existen muchas variaciones y depende del creador los materiales que quisiera utilizar, en los casos de estudio efectivamente se puede observar la indagación y exploración en nuevas propuestas de materialidad. Así también el diseño de los motivos, podrían generar modificaciones en las formas básicas, basadas en la simbología mapuche. No olvidemos que las jóvenes mapuche que mantienen la técnica del telar, trabajan junto a sus madres y abuelas con el fin de aprender y perfeccionar el trabajo, lo cual no priva el espacio para la exploración.

La tela y/o géneros es uno de los materiales con mayor contaminación en el proceso productivo, ya que conlleva procesos químicos en la confección en serie y de manera industrial. Esto produce contaminantes ambientales hacia la atmósfera, y la mayor cantidad de basura generada por la industria de la moda. Es por esto que existe un trabajo en el reciclado o reutilización del material, con el fin de disminuir la generación de basura en el mundo.

Metales.

Los metales aleados es un recurso que se trabaja preferentemente en la joyería y algunos accesorios para aplicaciones en el vestuario, es bastante utilizado y se presenta con los siguientes materiales; alpaca, peltre, aluminio y acero inoxidable. Este último utilizado desde aproximadamente 15 años en el sector, por ser flexible, poseer un color opaco y sobre todo la resistencia a la humedad, lo cual no hace cambiar su color original.

Los metales mencionados permiten flexibilidad a el armado y confección en la joyería, gracias a sus propiedades como es el caso del aluminio, acero etc. Además del bajo costo, en comparación con la plata, que es un material que se presenta con valores más altos en el mercado local.

También los metales aleados tienen menor peso que la plata, por lo mismo son utilizados en ornamentación de indumentaria femenina y masculina en algunos casos, el material es más moldeable y se adapta a la combinación con otros elementos. Como ocurre en los casos que se presenta en joyería, y vestimenta, aportando en el diseño general con un acabado estético particular.

Se podría afirmar que los mapuche al ser colonizados y recibieron monedas de colonos españoles, tuvieron un acercamiento a lo que eran los metales aleados, por medio del trueque que se practicaba en esos tiempos. Es por esto que el pueblo mapuche trabajó las monedas con distintos usos, efecto que actualmente se puede visualizar en la confección de distintos artículos de diseño, apoyado por la incorporación de este metal.

A nivel comercial, el efecto que tuvo el ingreso de los metales aleados al mercado local, fue la durabilidad del material ya que este no cambia de color por efectos de óxido como la plata, y sobre todo el valor con respecto a la competencia. El costo de los metales aleados está un 40% por debajo del costo en plata, trabajo que implica la orfebrería con fundición para lograr flexibilidad, poder dar forma y tallado.

4.2. Presentación de los motivos gráficos.

Los motivos gráficos presentes en los casos de estudios se pueden clasificar en; dibujo simplificado o síntesis, la cual es lineal o plano lleno. Y dibujo analítico o trazo a mano alzada.



Figura 10 Síntesis de plano lleno y lineal.
Fuente: elaborado por la investigadora.

En estos diseños con motivo gráfico podemos observar el detalle en la confección de la síntesis o simplificación de una forma, en combinación con el trazo a mano alzada o dibujo analítico. Según W Wong (1994), la base del diseño gráfico inicia desde el punto, la línea y el plano, haciendo referencia a lo geométrico, que da pie a los inicios de los trazos limpios.

Estos recursos gráficos son utilizados en los casos de estudio, ya sea a modo de representación de una situación o elemento orgánico, inspirado en la simbología mapuche. La simbología mapuche está construida desde formas geométricas, círculo, cuadrado y triángulo, lo cual se ve reflejado en los diseños del pueblo originario. Ésta misma corriente estética sigue en vigencia, pero con adaptaciones y modificaciones de sus formas geométricas, por ejemplo en la síntesis o simplificación de las formas.

4.2.1. La técnica del sintetizado en formas.

La técnica de síntesis es desarrollada de manera análoga y digital, la primera por medio de instrumentos geométricos, como regla, compás, y reglas circulares. En el caso de la digitalización de las formas existen software que permiten el tratamiento de simplificación de imágenes, con el fin de disminuir los detalles de éstas, generando un diseño más sintetizado. Éstas tendencias se pueden ver en el trabajo de los metales, ya que en el caso de la alpaca y acero inoxidable permiten un molde mucho más flexible y por lo mismo los diseños presentan incorporaciones distintas a lo que se ha utilizado con anterioridad en el pueblo mapuche.

Según la diseñadora Ana María López (2012), en su libro curso de diseño gráfico fundamentos y tendencias, presenta la incorporación de la síntesis en las distintas corrientes estéticas del diseño gráfico, lo cual se podría llegar a fundamentar en la geometría asociada al punto, plano y línea de Wucius Wong (1995). En el diseño gráfico se busca la pregnancia de las formas, su fuerza y simpleza, lo cual se trabaja desde la abstracción en la síntesis de planos y líneas, tendencia que se puede visualizar también en los diseños con motivo gráfico de las emprendedoras de cultura mapuche local. La limpieza en las formas, disminuyen en ruido en la comunicación, lo que hace

generar un producto final simple, sencillo, de líneas y planos uniformes, para un segmento de clientes determinado.

Caso emprendedora mapuche	Síntesis lineal	Síntesis plano lleno	Trazo libre (Dibujo analítico)
1 Askin Huaiquil (Leftuy) Orfebre	x	x	x
2 Anouk Fiala (Meli Rupu) Telar	x	x	
3 Klaura Anchio (Yafumiawun) Orfebre	x	x	
4 Natalie Miranda Huitraqueo (<i>Trapüm Wirrin</i>) <i>Encuadernación</i>		x	x
5 Fanny Manríquez Melivilu (Antü) orfebrería, cerámica, textilería y costura.	x	x	x
6 Katari (Pachakuti) Orfebre	x	x	
7 Kvyen ray (Wewaiñ) Orfebre	x	x	
8 Etel (Arte Retrafe) Orfebre	x	x	
9 Ruña küme mongen lof (Mamüelche) Madera y telar.		x	x
10 Witxal Telar	x	x	

Tabla 1 La técnica de síntesis presente en los motivos gráficos.
Fuente: Elaboración propia.

En los diez casos analizados podemos ver la incorporación de las 3 técnicas de diseño, en algunos casos todas combinadas dependiendo del material trabajado. Por ejemplo en la técnica de telar el motivo gráfico es un poco más reducido en términos de exploración de la forma, ya que los patrones son geométricos y repetitivos, en figuras de plano lleno y lineal.

Un caso distinto ocurre con la madera y los metales, ya que su flexibilidad permite que la emprendedora realice diseños que exploran distintas formas, lo que se puede ver en la tabla anterior, combinación de trazo libre junto a las simplificaciones propias de las formas geométricas. En el caso del uso de telas, cartones y papeles, los motivos gráficos son con un estilo analítico, con un trazo libre ya que están pigmentados con óleos y acrílicos. En

estos casos se mezcla la técnica libre y/o trazo libre, junto a lo geometrizado de la simbología mapuche, efectos que no son considerados en el pueblo en sus orígenes. Son indagaciones propias de las generaciones jóvenes analizadas en esta tesis, que buscan innovar y proponer una nueva tendencia basada en la cultura mapuche, pero adecuadas a la demanda local.

4.2.2. Los motivos gráficos representados.

Dentro de los motivos gráficos que se encuentran en los casos estudiados, se exhiben figuras humanas de sexo femenino, masculino y asexuadas, dependiendo de la situación representada. Patrones repetitivos de estilo libre, en distintas situaciones sociales; fiestas, bailes, ceremonias, nacimientos, etc. Sus ubicaciones por lo general son frontales, presentadas en dos dimensiones, algo parecido al frontalismo egipcio, basado en la geometrización de las formas.

También se presenta la dualidad de las formas humanas, por ejemplo la unión entre cuerpos, la presentación del hombre y la mujer en un espacio, con otros elementos que los acompañan, como el sol y la luna. Figuras humanas con distintos tamaños, haciendo referencia a los niños y adultos, en grupo o de manera individual. Fusiones de cuerpos y distintas situaciones que se complementan con otros elementos, por ejemplo junto a flora y fauna.

Las figuras humanas por lo general son simplificadas en sus diseños, de trazado libre y lineal, ajustándose a lo que permite la materialidad de la propuesta, y con detalles que otorgan volumen y forma. Por ejemplo en el caso de los rostros e imágenes de trazo libre, que buscan reflejar la luz y sombra con recursos de plano lleno y lineal.

En la siguiente imagen se puede apreciar el dibujo analítico o trazo libre en que se diseña la figura humana, además de estar sobre un soporte de papel, en una técnica de color por lápices y distintos pigmentos.



Figura 11 Angeline Marie Huircalaf Tranamil [Anouk] (8 de octubre de 2019) *Cuaderno personalizado para la Lamgen. Wixakewpv Tienda Mapuche.* Instagram.

<https://instagram.com/wixakewpvtiendamapuche?igshid=1ojil3b8rua5zv>

Por lo general las emprendedoras que trabajan el trazo libre, representan distintas situaciones con figuras humanas, en este caso podemos ver una mujer embarazada que expresa vida por medio de la vegetación. En figuras anteriores se pueden observar distintos estilos de figura humana, por ejemplo en el trabajo orfebre de las emprendedoras, donde figura la silueta de una mujer-niña con algunos detalles lineales que realzan sus formas.

La flora y fauna es un motivo que se repite continuamente en distintos materiales, en la imagen anterior podemos ver el caso de la vegetación local, por medio del diseño de copihues, y algunas otras flores típicas de la región. Los motivos florales y vegetativos son usuales en los diseños analizados, ya sea por medio del dibujo analítico como en el caso de la síntesis de sus atributos. El motivo floral más utilizado es el copihue, y también se pueden encontrar pensamientos, rosas, camelias, dasmes, margaritas y hortensias. Cada una de estas especies florales presentes en el sur de Chile, y que de alguna forma fueron utilizadas por el pueblo mapuche.

También los motivos zoomorfos están presentes en los distintos formatos analizados, por ejemplo los felinos desde el puma chileno hasta gatos domésticos. Las aves locales como el *treile*, y casos particulares como el picaflor, gorrión y palomas, son motivos reiterativos en patrones, en acciones y situaciones determinadas por el concepto que ellas estén desarrollando. El amor, la energía, empatía, interculturalidad, son conceptos que se pueden ver reflejados en los diseños con motivo gráfico, la flora y fauna son elementos identitarios que están siempre presentes en sus creaciones.

Sobre lo anterior, no existe un patrón regular de repetición en los casos analizados, si bien se presenta una línea de conexión en el estilo gráfico, las tendencias son libres y sobre todo exploratorias. Rasgos propios de las emprendedoras jóvenes estudiadas en esta tesis, lo cual define una propuesta distinta a lo ya trabajado en el pueblo originario; combinación de materiales, técnicas, color y forma.

Finalmente el sol y la luna, son elementos que se encuentran en los diez casos analizados, y vienen desde la cosmovisión de la cultura, lo particular de éste análisis es que los elementos están combinados con distintas situaciones, lo que genera una propuesta distinta a lo elaborado originalmente. Por ejemplo el *kultrún* con los puntos cardinales, combinados con la imagen de dos gatos enamorados bajo la luna.

4.2.3. Percepción visual, ley de Gestalt

En términos de percepción visual, la composición que proponen las emprendedoras es rupturista y se arranca de los límites definidos por los diseños básicos del pueblo originario, ya que manejan nuevas estructuras de realización y por lo demás no temen a sobre pasar lo culturalmente aceptado dentro de la sociedad.

La composición en las creaciones originarias partía de un patrón en repetición, técnica que entregaba el telar por ejemplo, la cual era replicada en otras, madera, cuero, y orfebrería. Actualmente el diseño es libre, como se ha

presentado anteriormente, ya que las materialidades permiten mayor flexibilidad y exploración con los objetos.

Por lo mismo la percepción es una interpretación de las sensaciones y son percibidas de representaciones internas de los objetos internos, similar efecto se produce con los motivos gráficos, ya sea en su forma, color y estilo. Éstos elementos, ubicados de una manera determinada, comunican sensaciones lo cual es percibido por un grupo determinado de personas, un grupo objetivo. La percepción a diferencia del pensamiento, tiene un carácter configuracional y no simbólico. De la memoria se diferencia por su propiedad de actualidad, ya que la percepción se realiza bajo estímulos presentes.

El efecto de la percepción se produce por el análisis que realizan los sistemas sensoriales de los patrones de estimulación, por medio del ojo y gracias a los motivos gráficos.

Los tipos de percepción según Básico, B., & Mothelet, L. M. G.

a) Percepción del espacio. Normalmente percibimos el espacio en forma tridimensional, por lo que el sentido visual se ha desarrollado para poder percibir el mundo en tres dimensiones.

b) Percepción de tamaño. Es la dimensión misma de la imagen.

Imágenes de desigual tamaño se pueden ver del mismo.

Imágenes del mismo tamaño se pueden ver de diferente tamaño.

c) Percepción de tiempo. La percepción ocurre en el presente, pero está llena de pasado y de futuro.

Dentro de los elementos relevantes que consideramos en la percepción visual, se encuentran el equilibrio, la forma, el espacio, la luz, el color, la tensión, el peso visual, la direccionalidad, la simplicidad, el dibujo, y la figura – fondo.

En la figura número 12, se pueden apreciar los recursos de las leyes de Gestalt, motivos gráficos recurrentes en los diseños de las emprendedoras analizadas, lo cual aparece como un tecnicismo aplicado reiterativamente por los casos estudiados. También se podría afirmar, que son atributos propios del

traslape y repetición de figuras geométricas, motivos gráficos que se observan en los casos, generando movimiento y direccionalidad en distintos casos.



Figura 12 Angeline Marie Huircalaf Tranamil [Anouk] (25 de julio de 2019) *Traripel*.
Wixakewpv Tienda Mapuche. Instagram.

https://www.instagram.com/p/BpZ_GdqOVz/?igshid=1dv2j44mi5smh

En la figura anterior se observa la composición de un motivo en repetición, una secuencia que se presenta con el efecto de espejo, basado en la línea geométrica y que genera movimiento con su forma. La fusión de los elementos y el recurso de figura – fondo también están presentes en esta pieza, ya sea por la utilización de color, como la estructura lineal del motivo gráfico, lo cual está apoyado por puntos en la parte inferior.

Los motivos de repetición son recursos gráficos que han sido utilizados en distintos países en el mundo, ya sea a través de teselaciones, mosaicos y baldosas con motivos. Cada una de estas composiciones generan efectos de percepción visual, como la concentración, ritmo, dirección, volumen y unidad, dependiendo de la técnica y el material utilizado por las distintas culturas locales.

Aplicación de color.

El color es un elemento fundamental en el análisis de los motivos gráficos realizados por los casos de estudio, ya que en el pueblo originario el pigmento definía la propuesta dependiendo de los recursos dispuestos, por lo general de manera orgánica en el sector. Actualmente, este fenómeno ha ido cambiando y de alguna forma adaptándose a los cambios culturales, sociales y tecnológicos de las generaciones mapuche en el sector, éste efecto demostrado en las propuestas de colores de fantasía y adaptaciones según el segmento de clientes.

Los colores aplicados en el pueblo originario parten de la base de los colores primarios y secundarios, lo cual se presentó en el espacio que el pueblo mapuche habitaba. Los pigmentos orgánicos propios de la flora local, suelos y árboles del sector, eran aplicados en los objetos utilitarios y de ornamento que ellos confeccionaban. Los colores mayormente utilizados fueron los rojizos, tierra o marrones, negro, amarillo, verde y azul, lo cual es abordado en capítulos anteriores de la tesis. Ya fuese por un tema de accesibilidad del material de pigmento, y sobre todo basado en la simbología mapuche, lo que expresa el color con cada confección.

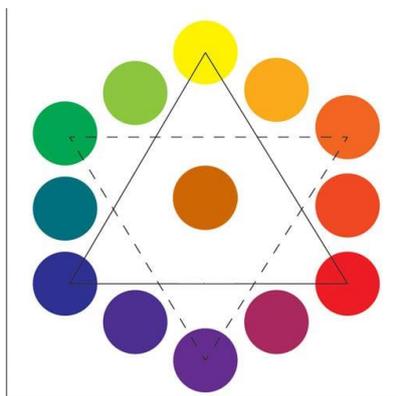


Figura 13 Colores primarios y secundarios.
Fuente: elaborado por la investigadora.

Como se exhibe en la imagen anterior, los colores primarios están conformados por el valor de magenta, amarillo y cerúleo, [rojizo, amarillo y azulado respectivamente], además de considerar la tonalidad según el material

en donde está aplicado el color. Son denominados primarios porque permiten la creación de colores que van entre ellos; anaranjado, verdosos y violetas, éstos últimos denominados secundarios según González, William Ulpiano Padilla, and Yenny Usuga. (1991). En los fundamentos de la teoría básica del color.

Por ejemplo, la teoría del color de W. Ostwald, (1915) consta de cuatro sensaciones cromáticas elementales (amarillo, rojo, azul y verde) y dos sensaciones acromáticas las cuales son intermedias.

Así como ellos, algunos autores fundamentan el valor del color relacionado a la percepción visual y sobre todo a la composición en el espacio, conceptos básicos del diseño gráfico y que permiten la adecuada diagramación y/o configuración de un motivo.

Los colores primarios siguen siendo utilizados, y sobre todo en los casos estudiados, pero en combinación con colores de fantasía que no son otorgados gracias a los pigmentos que ofrece la naturaleza, si no que con la ayuda de un computador, un software de diseño o la aplicación de materiales distintos a los utilizados por el pueblo originario, permitiendo el efecto de nuevos colores. Estos colores nuevos y denominados de “fantasía” puede que estén dentro de la rosa cromática de los colores primarios y secundarios, pero contienen un componente extra que lo acerca a lo fantasioso; por ejemplo brillos, opacidad, fosforescencia. Efectos que se realizan por medio de las tecnologías actuales, ya sea en impresión láser, offset o simplemente en pigmentación con motivos por defecto desde la industria que los crea.

Actualmente el mercado del pigmento ofrece un gran abanico de posibilidades en términos de color y sus valores, ya sea en óleos, témperas y acrílicos, incluso pintura para ser aplicada sobre telas, recurso que está presente en los casos de las emprendedoras. La materialidad está a la mano y es numerosa en términos de variación de efectos y técnicas, lo cual permite la experimentación del que lo utiliza y sobre todo la combinación de color y estilo gráfico.

Este efecto se podría asociar a los cambios culturales en la región, sobre todo relacionado a la sociedad y el libre mercado, ya que el ingreso de

proveedores extranjeros afectó al sector local y nacional, generando mayor competencia y variabilidad en lo ofrecido. Estos recursos son aprovechados por las emprendedoras y sobre todo en la reutilización de materiales, a modo de exploración junto a los nuevos pigmentos que ofrece el mercado local, incluso para solicitar al extranjero vía internet en portales de comercialización. Gracias a la accesibilidad y proximidad con los diversos materiales, es que las emprendedoras analizadas han podido presentar nuevas propuestas que dialogan con el diseño gráfico, ya sea en términos de color, forma y tendencias mundiales.

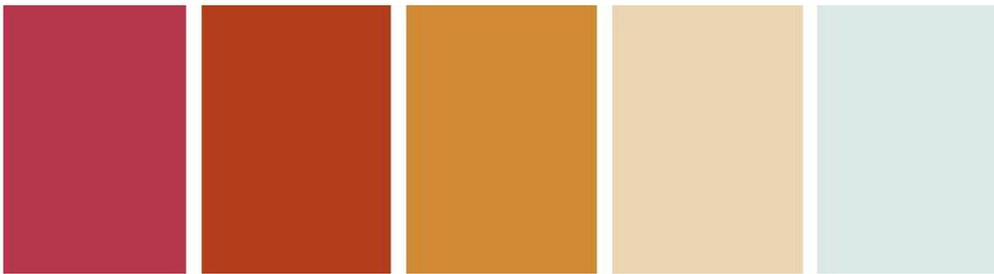


Figura 14 Paleta de colores de un telar mapuche.
Fuente: elaborado por la investigadora.

En la imagen anterior se observa la paleta de colores de un telar mapuche, en donde se presenta el detalle del color opaco, propio del material, en este caso la lana. Se podría afirmar que el material entrega el valor del color, ya que no en todas las aplicaciones se obtiene el mismo color.

Algo distinto ocurre con los pigmentos de fantasía que son aplicados directamente en el material, por ejemplo, cartón, papel, tela, plástico, y madera, no como la lana que viene coloreada y obtiene un efecto opaco.

Los colores de fantasía.

Estos colores vienen adulterados desde su origen, y poseen efectos brillosos que encienden el valor original, ya sea a través de la luminosidad con la fosforescencia que por lo general se aplica en la señalética vial y en espacios para llamar la atención por seguridad.



Figura 15 Colores brillantes y por ordenador.
Fuente: shutterstock

Para los casos estudiados, la aplicación del recurso de color fosforescente y brillante ha sido recurrente, lo que genera luminosidad y dinamismo en la presentación final de la pieza. Éste efecto se presenta desde el productor original a nivel industrial en lanas, telas, cartones, papeles, cueros sintéticos, y pigmentación para aplicar sobre materiales; témperas, acrílicos y óleos. También se puede apreciar en algunas emprendedoras el uso de las mostacillas de colores para la confección de joyería, éste producto por lo general se presenta en plástico o en algún metal aleado coloreado, efecto que tiene un acabado brillante u fosforescente según sea el caso.

Caso emprendedora mapuche	Brillo	Fosforescencia
1 Askin Huaiquil (Leftuy) Orfebre	x	
2 Anouk Fiala (Meli Rupu) Telar	x	x
3 Klaura Anchio (Yafumiawun) Orfebre	x	x
4 Natalie Miranda Huitraqueo (<i>Trapüm Wirrin</i>) <i>Encuadernación</i>	x	x
5 Fanny Manríquez Melivilu (Antü) orfebrería, cerámica, textilería y costura.	x	x
6 Katari (Pachakuti) Orfebre	x	
7 Kvyen ray (Wewaiñ) Orfebre	x	
8 Etel (Arte Retrafe) Orfebre	x	x
9 Ruña küme mongen lof (Mamüelche) Madera y telar.	x	
10 Witxal Telar	x	

Tabla 2 Aplicación de color de fantasía.
Fuente: elaborado por la investigadora.

Una cantidad importante de emprendedoras presenta aplicaciones con brillos y pigmentos fosforescentes en sus motivos gráficos y materiales, efectos que proponen nuevas tendencias en el diseño inspirado en la cultura mapuche local. Según sus afirmaciones, éstos elementos agregan valor a su propuesta, y es diseñado para el segmento de clientes definido que ellas presentan, en respuesta a una demanda localizada en la región de La Araucanía.

Las emprendedoras de alguna forma se han ido adaptando a las demandas de los consumidores, y por lo mismo su dirección en términos conceptuales sobre el diseño como tal, va hacia el segmento de clientes, conocimientos adquiridos en talleres de emprendimiento ofrecidos en las comunidades en donde habitan y en redes sociales de su sector.



Figura 16 Angeline Marie Huircalaf Tranamil [Anouk] (04 de septiembre de 2019)

Fentxen kudaw. Tienda Mapuche. Instagram.

https://www.instagram.com/p/BpZ_GdqOVz/?igshid=1dv2j44mi5smh

En la imagen se puede apreciar la combinación de color y material, plásticos y metales aleados en la confección de un prendedor, la transparencia también está presente en las mostacillas plásticas que son parte de una configuración concéntrica y entramado.

Caso	Rojo	Amarillo	Azul	Violetas	Verde	Anaranjado	Negro	Blanco
1 Askin Huaiquil (Leftuy) Orfebre	x	x		x			x	
2 Anouk Fiala (Meli Rupu) Telar	x		x	x	x		x	x
3 Klaura Anchio (Yafumiawun) Orfebre	x			x			x	
4 Natalie Miranda Huitraqueo (Trapüm Wirrin) Encuadernación	x		x	x	x	x	x	
5 Fanny Manríquez Melivilu (Antü) orfebrería, cerámica, textilería y costura.	x	x		x		x	x	
6 Katari (Pachakuti) Orfebre	x		x	x			x	
7 Kvyen ray (Wewaiñ) Orfebre	x			x			x	
8 Etel (Arte Retrafe) Orfebre	x			x			x	
9 Ruña küme mongen lof (Mamüelche) Madera y telar.	x	x		x			x	
10 Witxal Telar	x		x	x			x	

Tabla 3 Uso del color en motivos gráficos.
Fuente: elaboración propia.

El uso del color en los motivos analizados es relevante y está presente en cada una de las creaciones de las emprendedoras, los colores que

predominan sobre todo en telares son los rojizos, azulados y violetas, apoyados por el negro.

Los violeta están presente en todos los casos estudiados, y responden a una demanda femenina por lo general, colores preferidos por el segmento de clientes que mantienen las jóvenes emprendedoras. Caso contrario ocurre con los colores amarillo, anaranjado y blanco, que no son tan utilizados en los motivos gráficos. Éstos colores no son tan demandados como los mencionados anteriormente, y afectan la producción de las prendas a la hora de elegir tonalidades y combinaciones.

4.3. Presentación del producto en el mercado local

Los productos son seleccionados y presentados en distintos mercados locales de la región, ya sea de manera física en un local de comercio establecido, o en el comercio digital, plataforma actual mayormente usada por los casos estudiados. Presentaciones en ferias, fiestas costumbristas, eventos estivales, festivales étnicos, exposiciones, son algunas de las actividades en donde participan las emprendedoras de cultura mapuche, abriendo cada vez más el espacio para la exhibición de sus creaciones al público nacional e internacional.

Cabe recordar que los casos estudiados son emprendedoras locales y la finalidad de sus creaciones es ser comercializadas, el interés de ellas es mostrar su diseño y confección de objetos para la demanda local. Algunos casos comenzaron por la demanda localizada en la región de La Araucanía específicamente, como se menciona en esta tesis, pero al ir ampliando su negocio se vieron enfrentadas a un público internacional. Lo anterior gracias a la participación en ferias y eventos turísticos, además de la presencia en el mercado digital.

El pensar en un negocio se presentó como una oportunidad dentro de las necesidades que tenían los casos, y sobre todo para generar ingresos personales y familiares, por lo tanto dan inicio a una idea que genera un movimiento económico. Algunas participaron de capacitaciones para nuevas

emprendedoras, otras solamente leyendo y adquiriendo material necesario para la iniciación de actividades económicas en Chile. También se pueden ver los casos de comercio no establecido, no formalizado, sin iniciación de actividades, y los casos de empresas formales. En el caso de éstas últimas, haciendo iniciación de actividades en el portal web de empresa en un día, en servicio de impuestos internos, con la ayuda de capacitaciones o asesores instruidos en el tema.

Otra necesidad que surgió frente a esta idea de negocio fue la creación de un nombre de empresa, generación de marca y trabajo de imagen corporativa para lograr un posicionamiento en el mercado nacional e internacional. Atributos que fueron necesarios frente a un mercado local altamente competitivo, en donde las emprendedoras locales compiten con las grandes fundaciones y organizaciones que reúnen a los artistas de cultura mapuche en el país.

4.3.1. Identidad corporativa

El trabajo de identidad corporativa es un recurso que se diseña en base a los requerimientos comunicativos que tiene una empresa u organización, con el fin de generar una imagen de marca basado en su identidad como institución.

Dentro de las definiciones de identidad corporativa se encuentran; Margulies (1977) Identidad corporativa son todos los mecanismos que una empresa elige para identificarse ante sus stakeholders –la comunidad, clientes, trabajadores, medios.

Reitter (1985) Identidad corporativa es un conjunto de características y Ramanantsoa interdependientes de una organización, que le dan especificidad, estabilidad y coherencia y así la hacen identificable.

Abratt (1989) Lo que una audiencia puede reconocer de una empresa y distinguirla de las otras, y que puede ser utilizado para representar o simbolizar a la compañía.

Olins (1991) Consiste en la gestión explícita de algunos o todos los modos en que las actividades de la empresa son percibidas. Puede proyectar tres cosas: quién eres, qué haces y cómo lo haces.

Van Riel (1995) Identidad corporativa es la propia presentación planificada de la empresa, que se realiza a través de su comportamiento, comunicación y simbolismo.

Balmer (2001) La identidad corporativa es la suma de los elementos tangibles e intangibles que distinguen a una organización, y está configurada por las acciones de los líderes, por la tradición y el entorno de la empresa. [...] Tiene un horizonte multidisciplinar y fusiona la estrategia, estructura, comunicación y cultura de la empresa. Se manifiesta a través de múltiples canales, como el comportamiento y la comunicación de los trabajadores, las herramientas de comunicación comercial o el desempeño organizacional.

Los autores dan realce a los elementos identitarios de una empresa u organización, los cuales son declarados y expuestos de manera estratégica hacia el mercado. Las empresas diseñan estratégicamente una imagen que manifieste lo que se desea comunicar, y es aquí donde entra el término de imagen visual en la imagen corporativa, ya que estos elementos son reunidos en un diseño con motivo gráfico, una marca gráfica.

Para la marca gráfica encontramos varios autores que la definen, por ejemplo Joan Costa y Norberto Chávez, que la acercan a un diseño de logotipo, que reúne elementos identitarios plasmados en un motivo gráfico simple. La marca gráfica o logotipo reúne rasgos propios de la empresa u organización que la requiere, y estos rasgos son la solución simplificada presentada en un logotipo. En la marca gráfica se utiliza la técnica de simplificación de la imagen o elementos, ya que se busca la reducción de información gráfica y simplicidad en el resultado final.

Una marca gráfica debe ser pregnante en su diseño, reunir atributos que posteriormente sean recordables por el segmento de clientes, y lograr un posicionamiento esperado dentro de un mercado competitivo. Por lo mismo los diseñadores que realizan trabajos de marca gráfica, reducen al máximo la información que se quiere comunicar, para lograr un trazo compuesto por lo

más relevante y llamativo al ojo del espectador. Se entiende como una marca gráfica pregnante con la capacidad que tiene de ser recordada, representa su mayor o menor posibilidad de grabarse en la memoria del segmento de clientes. Por ejemplo la cohesión interna de la forma, que proviene de la solidez de cada uno de sus elementos, y lo evidente de su lógica compositiva, la sencillez de su sintaxis.

Además una marca gráfica debe ser legible en su composición, no generar confusión en su lectura y los elementos que la componen, disminuyendo el ruido en la comunicación visual, por medio de la simplicidad de sus formas.

Frente a la necesidad de definir un sentido del modelo de negocios para las emprendedoras es que surge la necesidad de diseñar una marca gráfica para la identidad de su empresa, y por lo mismo la definición de un nombre para su posicionamiento en el mercado. El reconocimiento y elección de sus productos van de la mano con la confección de una imagen de empresa, desde el diseño de marca gráfica, material publicitario, difusión y competencia en el mercado físico y virtual. La totalidad de los casos estudiados presentaron nombre de emprendimiento, marca y material publicitario para la difusión del diseño de sus productos.

En relación a lo presentado en las diez emprendedoras y la necesidad por generar una imagen de marca y nombre de idea de negocio, resulta interesante mencionar una definición de identidad presentada en el marco teórico y que da espacio para poder relacionar el análisis.

Al construir sus identidades personales, los individuos comparten ciertas afiliaciones, características o lealtades grupales culturalmente determinadas, que contribuyen a especificar al sujeto y su sentido de identidad (Larraín, 2003). Implícita en esta afirmación está la idea de identidades colectivas tales como género, clase, etnia, sexualidad nacionalidad etc., Son formas colectivas de identidad porque se refieren a algunas características culturalmente definidas que son compartidas por muchos individuos. En consecuencia, las identidades colectivas son continuamente recreadas por individuos a través de los mismos medios por los cuales ellos se expresan a sí mismos como actores con una identidad nacional. De allí que una identidad colectiva sea el medio y el resultado de las identidades individuales a las que recursivamente organiza (Giddens & Sutton, 2015).

Giddens & Sutton hacen mención a esta necesidad de las personas por trabajar su posicionamiento en un sector determinado, ya sea como individuo, como agrupación, como empresa o idea de negocio. Surge la interrogante con respecto a lo que se lleva analizando frente a esta investigación, como grupos sociales basados en una cultura ancestral, de hayan ido adaptando a los nuevos mercados y demanda local.

Sobre lo anterior, se presenta como un fenómeno social nacional, en donde el emprendimiento es la actividad más importante en la economía chilena, generando la mayor cantidad de empleo en el país. Y sobre todo la relevancia que tiene el protagonismo de la mujer chilena en la producción local, las emprendedoras, jefas de hogar, incluso jóvenes libres que desean independizarse en una sociedad latinoamericana machista.

También es importante relacionar lo que afirma Larraín (2003) ya que estas mujeres se conocen y participan de ferias culturales en distintas localidades de la región de la Araucanía. Son solidarias, se apoyan y dan fuerza al emprendimiento femenino.

Caso	Nombre fantasía	Marca gráfica	Material fotográfico	Afiches	Catálogos	Folletería
1 Askin Huaiquil (Leftuy) Orfebre	x	x	x	x	x	
2 Anouk Fiala (Meli Rupu) Telar	x	x	x		x	
3 Klaura Anchio (Yafumiawun) Orfebre	x	x	x	x		
4 Natalie Miranda Huitraqueo (Trapüm Wirrin) Encuadernación	x	x	x	x	x	x
5 Fanny Manríquez Melivilu (Antü) orfebrería, cerámica, textilería y costura.	x	x	x	x	x	x
6 Katari (Pachakuti) Orfebre	x	x	x		x	
7 Kvyen ray (Wewaiñ) Orfebre	x	x	x		x	
8 Etel (Arte Retrafe) Orfebre	x	x	x	x	x	
9 Ruña kúme mongen lof (Mamüelche) Madera y telar.	x	x	x	x	x	x
10 Witxal Telar	x	x	x		x	

Tabla 4 Elementos gráficos.
Fuente: elaborado por la investigadora.

4.3.2. Trabajo publicitario

El trabajo del modelo de negocios, presenta la elaboración de una estrategia publicitaria, la cual permite el ingreso al mercado con distintos productos diseñado por las emprendedoras, ésta necesidad surge por el mismo sector analizado, frente a los requerimientos de la demanda local. Es por esto que la difusión de material publicitario se presenta como una necesidad básica dentro del medio o red de emprendedoras, participando en eventos y ferias del área de desempeño.

Sobre lo anterior, el diseño de marca gráfica permite el lineamiento gráfico para la estrategia publicitaria, que si bien plantea líneas de acción para la difusión, también define estética para replicar en los formatos para la comunicación; afiches, folletería, infografías, lienzos, sitio web, redes sociales. En términos de estrategia publicitaria, las emprendedoras toman decisiones basadas en su modelo de negocios, en los casos estudiados elabora un modelo canvas para la conformación de su empresa, herramientas propias de la iniciación de actividades y capacitaciones para pequeños empresarios de la zona.

Gracias a estos conocimientos, las emprendedoras han confeccionado sus catálogos en línea para la difusión del diseño de sus productos, ya sea por medio de una página web, y/o presencia en redes sociales, generando un movimiento activo de comercialización por estos canales.

En la siguiente tabla se pueden observar los canales de distribución utilizados por los casos analizados.

Caso	TV / Radio	Sitio web	Instagram	Facebook	Whatsapp	Canal Youtube
1 Askin Huaiquil (Leftuy) Orfebre		x	x	x	x	
2 Anouk Fiala (Meli Rupu) Telar			x	x	x	
3 Klaura Anchio (Yafumiawun) Orfebre				x	x	
4 Natalie Miranda Huitraqueo (Trapüm Wirrin) Encuadernación		x	x	x	x	x
5 Fanny Manríquez Melivilu (Antü) orfebrería, cerámica, textilería y costura.		x		x	x	x
6 Katari (Pachakuti) Orfebre			x	x	x	
7 Kvyen ray (Wewaiñ) Orfebre				x	x	
8 Etel (Arte Retrafe) Orfebre				x	x	
9 Ruña küme mongen lof (Mamüelche) Madera y telar.		x		x	x	
10 Witxal Telar			x	x	x	

Tabla 5 Canales de distribución.
Fuente: elaborado por la investigadora.

Los canales de distribución más utilizados por los casos, son las redes sociales de manera gratuita; whatsapp, Facebook, e instagram, lo cual permite generar un perfil de empresa, con el fin de hacer difusión de su negocio y oferta de lo que realizan como emprendedoras. En los tres canales de distribución confeccionan una red de contactos, basado en una base de datos local, con el fin de ampliar su radio de comunicación y por lo mismo la difusión de su negocio.

El diseño de sitio web es otro canal de distribución, no tan utilizado pero si presente en el análisis, ya sea por el costo asociado que presenta la confección de una página web o por el desconocimiento de ésta materia para realizarlo personalmente. Existen algunos casos presentes que han confeccionado una especie de blog gratuito con el fin de alojar sus trabajos y mantener una dirección web para compartir.



Figura 17 Angeline Marie Huircalaf Tranamil [Anouk] (04 de septiembre de 2019)

Taller intensivo de mostacilla. Tienda Mapuche. Instagram.

<http://instagram.com/wixakewpvtiendamapuche?igshid=1f67bzwuhfkrn>



antutalleresyoficios



Figura 18 Fanny Manríquez Melivilu. [Antu-talleres-y-oficios] (17 de mayo de 2019)
Diseños orfebrería Antü Talleres y Oficios. Instagram.

<http://instagram.com/antutalleresyoficios?igshid=30uoibjuzuh>

En el caso de Whatsapp, es utilizada como una red de comunicación que permite el envío de material publicitario, como por ejemplo catálogos de productos, ofertas, información sobre el negocio, entre otras acciones, las cuales son comunicadas mediante el diseño de un afiche publicitario y material gráfico. Algo similar ocurre con los canales de Youtube, que permite generar una cuenta gratuita desde la cuenta de correo gmail y entrega herramientas audiovisuales para el alojamiento de material en línea. Este caso es utilizado en algunos talleres de confección, con el fin de difundir el quehacer de las emprendedoras por medio de videos.

Caso contrario ocurre con la televisión y la radio, canales de distribución utilizados mayormente por segmentos adultos, así como el periódico local, esto en respuesta al grupo analizado que responden a tendencias actuales de comunicación visual. Se podría afirmar que la televisión y la radio se han fusionado como canal de distribución en la plataforma Youtube, la cual reúne lo audiovisual en un solo soporte digital, y de manera gratuita.

En términos de comercialización, el trabajo de imagen corporativa del producto resulta fundamental para el lanzamiento al mercado, como se expresa con anterioridad cada caso presenta elementos que aportan en el trabajo de marketing. Se manejan estrategias para la ubicación de objetos de diseño en el mercado y sobre todo hacia el consumidor final, que las emprendedoras definen como sus clientes. Es importante mencionar que la demanda local es la base del negocio, ya que con este segmento las emprendedoras se han iniciado y mantenido en el mercado. Ellas conocen muy bien la demanda y por lo mismo producen un objeto que sea altamente demandado por la clientela, manejando aspectos de una estrategia de marketing local.



Figura 19 Fanny Manríquez Melivilu. [Antu-talleres-y-oficios] (1 de septiembre de 2019) *Marca gráfica antü Talleres y oficio*. Instagram.

<http://instagram.com/antutalleresyoficios?igshid=30uojbyuzuh>

En la imagen anterior se puede observar uno de los casos analizados, específicamente Antü Talleres y Oficios, que se presenta con un nombre de negocio y con su identidad corporativa a través de una marca gráfica.

El objetivo de estas acciones o tácticas dentro de un plan de marketing, es la comercialización del producto. Estas habilidades que presentan las emprendedoras, son sin manejo de una metodología o conocimientos previos de éstas materias. También se entiende que el emprendedor manifiesta estas cualidades o aspectos que dan impulso para la acción de emprender, y que son propias de las personas que quieren iniciar un negocio rentable, es por esto que realizan tácticas para el aumento del comercio y con el fin de ser identificadas.

Es por esto que las emprendedoras presentan acciones publicitarias para la comunicación y difusión de sus productos, por medio de distintas plataformas y presencia en situaciones sociales. Son los casos ya mencionados de ferias, fiestas, vitrinas en locales y sobre todo el soporte digitalizado en internet.



Figura 20 Fanny Manríquez Melivilu. [Antu-talleres-y-oficios] (28 de agosto de 2019) Publicidad *Talleres de orfebrería*. Instagram

<https://www.instagram.com/p/B1tUQEFvPZ/?igshid=1hhwnqj4zem0s>

Las emprendedoras buscan ser reconocidas con un nombre o una forma visual dentro del mercado, y es por esto que han diseñado una imagen corporativa a través de la confección de una marca gráfica y su difusión gracias a la publicidad. La búsqueda del posicionamiento en el mercado, es la constante para el reconocimiento de su idea de negocio, y los casos estudiados presentan la valorización del rescate cultural del pueblo originario, plasmado en el objeto de diseño.



Figura 21 Mujeres Mapuche. [diariouchile] (08 de agosto 2020) *Las mujeres mapuche* año 2020. <https://radio.uchile.cl/2020/08/08/yanka-millapan-desconfia-de-suicidios-en-ercilla-se-asimila-a-lo-que-paso-con-macarena-valdes/>

Capítulo 5: Conclusiones.

En la presentación de la tercera parte de la tesis, se ha podido visualizar la situación actual de los casos estudiados de emprendedoras mapuche en la región de La Araucanía en Chile, específicamente las cuales desarrollan artículos utilitarios y ornamentales con motivos gráficos.

Es por esto, que se genera una vinculación entre la creación y su comercialización, basado en la definición del emprendimiento abordado en capítulos anteriores, en los casos presentados existe el desarrollo económico gracias a la producción personal y sobre todo hacia la independencia económica de las mujeres. Las emprendedoras participan activamente en ferias de exposición con el fin de exhibir sus productos, actividad que se entiende como vitrina y catálogo hacia la demanda local, con proyección internacional.

El desarrollo económico local, está presente en cada uno de los casos presentados, lo cual genera movimiento comercial y turístico en la región, a través de actividades de recreación y esparcimiento; ferias, fiestas costumbristas, conciertos, entre otros. Esto ha permitido la extensión de redes y contactos locales para las emprendedoras, con el fin de expandir su negocio en el país y hacia el mundo.

Los casos de estudio presentados son emprendedoras de sexo femenino, el rango etario fluctúa entre los veinte y cuarenta años, tienen residencia en la región de La Araucanía en Chile, y ascendencia directa mapuche que se dedican a la producción de elementos utilitarios y/o de ornamentación. Esta actividad productiva se basa, generalmente en la confección de elementos utilitarios para la vivienda, alimentación, vestimenta, mueblería, joyería y por elementos de ornamentación; cuadros, adornos, figuras decorativas, entre otros similares.

En cada uno de los ejemplares diseñados por las emprendedoras, fue encontrado el diseño con motivo gráfico, el cual está inspirado en la simbología

de la cultura mapuche. Aspecto relevante en para las conclusiones de la tesis y sobre todo en la presentación de la cuarta parte del estudio, es el argumento que las emprendedoras comunican en la inspiración de la simbología mapuche y las adaptaciones que ellas realizan en sus singulares diseños. El resultado es una verdadera adaptación o transformación de los existente, hacia lo nuevo, la propuesta y la innovación.

Por lo anterior, se sospecha el resultado en sus propuestas basadas en la innovación e inspiración en la simbología mapuche, un relato y concepto que se plasma en un objeto atractivo para el segmento de clientes que ellas manejan. Este segmento demanda sus artículos, y define una tendencia a la demanda local de éstos productos adaptados a lo existente en el arte mapuche, pero con tintes actualizados que proponen las emprendedoras.

Algunas respuestas relevantes declaradas por las emprendedoras, fundamentan el diseño de sus productos en respuesta a la demanda de sus clientes locales y extranjeros. Entiéndase clientes extranjeros los cuales residen fuera de la región, ya que la cultura mapuche invita a turistas del país y alrededor del mundo. Ellas definen a su grupo objetivo con claridad y lo mantienen comprometido y enganchado, por lo general son mujeres entre 20 y 65 años de la región de La Araucanía, que se manifiestan interesadas consumir los objetos con motivos gráficos basados en la simbología mapuche.

También se puede concluir, que los casos estudiados practican acciones similares a la metodología del diseño, sobre todo en fases de la creación, diseño de prototipo, bocetos y utilización del color, mediante bosquejos y aplicación de carboncillo para generar volumen, luz y sombra. Los recursos del diseño están presentes en las creaciones de las emprendedoras, de diferentes formas, con distinto orden y secuencia, pero con una propuesta robusta y rica en un concepto basado en la simbología mapuche.

La metodología *Design Thinking* se puede visualizar en el proceso creativo de los casos estudiados, desde la secuencia de acciones hacia el manejo de estrategias para la definición de la estética por ejemplo en color, forma, estilo gráfico, uso del material y su reutilización. En términos de color, se manejan combinaciones propias de la simbología mapuche, por ejemplo en el

caso del telar, pero hay una exploración hacia los colores de fantasía o digitalizados, recursos que entrega la tecnología actual.

La combinación de colores fríos y cálidos en distintas propuestas, es una tendencia que entrega el análisis de los motivos gráficos, los cuales generan coherencia y equilibrio en la mezcla del soporte o material y el uso del color. Por ejemplo la utilización de la madera junto a la lana y aplicación de colores cálidos sobre la superficie, con la finalidad de generar la sensación de calidez.

Sobre la utilización del color, se presentan con fundamento teórico la percepción que entrega el color al ser observado, y lo que esto podría llevar a generar en un espacio o un objeto de diseño. Recursos que las emprendedoras emplean en el diseño de sus objetos y sobre todo en el realce de los motivos gráficos gracias al valor cromático. Los motivos por lo general son síntesis de la flora y fauna local y figuras humanas, como el hombre y la mujer, niños, elementos de la cosmovisión fusionados con dibujos analíticos de felinos y otros animales.

Existe una combinación de elementos que rompen con los lineamientos de la cultura mapuche y la cosmovisión, ya que en las propuestas analizadas no existen límites para la creación, es por esto que las propuestas son innovadoras y rompen paradigmas generacionales, tema que da espacio para otra discusión.

A modo de cerrar el capítulo tercero de la tesis, se acerca hacia el análisis de los motivos gráficos presentes en el diseño de objetos, confeccionados por las emprendedoras mapuche de la región de La Araucanía, ya presentados los casos de estudio y exhibidas sus características iniciales para la investigación. Esto da el inicio para el análisis desde el punto de vista del diseño, desde sus fundamentos básicos del diseño gráfico, teoría del color y uso de recursos para la síntesis de formas.

En la cuarta y última parte de la tesis se presentó la sección de mayor relevancia para la investigadora, ya que se exhiben los artículos diseñados por las emprendedoras, su posterior análisis desde el enfoque del diseño y sus teorías fundamentales.

Sobre el uso de material, la selección se realizó por los casos determinados del trabajo en madera, cuero, lana, cerámica greda, y orfebrería, que se observan de manera constante en los formatos elegidos. Cada objeto fue analizado en su motivo gráfico, su forma y diseño creado por las emprendedoras, seleccionado de un grupo de confecciones y que contuvieran las unidades de análisis; color y forma.

En el caso de la madera, se encuentran elementos utilitarios y de ornamentación cotidiana con aplicaciones talladas y pigmentadas, los motivos van desde situaciones sociales con personas de diferentes características, así como también la presencia de flora y fauna local. Por ejemplo el ave *treile*, la flor del copihue, el monito del monte, araucarias, piñones, guiñas y otros elementos identitarios de la región y sus alrededores. Además de los elementos que conforman la cosmovisión mapuche, la presencia de la luna y el sol, la dualidad del hombre y la mujer, el día y la noche, y situaciones sociales referidas a rogativas y rituales.

La orfebrería es la técnica que presentó mayor modificación en su aplicación y diseño en el objeto finalizado, ya que la utilización de materiales similares fue un caso repetitivo. Los metales aleados fueron el cambio a la historia de la platería mapuche, ya que según los estudios realizados el uso de la plata es el único hallazgo de la historia de la cultura. En los casos se puede apreciar el trabajo de la orfebrería con metales aleados, por ejemplo el uso del acero inoxidable, la alpaca, entre otros y que manifiestan mayor flexibilidad para su adaptación y sobre todo en el diseño de motivos gráficos. Estos materiales se presentan en el mercado con un valor más económico, lo que resulta atractivo para la confección y para el precio de costo.

Si bien el trabajo en telar es el que menos modificaciones presentó en su técnica, la combinación de materiales y uso del color fue un factor de innovación en el análisis. Por ejemplo en el pigmento de lanas, se encontraron colores de fosforescencia, colores sintéticos y brillos agregados en el pigmento. Estos materiales son ofrecidos por el mercado local y sobre todo en competencia con proveedores extranjeros, opciones que no son descartadas por las emprendedoras. Los telares se presentan en combinación con otros materiales, por ejemplo, telas recicladas, cueros, maderas, incluso elementos

de plástico, con la finalidad de crear un diseño propio y considerando la economía circular y la reutilización de materiales.

Es por esto, que la reutilización viene de la mano con la innovación en los casos de estudio, éstos manifiestan creaciones dinámicas y atractivas en términos de percepción visual, aspectos que entregan valor al producto final hacia el mercado. En éste proceso es que aparece el plástico, material que es reutilizado por las mujeres emprendedoras, por ejemplo en la confección de joyería, vestuario, juguetes y otros elementos. El plástico es presentado con o sin color, en distintos formatos, por ejemplo como mostacillas, trozos geométricos, o pulverizado según sea la idea para el objeto de diseño.

También, las telas se presentan como un material de reciclaje para los casos de análisis, ya que con retazos pueden confeccionar distintas piezas u objetivos de diseño, encontramos los casos de vestimentas, adornos, joyería, juguetes, incluso algunos prototipos de calzado y accesorios.

En términos de diseño gráfico, se observan los motivos existentes en los formatos seleccionados, como se menciona anteriormente, en la técnica de síntesis en plano lleno y lineal, y también acercándose al dibujo analítico en algunos casos. La mayoría de los casos aplican la síntesis de las formas en sus propuestas, indiferente a la técnica utilizada se manifiesta la simplicidad en los trazos y sobre todo la limpieza de las formas hacia la geometrización. Si bien el trazo es a mano alzada, hay un acercamiento a la geometrización, y la técnica de simplificación de formas.

Las emprendedoras conocen su negocio y saben lo que están ofertando, sobre todo el valor agregado que tiene la confección de su producto, el diseño de autor, singular y particular, que lo hace único y basado en la cultura de su pueblo originario. Es por esto que buscan la forma de ofrecerlo y mostrarlo a el segmento de clientes definido, y buscar la forma de ampliar este rango hacia el público internacional.

La totalidad de los casos ha ingresado sus productos al mercado local con proyección internacional, por ejemplo, por medio de las redes sociales y sitios web de su idea de negocio. Los diez casos analizados presentan imagen

corporativa de su idea de negocio, catálogo de productos, y presencia en redes sociales, afirmando que estas plataformas son una herramienta para exhibir sus productos con el fin de comercializarlos. Ellas creen que la publicidad es fundamental para la comercialización y sobre todo en el posicionamiento de su negocio en el mercado local.

La historia resulta fundamental en la investigación, sobre todo desde distintos autores en diferentes periodos de tiempo, ya sea desde la colonización española, por ejemplo en el caso de personajes que exploraron la región en el siglo XVIII y XIX y que dejaron testimonio del pueblo originario, sus territorios, enfrentamientos, y soberanía. También la historia heredada, aquella relatada en la cultura mapuche y los escritos desde los mismos mapuche, los cuales actualmente son profesionales universitarios, en algunos casos periodistas e historiadores que expresan la historia desde el enfoque de su cultura originaria.

La recopilación y sistematización de la información historiográfica, permitió tener un paneo general de la situación que sobrelleva el pueblo mapuche en la región de La Araucanía y sobre todo en Chile, a modo de ubicar la investigación en el contexto de interés local. Resultó relevante para la investigadora el análisis historiográfico de la cultura mapuche, ya que se reconocieron situaciones sociales y políticas que fueron incidentes en las distintas situaciones a las que se enfrentó el pueblo originario.

Uno de los acontecimientos de mayor importancia para la investigación fue el proceso sociocultural migratorio del campo a la ciudad, ya que marca un punto de inicio a lo que se relaciona con el emprender y sobre todo en busca de nuevas oportunidades laborales que ofrecen las capitales del país. Este efecto, producto de la reducción del territorio ancestral y disminución de productividad agrícola y ganadera de las familias mapuche en la región de La Araucanía.

El resultado de este efecto migratorio, fue la reinención de los mapuche hacia su actividad económica, se podría afirmar que cambiaron su habilidad en el trabajo del campo, hacia el comercio, servicio doméstico, gastronomía, y posteriormente en el acceso a la educación primaria, secundaria y universitaria.

Es aquí donde aparecen los emprendimientos, o los nuevos negocios frente a la necesidad de producir y subsistir junto a sus familias, por lo cual emerge la idea de ser independiente y buscar un nuevo camino para avanzar y aprender en la sociedad chilena.

El arte y la artesanía de la cultura mapuche, permitió acceder a los primeros elementos para el análisis de la investigación, desde material historiográfico, imágenes en catálogos y libros presentes en bibliotecas de la región, sobre todo archivos en el museo regional y universidades de la ciudad de Temuco, capital de la región de La Araucanía. Este material permitió tener un registro de las creaciones artísticas del pueblo originario y sobre todo en el desarrollo de la artesanía local, lo cual posteriormente se compara y analiza frente a los nuevos objetos creados por los mapuche en la zona.

Por medio de las piezas de arte y confecciones artesanales presentes en las recopilaciones realizadas, se manifestó el deseo de investigar los motivos gráficos en los artículos desarrollados por el pueblo originario, y también en el uso del color y materiales. El enfoque del análisis desde la disciplina del diseño comprende el color y la forma, así como los distintos formatos de comunicación visual de los objetos, son los casos de la publicidad y la imagen corporativa.

El análisis de los diseños con motivo gráfico, es el núcleo de la investigación y de alguna forma corrobora la hipótesis trazada inicialmente, desde la confección de artículos utilitarios del pueblo originario previo a la colonización y un escenario actual, con nuevas opciones en la creación de objetos. Resulta importante también resaltar que los motivos gráficos analizados están inspirados en la cosmovisión mapuche y su simbología, sentido que las emprendedoras presentan en adaptaciones y modificaciones según el concepto que desean plasmar en el objeto de diseño.

Como se ha mencionado, el objetivo general del estudio ha sido analizar las representaciones con motivo gráfico de los objetos diseñados y producidos por las emprendedoras mapuche en función de la cosmovisión y simbología de su cultura, en la región de La Araucanía. En este sentido, la hipótesis central de trabajo que las actuales representaciones con motivo gráfico de las emprendedoras de cultura Mapuche en la región de la Araucanía, Chile,

presentan elementos significativos provenientes de la cosmovisión y simbología ancestral de la cultura mapuche.

Como se puede observar en los resultados del estudio, efectivamente, el contexto social, cultural e histórico tiene una relación significativa, a juicio de los entrevistados y del análisis del diseño de sus productos, con los elementos que están presentes en las formas del trabajo mapuche.

La investigación permitió establecer una relación entre artesanía y diseño, ya que si bien el formato inicial de la creación es la confección artesanal de productos, estos se han transformado en un objeto de diseño, basado en el trabajo metodológico y proyectual, por ejemplo desde el design thinking. Las emprendedoras presentan una definición y evaluación del grupo objetivo, una segmentación de mercado y sobre todo el diseño de un producto demandado, identificando atributos del valor agregado que poseen sus producciones.

El contexto social y cultural globalizado y el acceso a la tecnología, permitió un mayor acceso a la información, sobre todo en términos de imagen visual, publicidad, comunicación y posicionamiento de la idea de negocio en un mercado determinado. Específicamente en los casos estudiados, las emprendedoras definieron los canales digitales como los mayormente usados por sus clientes, y por lo general de manera gratuita de gran potencial comunicativo. Estas herramientas han resultado de mucho provecho para ellas, a modo de vitrina hacia el mundo, incluso para la difusión de talleres y catálogos de productos.

Lo anterior, se presenta en un escenario en donde la relevancia de la actividad económica para la mujer mapuche en Chile es fundamental, y se despega de una sociedad patriarcal del pueblo originario. No olvidemos que el hombre mapuche podía tener desde 4 mujeres en su *lof* y cada una de ellas aportaba en actividades destinadas solamente para las féminas; crianza de niños, acciones domésticas, siembra y cultivo de hortalizas.

Las mujeres emprendedoras de cultura mapuche, inician una idea de negocio de manera individual, a modo de emprender y generar sus propios

ingresos, por lo general solteras con o sin hijos, y sostenedoras del hogar. Estas acciones les han permitido la autonomía y solvencia económica y la no dependencia de un hombre. Algunos casos manifiestan el apoyo de Fondos al emprendimiento mapuche, y específicamente para mujeres mapuche en Chile, lo cual ayuda al inicio de la creación de un negocio y sobre todo en la entrega de herramientas en administración, innovación, marketing, finanzas y otras áreas de negocios en la producción de productos o servicios.

En la mayoría de los casos, el emprendimiento surge como una oportunidad frente a la necesidad en contextos complejos, por ejemplo en la baja de ingresos familiares, separaciones, falta de trabajo, disminución en la producción agrícola. El apoyo entre mujeres se puede apreciar en las agrupaciones, la herencia de las técnicas, el trabajo colaborativo entre ellas, ya sea entre familias y comunidades mapuche.

Otro de los resultados que se pudieron reflejar en los casos de las emprendedoras es que por lo general pertenecen a agrupaciones en sectores de comercio mapuche de la región de la Araucanía. Por ejemplo en colectivos locales, agrupaciones indígenas y sobre todo en activa participación de reuniones vecinales, ferias y fiestas costumbristas. Todas estas acciones en apoyo vecinal para el aumento de ventas de sus productos, a través de la exhibición y prueba de productos y servicios.

Gracias a éstas prácticas innatas de las mujeres mapuche que confeccionan un objeto de diseño, en sus casos particulares han podido generar un espacio para comercialización en la región y sobre todo una apertura comercial desde el mercado local con proyección internacional. Algunas ideas de negocio incluso presentan la posibilidad de escalabilidad en el mercado virtual, son así los casos apoyados por algunas fundaciones y organizaciones de comercio justo en trabajo con las emprendedoras de cultura mapuche en Chile. Es importante destacar también, que los intereses de escalabilidad son diversos en cada caso, ya que algunas mujeres buscan mantenerse con su negocio en la zona de análisis, otras expandirse con presencia en locales de comercio establecido, y otros casos solamente consideran el mercado virtual.

El diseño de autor y su singularidad, son atributos presentes en las confecciones de los casos estudiados, ya que poseen una estética única que desemboca en el valor agregado propio del objeto. Inspirado en la simbología de la cultura mapuche, pero que propone una nueva línea para los consumidores actuales. Las tramas geométricas están presentes en las nuevas confecciones, así como el dibujo analítico y la síntesis de formas relacionadas a la cosmovisión de la cultura originaria, lo cual hace romper paradigmas ancestrales, herencias en las técnicas y sobre todo en el motivo gráfico.

Es por esto que se evidencia una transformación y combinación en las formas ancestrales, aplicación de color y uso del material en las nuevas confecciones de las emprendedoras analizadas. Ellas lo denominan “adaptación” lo cual manifiesta la transformación del motivo gráfico, inspirado en la simbología mapuche, así como también la combinación de motivos ancestrales junto a síntesis o dibujos analíticos en el mismo soporte. Se denota una exploración en las formas y modificación de los patrones geométricos, con la finalidad de lograr una diagramación acorde al concepto que ellas desean comunicar.

También resulta interesante observar el uso de materiales en los distintos soportes, su propuesta es innovadora dentro del espectro de la creación, considera la reutilización del material y el reciclaje, tales son los casos del plástico, telas y desechos. Es por esto que podemos ver elementos que se acercan a la innovación y a las nuevas ideas para la creación en el área del diseño.

La relevancia en el campo del diseño va desde los fundamentos básicos del diseño gráfico, el análisis de motivos gráficos, la producción visual, la estética local, identidad y patrimonio local de la cultura mapuche. Se plantea desde la disciplina del diseño como una investigación interesada en destacar la creación local en el pueblo originario, resaltando la originalidad y calidad de sus productos. También el fortalecimiento y rescate de elementos identitarios de la región de La Araucanía, la historia de la cultura mapuche, su conformación y colonización. Los saberes ancestrales, heredados en su técnica y aplicación,

sobre todo en la artesanía y arte dan espacio para la exploración en diferentes campos de investigación.

La contribución y el aporte de la investigación está apoyada de lecturas históricas, la cultura mapuche, pueblos originarios, diseño de autores locales, contexto político, social y económico, la cosmovisión, la innovación y adaptación a los nuevos mercados, el emprendimiento mapuche y sobre todo el trabajo de la mujer en la región. Lo cual abre un espacio para la exploración de nuevos enfoques hacia el aporte que realizan las emprendedoras de cultura mapuche en el país, ya sea desde la artesanía, el arte y el diseño.

La vacancia investigativa se apoya desde el trabajo de análisis comparativo en objetos de diseño, la utilización de color y aplicación de formas gráficas en los cinco materiales. La vinculación entre artesanía y diseño es una línea de investigación abierta y que da espacio para la exploración de distintos caminos, en la riqueza de la identidad local, la cultura mapuche, y las nuevas propuestas en emprendimiento. La innovación en los procesos y técnicas heredadas en generaciones es el punto de inflexión de la investigación, al observar la propuesta de reutilización de materiales y el uso del plástico como caso particular, además de las adaptaciones inspiradas en la simbología mapuche.

Es por esto, que se observa en el análisis de los motivos gráficos una transformación de los patrones iniciales o ancestrales de la cultura mapuche, como se ha mencionado anteriormente, inspirado en la simbología mapuche y la cosmovisión. Las formas de los patrones se observan con distintas técnicas de simplificación, ya sea desde el plano lleno y lineal según sea el caso desarrollado, también el dibujo analítico en combinación con la geometrización de las formas.

Consecuentemente el color, es un elemento diferenciador en los nuevos objetos, ya que propone distintas combinaciones y pigmentos de fantasía que ofrece el mercado local, gracias a la importación de materiales. Es así como se evidencian elementos con colores de fosforescencia y brillo, permitiendo entregar una aplicación interesante y atractiva para el segmento de clientes. Efectos ausentes en los objetos originales.

Así también, el material fue un elemento diferenciador en las propuestas, ya que mostró ciertos cambios y reemplazo en algunos casos, por ejemplo en los metales aleados. Efectos que otorgan un valor distinto al objeto final, ya sea por su acabado o por la flexibilidad que permite su espesor para el tallado, moldeado y recorte de las formas. La reutilización de materiales y el reciclado de éstos, es una opción que se repite en los casos analizados, y la mezcla de ellos enriquece la propuesta de las emprendedoras.

Finalmente, la investigación propone un espacio para el análisis de motivos gráficos, aplicación del color y materialidad, en los objetos de diseño en emprendedoras de cultura mapuche en la Región de La Araucanía, Chile. Destacando el valor agregado de los productos, su comercialización y escalabilidad de la idea de negocio junto al apoyo del emprendimiento en el país, el trabajo de difusión y comunicación visual para el fomento del turismo cultural y respeto al pueblo originario.

Directora de tesis.

Vanesa Martello.

Socióloga. Doctora en Metodología de las Ciencias Sociales.

Académica, Docente, Investigadora. Universidad de Palermo. Universidad de La Plata.

Buenos Aires, Argentina.

Profesor Informante.

Andrés Gómez Seguel.

Antropólogo, Docente del Departamento de Antropología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.

Doctor Europeo en Sociología.

Postdoc University of California, San Diego.

Investigador Juan de la Cierva, Universidad Autónoma de Barcelona.

Profesor Informante.

Eduardo Arteaga Viveros.

Sociólogo, Magíster en Desarrollo Humano Local y Regional.

Doctorando en Sociología. Universidad Autónoma de Barcelona.

Diplomado en Estadística, mención métodos estadísticos.

Diplomado en Bioestadística.

Bibliografía

Angrosino, M. (2007). Etnografía y observación participante en investigación cualitativa. Ediciones Morata. Madrid, España.

Aedo, A. W. (1992). Textilería mapuche, arte de mujeres (Vol. 3). Ediciones CEDEM.

Albuerne, I. Diaz, V. Y Zárate (2008). Diseños indígenas Argentinos. Buenos Aires: Pearson Education.

Almonacid, F. (2009). El problema de la propiedad de la tierra en el sur de Chile (1850 – 1930). Historia N° 42, Vol. I, enero-junio. Pp. 5-56.

Alvarado, M. (2004). El lenguaje de los dioses: arte, chamanismo y cosmovisión indígena en Sudamérica. Biblos.

Barrera, R. (2013). El concepto de la cultura: definiciones, debates y usos sociales. Revista de Claseshistoria. Artículo N°343, pp. 2 – 24.

Barrera, M. (2009). Comunicación intercultural y arte mapuche actual. ALPHA N° 28, pp. 29-44.

Balazote, A., & Radovich, J. C. (2009). Turismo y etnicidad. Una interculturalidad conflictiva en territorio mapuche, Neuquén, Argentina. *Territorios y Memoria. Buenos Aires: Biblos*, 25-43.

Barthes, R. (1986). Retórica de la imagen. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona, España.

Básico, B., & Mothelet, L. M. G. (2012). *Teoría conceptual del diseño gráfico.* Bloque básico. Licenciatura en Diseño Gráfico.

Beuchot, M. (2004). La Semiótica. Teorías del signo y el lenguaje en la historia. Editorial Fondo de la cultura económica. Ciudad de México.

Bonsiepe, G. (1999). Del Objeto a la Interfaz: mutaciones del Diseño. Ediciones Infinito.

Boccaro, G. (2005). Políticas indígenas en Chile (siglos XIX y XX) de la asimilación al pluralismo: el Caso Mapuche. Revista de Indias, Vol. LIX, n°217, pp. 741-774.

Bueno, M., Fátima, L., Martínez, C., & Moreno, A. (2006). Neuropsicología del color: psicología teórica. Granada, España.

Brigas Hidalgo, A. (2012). *Psicología. Una ciencia con sentido humano.* México: Esfinge. 168 pp.

Caño, P. (2016). ¿Qué es Gestalt? El placer de vivir el “aquí y ahora”. Editorial Primigenia. Madrid, España.

Caputo, J. (2019). ¿Arte o artesanía? Imaginarios occidentales sobre la autenticidad del arte en culturales indígenas. AISTHESIS Nº 66, pp. 187-210.

Carrero, V., Soriano., R., & Trinidad, A. (2012). Teoría Fundamentada Grounded Theory. El desarrollo de teoría desde la generalización conceptual. Centros de Investigaciones Sociológicas (CIS). Madrid, España.

Cely, C., & Bonilla, H. (2013). Análisis Morfológico: una propuesta metodológica para el Diseño. Diseño en Palermo: Encuentro Latinoamericano de Diseño.

Corbetta, P. (2007). Metodología y técnicas de investigación social. McGraw-Hill Interamericana. Madrid, España.

Cuché, Denys. [(1966) 2002]. “Cultura e Identidad”. En La noción de Cultura en las Ciencias Sociales. Capítulo VI. Buenos Aires. Nueva Visión, pp. 106-113.

Chávez, J. F. (2013). La ocupación de la Araucanía y la pérdida de la platería en manos mapuches. Finales del siglo XIX y primeras décadas del XX. Revista de Indias, 73(259), 825-854.

Chiuminatto, P. (2014). Ciencia del conocimiento sensible: principios racionalistas en la doctrina estética de Alexander Baumgarten. Revista de Filosofía, Vol. 70., pp. 61-73.

Centro de estudios y documentación Mapuche. Liwen. (1990). Pueblo Mapuche. Estado y autonomía regional. El Grafo Ltda. Santiago de Chile.

- Duquesnoy, M. (2015).** Mujeres mapuche williche del Sur Austral chileno: política y resiliencia en la construcción de un feminismo sui géneris. *Nueva Antropología*, 28(82), pp. 83-101.
- Dondis, D. (1973).** La sintaxi de la imagen: introducción al alfabeto visual. Barcelona, España: Editorial GG.
- Del Valle, J. (2011).** La dignidad de la imaginación. Alexander Baumgarten y el contexto de nacimiento de la estética. *Areté, Revista de Filosofía* Vol. XXIII, N° 2, 2011, pp. 303-328.
- D'Ambrosio, U. (2008).** Etnomatemática. Eslabón entre las tradiciones y la modernidad. México: Limusa.
- De Arte, B. D. M. C. (2008).** Boletín del Museo Chileno de Arte Precolombino, vol. 13, núm. 1, 2008 Museo Chileno de Arte Precolombino Santiago, Chile. *Boletín del Museo Chileno de Arte Precolombino*, 13(1).
- Díaz Mujica, A., PÉREZ VILLALOBOS, M. V., Gonzalez Parra, C., & Simon, J. W. (2004).** Conceptos de enfermedad y sanación en la cosmovisión mapuche e impacto de la cultura occidental. *Ciencia y enfermería*, 10(1), 9-16.
- Dondis, D. (2014).** Sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. Colección GG Diseño. México.
- Esquivias, M. (2004).** Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones. *Revista Digital Universitaria*, Vol. 5., N°1., pp. 2 – 17.
- Enciclopedia de la psicopedagogía. (1998).** Barcelona, España. Océano.
- Edgar, R. U. B. I. N. (1958).** *FIGURA Y FONDO* (Trad. de MJ Rabinovich).
- Fernandez, L. (2006).** ¿Cómo analizar datos cualitativos? *Butlletí LaRecerca*. Universidad de Barcelona, España.
- Fernandez, J. (2005).** *Cultura Candelaria: Cerámica Arqueológica Argentina*. Editorial Condorhuasi. Buenos Aires, Argentina.
- Fiadone, A. (2007).** *Simbología Mapuche. El territorio Tehuelche*. Buenos Aires: Maizal Ediciones.

Foerster, R. (2002). Sociedad mapuche y sociedad chilena: la deuda histórica. Polis: Revista Latinoamericana, pp. 1 – 18.

Fornichella, M. (2005). La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo. Monografía realizada en el marco de la Beca del INTA: “Gestión del emprendimiento y la innovación”.

Flores, R. (2009). Observando observadores: Una introducción a las Técnicas Cualitativas de Investigación Social. Textos Universitarios: Ediciones UC. Santiago, Chile.

Flick, U. (2007). El diseño de investigación cualitativa. Ediciones Morata, Madrid España.

Frutiger, A. (1978). Signos, símbolos, marcas, señales: elementos, morfología, representación. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

García, M., Carrasco, M., Contreras, H. (2005). Crítica Situada. El estado actual del arte y la poesía mapuche. Universidad de Frontera. Temuco, Florencia.

García Barrera, M. (2010). La construcción del relato mítico ancestral en el arte y la poesía mapuche actual.

García, F. J. F., & Cañizares, S. M. S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. Estudios de economía aplicada, 28(3), 696.

García, M. (2009). Comunicación Intercultural y Arte Mapuche Actual. Alpha (Osorno), (28), pp. 29-44.

Gedda, M. (2010). Patrimonio de la Araucanía – Chile. Manual de interpretación y puesta en valor. Ediciones sede regional Villarrica Pontificia Universidad Católica Villarrica, Chile.

Grebe, M. E., Pacheco, S., & Segura, J. (1972). Cosmovisión mapuche. Cuadernos de la realidad nacional, 14, 46-73.

Giddens, A., & Sutton, P. (2015). Conceptos esenciales de Sociología. Edición: Difusora Larousse – Alianza.

Gorosito, A. (2001). Patrimonio y Propiedad. En *Memorias, Identidades e Imaginarios Sociales*. Comisión para la preservación del Patrimonio Histórico Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, pp. 37 – 43.

González, G. (1994). Estudio de diseño. Buenos Aires: Emecé Editores.

González, William Ulpiano Padilla, and Yenny Usuga. (1991). *Teoría del color*. Diss. Uniandes.

Gutiérrez, N., & Gálvez, D. (2017). La cultura política en el pueblo mapuche: el caso Wallmapuwen. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 137-166.

Guebalmar, G. R. (2014). El motivo del orante arrodillado y el mito de Trentren y Kaikai. *Lenguas y Literaturas Indoamericanas*, (4).

Gundermann, K. (2013). Procesos étnicos y cultura en los pueblos indígenas de Chile. *Alpha (Osorno)*, (36), 93-108.

Heller, S. & Poynor, R. (2005). ¿Qué es un diseñador? Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Hernández, I. (2003). Autonomía o ciudadanía incompleta: el pueblo mapuche en Chile y Argentina. Serie N°41 Población y Desarrollo. En CEPAL. Santiago, Chile.

Hernández, R., Fernández., C., & Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill Interamericana. Ciudad de México, México.

Herrera, D. C. F. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107), 118-142.

INE (2018). ENCUESTA MENSUAL DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO PARA ESTANCIAS CORTAS. Instituto nacional de Estadísticas de Chile.

Kuppers, H. (1992). Fundamentos de la teoría de los colores. Distrito Federal, México: Editorial Gustavo Gili.

- Kradolfer, S. (2000).** «Muy lindos látigos tenés vos»: la artesanía del cuero entre los mapuche argentinos. *Bulletin-Société suisse des américanistes*, (64-65), 61-68.
- Lala, I., Preda, G., & Boldea, M. (2010).** A Theoretical Approach of The Concept of Innovation. *Journal: Managerial Challenges of the Contemporary Society*. 6(1), pp. 151-156.
- Larraín, J. (2003).** El concepto de identidad. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre N°21, Agosto.
- Labrada, M. (1983).** Estética y Filosofía del Arte: hacia una delimitación conceptual. En *Belleza y Racionalidad*. Pamplona, España. Extracto: pp 67 – 80.
- Lupton, E. (2012).** *Intuición, acción, creación: graphic design thinking*. Editorial Gustavo Gili.
- Martin, A. (2007).** Valorar lo Nuestro Para Fortalecer el Futuro: Etnoturismo Mapuche en la IX Región.
- Mastandrea, M. (2008).** *Arte Mapuche*. Editorial Guadal. Buenos Aires, Argentina.
- Mayorga Muñoz, C. J., & Treggiari, F. (2019).** Bienes comunes y organización social: la experiencia actual de las comunidades Mapuche en Chile. *Revista de Derecho*, (51), 73-90.
- Machado, J., & Franco, L. (2016).** Emprendimiento e innovación: estado del arte. *Revista Estrategia* 2(1), pp. 73 – 86.
- Micelli, M. L., & Crespo, C. R. C. (2011).** La geometría entretejida. *Revista Latinoamericana de Etnomatemática*, 4(1), 4-20.
- MINEDUC, Atlas Cultural de Chile (1999).** Santiago, Chile. Ocho Libros Editores. Municipalidad Padre las Casas (2009): “Manual de protocolo para no mapuche”. Blog padrelascasacultura.blogspot.com. Departamento de Cultura y Biblioteca. Publicado: 10 de Mayo de 2010.

Moreno, J. (2014). Apuntes sobre diseño gráfico: teoría, enseñanza e investigación. Centre d'Etudes Sociales sur Amérique Latine (CESAL). Bruselas, Bélgica.

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. Revista Opera N°7., PP. 69 – 84.

Museo de Arte Precolombino (2020). *Pueblo Originario Mapuche*, extraído en: <http://chileprecolombino.cl/pueblos-origenarios/mapuche/historia/>

Navarro Hoyos, S. (2017). La artesanía como industria cultural: Desafíos y oportunidades. In Obtenido de Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño, Bogotá DC, Colombia, SA: Recuperado de <https://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3519.pdf>.

Netdisseny & Benicarló. (2013). Nociones básicas de diseño: Teoría del color. Cuaderno N°2: Castellón – España.

Sepúlveda, O., & Vela, F. (2015). Cultura y hábitat residencial: el caso mapuche. Revista INVI N°83., Vol., N°30, pp. 149 – 180.

Pawlik, J. (1996). Teoría del color (No. 7.017. 4). Paidós Ibérica,.

Pacheco, J. (2011). Los Mapuches: cambio social y asimilación de una sociedad sin Estado. Revista *Espiral: Estudios sobre Estado y Sociedad*. Vol. XIX. N°52.

Pérez, T. Catriquir, D. Hernández Sallés, A. (2007). Patrimonio cultural Mapunche. Derechos Lingüísticos y patrimonio cultural Mapunche. Volumen I. Editorial UCTemuco. Temuco, Chile.

Peyser, A. (2003). Desarrollo, Cultura e Identidad. El caso del mapuche urbano en Chile. Elementos y estrategias identitarias en el discurso indígena urbano.

Diffusion universitaire CIACO, Belgique.

Pinto, J. (2012). El conflicto Estado: Pueblo Mapuche, 1900-1960. *Universum* (Talca), 27(1), pp. 167-189.

Pilquiman, M., & Skewes, J. C. (2010). Relatos en torno al etnoturismo: La comunidad indígena de Choroy-Traiguén, Provincia de Osorno, y sus proyectos de desarrollo. *Revista Líder*, 12(16), 105-124.

Quintriqueo, S., & Torres, H. (2013). Construcción de Conocimiento Mapuche y su relación con el Conocimiento Escolar. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 39(1), 199-216.

Rapimán, E. (2003). *Apreciación del arte mapuche contemporáneo.* Pitrufuquén, Chile.

Rodríguez, C., & Saavedra, A. (2011). Cosmovisión mapuche y manifestaciones funerarias. *Si Somos Americanos, Revista de Estudios Transfronterizos*, 11(2).

Rosenbluth, C. (2010). *La mujer en la sociedad Mapuche. Siglos XVI a XIX. Lom Ediciones, Santiago de Chile.*

Roselló, J. G. (2009). Tradición tecnológica y variaciones técnicas en la producción cerámica mapuche/Technological tradition and technical changes in the mapuche pottery production. *Complutum*, 20(1), 153.

Saavedra, E. (2019). *El diseño representado a través de la artesanía. Emprendedores de la etnia Mapuche. Región de La Araucanía, Chile. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Cuaderno N°90, pp. 213 – 225*

Saiz, J., & Rapimán, E. (2008). Estereotipos sobre los mapuches: su reciente evolución. *Revista PSYCKE*, Vol. 17., N°2., pp. 27 – 40.

Saiz, J. (2002). Atribución de estereotipos: los indígenas mapuches que perciben los chilenos. En J. F. Morales, D. Páez, A. L. Kornblit & D. Asún (Eds.), *Psicología social*, pp. 145-151. Buenos Aires: Prentice Hall-Pearson Educación.

Saiz, J., Merino, M., & Quilaqueo, D. (2009). Meta-Estereotipos Sobre Los Indígenas Mapuches de Chile. *Revista Interdisciplinaria*, vol. 26, núm. 1, 2009, pp. 23-48. Centro Interamericano de Investigaciones Psicológicas y Ciencias Afines Buenos Aires, Argentina

Santayana, G. (2006). ¿Qué es la estética? *Fedro, Revista de estética y teoría de las artes*. Número 4, mayo, pp. 70 – 76.

Salas, E. (1997). Araucanía Mitológica. Tradiciones, ritos y pinturas.

Imprenta Austral, Temuco Chile.

Sepúlveda Mellado, O., & Vela Cossío, F. (2015). Cultura y hábitat residencial: el caso mapuche. *Revista Invi*, 30(83), 149-180.

Serrano, M. T. E. (2004). Creatividad: definiciones, antecedentes y aportaciones.

Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR (1996) Turistel. Santiago.

Sondereguer, C. (2003). El diseño mítico en Amerilandia. Buenos Aires: Perar Ed.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Contus: Editorial Universidad de Antioquia. Antioquía, Colombia.

Taylor, S., & Bogdan, R. (1994). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados. Ediciones Paidós. Barcelona, España.

Tricot, T. (2009). El nuevo movimiento mapuche. Hacia la (re) construcción del mundo y país mapuche. *Polis. Revista Latinoamericana*, (24).

Tricot, T. (2007). Democracia formal y derechos indígenas. Una aproximación a la relación actual entre el Estado Chileno y el Pueblo Mapuche. Centro de Estudios Interculturales Ilwen, HAOL, Núm. 12, pp. 43-61.

Trías, M. (1949). El objeto de la estética. *Actas del Primer Congreso Nacional de Filosofía* (Mendoza 1949), Universidad Nacional de Cuyo, Buenos Aires 1950, tomo III, pp. 1553-1558.

Valles, M. (1999). Técnicas cualitativas de Investigación Social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Editorial Síntesis. Madrid, España.

Vinagre, A. (2017). ¿ Terrorismo en La Araucanía?.

Vera, R. Aylwin, J. Coñuecar, A. Chihuilaf, E. (1994) El despertar del pueblo mapuche. Nuevos conflictos, viejas demandas. LOM Ediciones. Santiago de Chile.

Wong, W. (2007). Fundamentos del Diseño. Barcelona: G.Gili.

Wong, W. (1988). Principios del diseño en color. Gustavo Gili. S.A. Barcelona.

Yáñez, N. Soto, M. Vera, F. Fajreldin, V. Vega, C. (1994) Pueblos indígenas olvidados y extintos. LOM Ediciones. Santiago de Chile.

Zúñiga, C. (2011) Fragmentos de historia regional. La araucanía del siglo XX Ediciones Universidad de la Frontera. Temuco, Chile.

Zúñiga, V. (2005). Internet: Signos visuales de las culturas indígenas de la zona sur y centro andina de Ecuador.

Lamngenwengei chi mongen ka chi la

Wiñokintulu iñche
pepi pen chi rüpu
ka pen ñi pünon ñi elnien.
Ñi inaltu meu kuifike aliwen witrapürai
kiñeke küruz fure anümka meu.
Welu küme llaufeñ niei
ñi tukukunwe ruka meu.
Üye meu kim pepika mapun
tuntun fün ñi tukuam chi wengam meu
fei ta ñi küme dapiafiel meu.
Ta mi mongen
- pieneu - kiñechi ñi chau
tukulel-eneu kiñe runa mapu ñi küwü meu.
Rume kurüntufiñ ka yüfküeneu.
Ñi pichi pülai küwü müllmülli.
Llökakilnge - pieneu -
fanenoam ta mi pu tripantu.
Ñi chau ñi küwü umpulli ñi küwü
ka chi pu pichike mongenche
nengümwetulaingün ñi küwü meu.
Chi llükan chüngareneu wechun waiki reke.
Kiñe pichintu meu müten
ka kom dungun mülewepürai
Pengelel-aeteo chi llükan
chi la ta iñ kom yenien.
Ngeno küdau kimmelkefui ta ñi chau
ñi kuifike ruf kimün.
Lamngenwenkunual chi mongen ka chi la
ñi rangiñ küwü meu
ñi llükanoam konli chi rüpu meu

*ñi pu kuifikeche ñi mapu püle.
Nülayu ta yu changüll küwü
ka kiñe pimun meu akutui chi mongen
ñi pichi mapuntu pülai küwü meu.*

Graciela Huinao

La vida y la muerte se hermanan

Al mirar atrás
puedo ver el camino
y las huellas que voy dejando.
A su orilla árboles milenarios se alzan
con algún cruce de amargas plantas.
Pero es equilibrada su sombra
desde la huerta de mi casa.
Allí aprendí a preparar la tierra
la cantidad de semilla en cada melga
para no tener dificultad en aporcarla.

Es tu vida
–me dijo– una vez mi padre
colocándome un puñado de tierra en la mano.
La vi tan negra, la sentí tan áspera.
Mi pequeña palma tembló.
Sin miedo –me dijo–
para que no te pesen los años.
La mano de mi padre envolvió la mía
y los pequeños habitantes
dejaron de moverse dentro de mi palma
El miedo me atravesó como punta de lanza.

Un segundo bastó
y sobraron todas las palabras.

Para mostrarme el terror
a la muerte que todos llevamos.
De enseñanza simple era mi padre
con su naturaleza sabia.
Al hermanar la vida y la muerte
en el centro de mi mano
y no temer cuando emprenda el camino
hacia la tierra de mis antepasados.

Abrimos nuestros dedos
y de un soplo retornó la vida
al pequeño universo de mi palma.

Graciela Huinao
Poetisa Mapuche