

Ma. Soledad Sandoval Cosmelli

Artesanía, territorios e identidades:

RM un caso de estudio en empresas creativas



PROYECTO ARTESANÍA
IDENTIDAD Y ECONOMÍA CREATIVA
I . D . I



Autoría e Investigación



Ma. Soledad Sandoval Cosmelli, Magíster en Ciencias de la Educación, mención Currículum y Evaluación, Licenciada en Bellas Artes, Profesora de Arte, y Diplomada en Dirección y Gestión de la Calidad en Educación; Académica-Investigadora, adscrita a la Universidad Central de Chile y Universidad San Sebastián, e Integrante del Foro Académico Permanente (FAP) ALC-UE (América Latina y el Caribe – Unión Europea).

Principales líneas de trabajo investigativo e intervención: Vinculación de la Educación Superior con la Sociedad; Educación y Trabajo para el Desarrollo Sostenible; Empresa Creativa, Educación y Desarrollo Territorial e Identitario.

Directora responsable del Proyecto de Investigación N° 212568, denominado “Artesanía, territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas”, desarrollado con fondos adjudicados a través de Fondart Nacional, convocatoria 2016, Línea de Fomento a la Artesanía (modalidad única - investigación), desde donde emana el presente libro.

Contacto: ssandovalcosmelli@gmail.com

Diseño, diagramación y tratamiento de imágenes

Sandra Hayvel, diseñadora gráfica.

Registro fotográfico a color

Ma. Soledad Sandoval Cosmelli

Financiamiento

Fondo de la Cultura y las Artes – FONDART,
Convocatoria 2016, línea Artesanía, Investigación

Patrocinio

Facultad de Ciencias de la Educación
Universidad Central de Chile

Primera Edición: Santiago de Chile, 2017

RPI: N° 283980

ISBN: N° 978-956-393-096-2

© Derechos reservados.

Proyecto Artesanía Identitaria y Economía Creativa I+D+i
proyectoartesanaiidi@gmail.com

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, en todo o en parte, ni registrado o transmitida por sistema alguno de recuperación de información, en ninguna forma o medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro sin permiso, por escrito, de parte de la Autora del presente Libro.

Ma. Soledad Sandoval Cosmelli

Artesanía, territorios e identidades:

RM un caso de estudio en empresas creativas



Índice

- 06** **Introducción**
- 10** **Parte I**
 - Acercamientos conceptuales
 - 10** I.a. Concepciones en torno a la Artesanía
 - 15** I.b. Identidades, entidades y territorios: la mirada sistémica para la empresa creativa en Artesanía local
- 23** **Parte II**
 - Metodología para la indagación
 - 23** II.a. Las interrogantes emanadas
 - 28** II.b. Los objetivos trazados
 - 29** II.c. La metodología de trabajo exploratorio y análisis
 - 38** II.d. Localidades y grupos de estudio
- 40** **Parte III**
 - Resultados del trabajo investigativo
 - 40** III.a. Caracterización de la actividad local en cuanto a tipo de Artesanía que se desarrolla
 - 49** III.b. Los resultados de acuerdo a cada dimensión de análisis y las respectivas categorías
 - 68** III.c. Principales actividades en las que se participó
- 76** **Parte IV**
 - Principales conclusiones
- 90** **Parte V**
 - Propuestas
- 94** **Bibliografía**
- 96** **Agradecimientos**

Introducción

La Artesanía ha sido percibida desde múltiples maneras, desde comprenderla como parte de las artes menores, hacia percibirla hoy en día en lugares tales como ferias artesanales, pueblitos de artesanía o sectores de artesanías distinguidas por el tipo de producto que generan, en tanto artesanías en greda (Pomaire), en mimbre (Chimbarongo), en Crin (Rari), entre otras. Las dimensiones de percepción de la Artesanía son variadas así como también las actividades generadas tanto por Municipios como a nivel Ministerial para la mejora en la actividad referente a ésta, que impliquen a modo de impacto, el aumento de ventas, mejorando la gestión y la calidad de las condiciones de trabajo del Artesano o Artesana. Se cuenta con instrumentos como políticas públicas sectoriales, programas de apoyo en capacitación y financiamiento que provienen desde el Estado, entre otras iniciativas locales para impulsar la actividad comercial desde diferentes enfoques: se aprecia la implementación de un modelo de economía creativa y otro de economía solidaria en contextos globales que involucra al sector por cuanto es capaz de constituirse como empresa creativa, considerando dos cifras puntuales para ubicar una idea del potencial con el que cuenta este sector: respecto a la comercialización de la Artesanía, de acuerdo a las "Estadísticas Culturales 2015" que generó el Consejo de la Cultura y las Artes, señala que *"Entre los años 2014 y 2015 las importaciones aumentaron en el sector un 14%, llegando a un monto de \$98.724 millones..."*, y por otra parte, considerar en un contexto de experiencias internacionales, que la empresa creativa es *"un sector que representó el 6,1% de la economía global en el año 2005"*, alcanzando el 2011 a \$4,5 billones de dólares (Buitrago y Duque, 2013). Con ello complementar que, en relación a lo estipulado en el documento sobre el Mapeo de las Industrias Creativas en Chile, caracterización y dimensionamiento (CNCA, 2014), se establece que *"... el crecimiento*

potencial del PIB de cada sector y el esfuerzo que debería realizar el Estado para el fortalecimiento del mismo, las industrias creativas se posicionan como un sector donde el potencial de crecimiento es definido como alto", esto en tanto *"... al estimar el crecimiento potencial de los sectores dentro de los próximos 10 años, las industrias creativas presentan un crecimiento aproximado del doble del actual..."*.

Sobre lo expuesto, se acercan una serie de aspectos que nos plantean desafíos para el sector de Artesanía, por ejemplo, respecto a las exportaciones registradas en esta área entre los años 2014 y 2015, se presentó una baja considerable de un 12,2%, representando la cifra de \$45.193 millones de pesos (CNCA, 2015), así como también, considerar que no todo es estadística y en ello, la realidad respecto a las condiciones de trabajo, de producción, de valoración social, de gestión cultural, entre otras dimensiones, se desconocen en su diversidad. A su vez, considerando el alto valor identitario de los objetos (productos) que la Artesanía genera, como otros elementos simbólicos que transportan, difícilmente lo podemos ubicar en indicadores, más aún que estos sean universales; por lo cual, precisamente dicho desafío implica la convergencia de dos ámbitos tan distantes y complementarios a su vez, ligando el aspecto económico con el socio-cultural.

Sobre la base de estos elementos, como de estudios entre otros análisis que se detallan en el transcurso del presente libro, emana la interrogante central de ¿cuáles son las conexiones actuales entre territorios e identidades en la gestión del sector Artesanía como empresa creativa y su incidencia en el desarrollo territorial en diferentes localidades de la Región Metropolitana - RM?, desde la cual, la indagación transita por denotar las identidades culturales locales que propician la gestión de manera efectiva, su valor cultural territorial

al momento de comunicar como de formar, dilucidando las brechas y potencialidades del sector de Artesanía en un sistema territorial local. De esta manera se plantea un trabajo investigativo de enfoque cualitativo que apunta a analizar la gestión en Artesanía en relación a las identidades territoriales locales y su vínculo con el Turismo Cultural local en cinco comunas de la RM. El estudio se centra en las convergencias y distancias presentes en la actualidad en las dimensiones de Artesanía, Territorio y Políticas Públicas, analizando los ámbitos propios de la gestión en Artesanía en una concepción amplia de la gestión (no minimizada a la administración exclusivamente), las estrategias municipales para el desarrollo como la identificación de identidades locales y marca territorial, así como también, la identificación de conexiones y brechas entre la gestión en Artesanía, el Turismo Cultural y las Políticas Públicas.

Posterior a un trabajo desarrollado en 12 meses, se obtuvieron hallazgos como propuestas de mejoramiento a partir del estudio de caso en la Región Metropolitana en relación a la gestión de la Artesanía como empresa creativa, y que en gran medida fueron emanados con la valiosa colaboración y gestiones de Susana Tello del Consejo de la Cultura y las Artes Metropolitana, la mesa de trabajo regional de Artesanía a través de Marta Ávila, y Álvaro Romero de la Granja Alfarera de Pomaire. Estos resultados delimitan la comprensión de la gestión del valor cultural desde la Artesanía con perspectiva de calidad; el vínculo e imbricación necesaria de la calidad, la gestión y la creatividad en los procesos y productos de la Artesanía, y que impacta en la calidad de la empleabilidad del sector; la develación del fenómeno de la migración cultural entre diferentes territorios de un mismo país y la necesidad de implementar la transposición cultural de la identidad común que convergen en una nueva forma

de distribución cultural más profunda; conjuntamente con la formulación de políticas públicas integradas y de implementación multisectorial que expresen una mayor precisión del enfoque de desarrollo sostenible.

A partir de estos resultados, se propone en detalle en el libro, el transitar hacia nuevas formas de gestión en la Artesanía en un enfoque de empresa creativa respetando la naturaleza del quehacer de este sector, la introducción de la comunicación estratégica y construcción de marca con significaciones más específicas y precisas que las existentes, el resguardo de las materias primas, el empleo de calidad, el apoyo al desarrollo de investigación e innovación para el sector, entre otros elementos que finalmente **apuntan al desarrollo cultural sostenible para el sector de la Artesanía**; son las propuestas claves emanadas en los procesos cualitativos de investigación con la participación de la diversidad de actores ligados a estos procesos de desarrollo del sector y diversidad también en los agentes: Artesanos/as, Asociaciones Gremiales, Estado, Municipios, Educación Superior, Empresas Culturales.

El presente estudio entonces, colabora en ir dibujando el ciclo cultural que puede desprenderse de la actividad, producción y productos de la Artesanía, cual va más allá de las estadísticas, en tanto desde lo cualitativo surgen criterios de especificación para comprender aquello que es invisible a la luz de lo cuantitativo, que es lo que nos entrega como parámetro global, y que cuyo abordaje se distribuye en apartados en el presente libro, organizados de la siguiente manera: la **Parte I**, reúne una serie de definiciones en torno a la Artesanía para establecer una concepción aunada entre la literatura, los documentos de organismos nacionales e internacionales, y lo que los propios Artesanos y Artesanas definen de su trabajo, considerando en ello, la discusión su-

cinta de enfoques diferenciados para la definición; a su vez, expone concepciones para la comprensión de la identidad, el sistema territorial y los agentes involucrados para vislumbrar la Artesanía como empresa creativa desde una mirada sistémica del territorio y su desarrollo; todas estas delimitaciones conceptuales colaboran a entender las dinámicas y naturaleza del quehacer en Artesanía, como las complejidades y potenciales del sector que se observan en su despliegue empírico, permitiendo más adelante, hacer converger la teoría con la realidad del fenómeno de la gestión en Artesanía. La **Parte II** aborda la metodología a desarrollar en el estudio, exponiendo la problemáticas e interrogantes que sustentan los objetivos de investigación, como también la implementación de estos a través de la definición del método de recogida de información, el grupo de estudio y las localidades, el método de análisis, dando cuenta de la matriz categorial y el esquema de análisis a partir de delimitación y clasificación de categorías. En la **Parte III**, se exponen los resultados del estudio, organizados estos en tres ámbitos: la caracterización de la actividad de Artesanía local por territorio, los resultados por cada categoría y sub-categoría de análisis de acuerdo al esquema explicado en la Parte II, y por último, los resultados ligados a estas categorías a partir de las principales actividades en las que se participó que fueron emergentes, fortaleciendo el estudio e incorporando nueva información y especificaciones en relación a la comprensión analítica del objeto de estudio. La **Parte IV** considera las conclusiones en base a dos aspectos: a los resultados esperados de acuerdo a cada objetivo específico, y las conclusiones emanadas a partir del análisis entre las dimensiones y sus respectivas categorías de análisis, expuestas en esquemas en que se develan nuevas concepciones y vinculaciones entre la teoría y la realidad, en contraposición a modelos de gestión que circundan la promoción de industrias creativas. Estos resultados dejan entrever una serie de elementos de mejora para la gestión en Artesanía

y que son manifestados en la **Parte V** como un apartado de propuesta para las Políticas Públicas, Programas, entre otros, que a su vez, denotan las mejoras a partir de un mayor involucramiento en estos procesos de ciertos agentes como del sector de la Educación Superior, los gobiernos territoriales y los municipios, así como la mejora en coordinación entre las diferentes unidades del Estado; dichas propuestas se desglosan desde la perspectiva de la gestión, de la calidad, y del desarrollo territorial.

Finalmente, se encuentra la bibliografía utilizada y el listado de personas que participaron en el proceso del estudio en una sección de agradecimientos que significó desde el tiempo que las personas destinaron a participar de las entrevistas, así como también realizando gestiones para contactos y convocatorias, el tiempo de escucha para validar los resultados, y el tiempo de participación para el análisis de estos temas expuestos en el libro; para todos/as ellos/as, es un agradecimiento infinito por la honestidad, el involucramiento y compromiso en un trabajo investigativo que lo que busca es una constante mejora en el sector Artesanía, precisamente por las potencialidades socio-culturales y económicas que favorece y el aporte en este sentido que entrega a una sociedad que requiere valorar con mayor fuerza su actividad y productos.

Ma. Soledad Sandoval Cosmelli.

Parte I

Acercamientos conceptuales

I.a. Concepciones en torno a la Artesanía

¿Cómo un artesano o artesana define la Artesanía?

- Es traspasar mis pensamientos, ideas, mi alma a mis manos.
- Es el trabajo hecho a mano.
- Es el arte de trabajar un oficio creando piezas con el corazón.
- Es el oficio creativo que representa las identidades de un país, y a la vez, la creación de cosas hechas a mano.
- Es el saber hacer, hacer bien; es buscar, es encontrar/se, es dedicación y oficio.
- Como algo mágico que nace de personas anónimas que logran con sus manos objetos de gran valor cultural.
- Es la memoria colectiva de un país.
- Es el vehículo de transporte del mundo interno al mundo externo. Mi sentimiento se materializa por medio de mis manos.

A partir de lo anteriormente expuesto, veamos entonces que nos dicen otros antecedentes respecto a las definiciones de Artesanía.

La Artesanía la podemos comprender desde diferentes perspectivas, considerando que en cada una de ellas se presentan factores comunes, como el *"hecho a mano"*. Sin embargo, pensar en sus significaciones conlleva a un mundo de sutilezas que nos envuelve en un sin fin de complejidades. De esta manera, podemos comprender una definición de Artesanía desde la actividad que se desarrolla, el producto que se genera, el proceso que implica, la identidad clasificada que representa, y de quién la genera. Por ello es tan difícil establecer una única definición que integre la diversidad que conlleva la Artesanía como cualquier otro género de las Artes.

Dentro de la Historia del Arte, nos encontramos con la clasificación de Artesanía como la denominada *"Artes Menores"*, refiriéndose a la actividad creativa que utilizaban soportes como la Cerámica (derivada de Grecia desde el año 1.100 A.C.) para generar objetos utilitarios y/o decorativos, así como también, la utilización del metal en el caso del arte etrusco con las vasijas de dicho material; surgiendo con ello técnicas de grabado, la orfebrería o joyería etrusca, entre otras. Cada objeto representaba un carácter simbólico cultural que identifica una época y territorio. En síntesis, se le asigna un valor artístico a un objeto industrial en la época de la Grecia Antigua para referirse a las Artes Menores en el contexto de las Artes Plásticas como un Arte Mayor o de las Bellas Artes; pero a partir de esta actividad, es que surgen los oficios que eran desarrollados por artesanos que, con un trabajo *"artístico"*, adornaban un espejo, grababan un sello, modelaban una figurita, entre otras acciones en que buscaba que el espectador gozara estéticamente la pieza, de lo cual en muchos casos intentaban imitar a los *"grandes artistas"* de la época. Las Artes Mayores eran clasificadas en: Arquitectura, Escultura, Pintura, Música, Poesía y Danza, posteriormente se incorpora el Cine como el séptimo de las Artes Mayores; dicha clasificación obedece principalmente a que el Arte a través de sus obras, es percibido por los sentidos superiores de la vista y el oído, siendo innecesario el contacto físico con la obra que se aprecia; por lo tanto, las Artes Menores son percibidas a través de los sentidos menores del gusto, olfato y tacto, que se genera sólo a través del contacto con el objeto de arte, es allí que la orfebrería, la alfarería, la textilera, la gastronomía, entre otros, es clasificada dentro de dicha definición.

Este concepto de Artes Menores fue ligándose al concepto de Artes Aplicadas, y que, tanto la Artesanía como el Gra-

bado, se ubicarían en un punto intermedio entre Artes Aplicadas y Bellas Artes producto de la Revolución Industrial, por cuanto **la técnica se transforma en tecnología**; ¿cómo explicamos entonces en la actualidad que está presente la tecnología en la clasificada Artesanía Chilena?.

Precisamente si revisamos las siguientes definiciones, apreciaremos que lo que caracteriza a la Artesanía es la carencia de tecnología por cuanto se favorece la manualidad en el desarrollo de los productos, sin embargo, considerando la definición de Artesanía de acuerdo a los procesos de gestión y comercialización de los productos, está presente dicha tecnología. Veamos a continuación los que nos dice UNESCO respecto a la concepción de Artesanía de acuerdo al producto:

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

(Manila, Filipinas, 1997 - UNESCO).

Esta definición es la que acoge la política pública en Artesanía en Chile; pero revisemos la definición sobre Artesanía que establece la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB),

entidad con la cual Chile es parte de los acuerdos y programas que lidera:

“Actividad de transformación para la producción creativa de objetos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. La actividad se realiza a través de la estructura funcional e imprescindible de los oficios y sus correspondientes técnicas, y está condicionado por el medio geográfico – que constituye la principal fuente de materias primas- así como por el marco sociocultural donde se desarrolla. 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. Se producen sin limitación refiriéndose a la cantidad y tienden a adquirir carácter de obras de arte”. Unidad de Organización de la Producción, 1977 – Programa Iberoartesanía, Secretaría General Iberoamericana para la cooperación sur-sur, Espacio Cultural Iberoamericano (ECI).

Precisando en algunas concepciones, apreciamos que existe distinciones entre los productos que definen a la Artesanía y que adquiere un adjetivo calificativo para su clasificación, en ello se reconocen la Artesanía Tradicional étnica y no étnica, y la Artesanía Contemporánea; respecto a la primera, se ha establecido la siguiente concepción:

“El término Artesanía Tradicional destaca la condición de constituir una práctica de una comunidad que es transmitida por generaciones y que perdura en el tiempo. En ellas pueden haber varias de las siguientes clasificaciones, dependiendo de su origen y apropiación que han hecho de esas expresiones las comunidades o grupos humanos convirtiéndolas en elementos de identificación cultural”.
(CNCA-PUC-SERCOTEC)

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) de México, a través de su “Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad”, nos señala que la artesanía refiere a:

“Un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local. La artesanía se crea como producto duradero o efímero, y su función original está determinada en el nivel social y cultural, en este sentido puede destinarse para el uso doméstico, ceremonial, ornato, vestuario, o bien como implemento de trabajo...”.

En síntesis, con respecto a la concepción de Artesanía de acuerdo al producto, las definiciones apuntan a mantener factores comunes como:

- ▶ Conlleva valores simbólicos locales que tornan un producto distintivo a otras localidades, más allá de sus funciones.
- ▶ El producto caracteriza una identidad cultural local específica, que es social y/o comunitaria.
- ▶ Tienden a adquirir carácter de obras de arte en tanto el uso de procesos manuales, que con menor intervención de procesos y herramientas mecánicas, adquiere mayor presencia, generando productos únicos con similitudes entre sí.
- ▶ Utilización de procesos manuales para obtener un producto creativo.
- ▶ Utilización de materias primas encontradas en la localidad de residencia, susceptible de transformación creativa, ya sea en una naturaleza rural o urbana.
- ▶ Utilización de técnicas que provienen de una referencia de oficios a seguir tradicionalmente o susceptibles de modificación parcial.

Estos factores comunes nos precisan una forma social de comprender la Artesanía que nos permitirán aunar criterios entre los diferentes sectores que cruzan el desarrollo económico y socio-cultural de la Artesanía en un territorio, pero que debe incorporar lo que los mismos Artesanos y Artesanas definen o enfatizan de sus productos para entrar en esta categoría de definición y no en otra como la escultura, la pintura, etc., en tanto de qué manera se diferencian y entonces, adquiere una autonomía. De acuerdo a este último punto, podemos decir que una concepción de Artesanía la podemos ubicar en:

Artesanía como un saber-hacer de un oficio (tradicional o basado en lo tradicional) realizado por procesos manuales que priman, lo que trae como resultante un producto bien hecho, de calidad, con características de piezas únicas o similares entre sí en la producción, que evidencian creatividad en el uso de materiales y/o técnicas, como identidad local para denotar una memoria colectiva territorial que comunica valores simbólicos determinados desde la percepción individual del Artesano o Artesana, y que se comercializa en espacios y formas determinadas localmente.

En este sentido, emerge la figura del Artesano o Artesana como el principal actor de la producción de Artesanía; y en ello, concordante con lo anteriormente expuesto, el Programa de Iberartesanía de la SEGIB establece que:

“Se considera artesano a la persona que ejerce una actividad productiva de la que deriva principalmente su sustento en la que aplica un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual, conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción vinculado a su contexto cultural, geográfico y social”.

Cuando ese Artesano o Artesana participa del proceso de desarrollo de una localidad o territorio, inclusive a nivel país a través de diferentes mecanismos o instancias además de su actividad creadora para la producción de bienes de consumo, estamos en el escenario de la producción artesanal, en el que el liderazgo del maestro o maestra artesano/a, es fundamental. En este sentido, es que en miras del desarrollo sostenible en sus ámbitos económico, social y medio-ambiental, como desafío regional de América Latina y el Caribe,

la **producción artesanal** se ha considerado en el marco de la economía creativa en tanto vincular ésta con los gobiernos y la actividad empresarial que se ejerce en dicha forma de producción, de modo tal de lograr acciones desde una agenda de trabajo conjunta; a lo cual, los procesos inscritos y sus requerimientos, implican la vinculación de otros sectores además, en un contexto de visión y comprensión sistémica desde la naturaleza de la actividad en Artesanía. Dicha economía creativa se caracteriza porque quienes desarrollan dicha producción artesanal, tienen un origen en la creatividad, habilidad y talento individual que hace evidenciar un potencial para la creación de riqueza y empleos; desde allí se articula con la definición de empresa e industria creativa; y en este sentido es que se convierte en uno de los programas para promover el desarrollo de los países ubicados en África, Asia y América Latina y el Caribe, donde Chile es parte de ese programa, de modo tal de capitalizar el potencial cultural que tienen estos países para este desarrollo tanto económico como social y cultural, así vemos las experiencias de México, Colombia entre otros países de la región que, a través de diferentes instrumentos, han ido generando una mayor demanda por los productos de Artesanía desde el incremento del **valor cultural** asociado.

(ver gráfico página siguiente)



Esta gráfica, nos da cuenta de la comprensión de la Artesanía inmerso en un sistema societal que implica analizarla en el contexto de la economía creativa en tanto las múltiples posibilidades de gestionar un producto de Artesanía como las posibilidades de gestión del valor cultural territorial que genera, lo cual nos permitirá más adelante poder comprender los resultados obtenidos por el presente trabajo investigativo.

Parte I

Acercamientos conceptuales

I.b. Identidades, entidades y territorios: la mirada sistémica para la empresa creativa en Artesanía local

Cuando hablamos del **valor cultural territorial**, estamos aludiendo a las identidades que se inscriben o son parte de una sociedad local y territorio particular, cuyas características hacen que el entorno perciba dicho valor cultural que pueda generar estas identidades desde diferentes maneras. Apreciamos en la literatura que las identidades culturales se perciben desde dos perspectivas, una relacionada a la función respecto a la cantidad de personas que unifica; y la otra, como una función disciplinaria del rol de las instituciones para producir y conservar discursos de identidades respecto a reglas de acceso y las posiciones relacionadas con el hacer y el representar a los individuos en una sociedad. Allí confluyen los valores éticos y morales, la estructura simbólica de la memoria y la ideología, entre otros elementos. En cualquiera de los dos casos, ambas implican consenso de un grupo de personas para hacer válida una denominación y por ende, reconocimiento de identidad cultural local por el cual identifica a dicho grupo de personas, otorgándoles diferenciación respecto a otros grupos.

La diversidad de elementos considerados identitarios que un grupo o una sociedad define, se aprecian en la convivencia de elementos materiales con rasgos considerados inmateriales (Sanfuentes, O., 2011), *“esto recoge los cambios sociales en la valoración de lo patrimonial, así como las nuevas tendencias académicas y legales en el estudio y protección de lo que deviene llamarse patrimonio cultural inmaterial. Esto nos lleva a concluir la naturaleza dinámica y heterogénea de lo patrimonial y su poder para definir identidad”*. En ello, la autora establece la necesidad de ubicar el concepto identidad en plural por sus características y porque es relevante la integración de las diferentes identidades o inclusión de diversos relatos que se presentan en un mismo territorio, constituyendo que *“Las identidades diferenciadas llevan a*

la idea de diversidad y persiguen poner a los otros en categorías similares a las nuestras. [...] Es la constatación y la convivencia con esta polidentidad la que permitirá integrar todas aquellas identidades de las cuales formamos parte: la identidad familiar, la comunal, la institucional, la nacional. En un movimiento desde círculos concéntricos que parten de lo más familiar y conocido hasta lo más lejano y nacional, pasando por estadios intermedios como lo vecinal, lo comunal y lo regional, se facilitará la integración de las identidades individuales con las más universales”.

Particularmente, la Artesanía hace confluir las identidades individuales, locales y en muchos casos, las universales a partir de la actividad, el producto y las formas de producción que genera el Artesano o Artesana desde procesos creativos y artísticos, en lo cual, las representaciones simbólicas son expuestas en objetos que develan técnicas y manejos de materialidades que expresan en muchos casos, costumbres, tradiciones, maneras de percibir el entorno y el mundo, o simplemente, aludir a las formas plásticas y gráficas que proporciona el material en procesos de exploración para generar un objeto utilitario, y que encontramos más bien en la Artesanía Contemporánea, donde finalmente se expone un lenguaje visual por sobre el relato de la memoria cultural.

Frente a lo expuesto, las posibilidades de movilizar las identidades que denotan los objetos de Artesanía, está dado fundamentalmente por las formas de gestión para que ello ocurra y se sostenga en el tiempo con altas posibilidades de crecimiento; objetos identitarios que por el relato visual (producto) como por las técnicas utilizadas (proceso), transportan mensajes, comunican y generan memoria, dan a conocer y difunden estas identidades que a su vez se transmiten de generación en generación (local y socialmente), implicando construir el valor cultural territorial en tanto hay un entor-

no que comienza a reconocer lo inscrito en cada objeto de Artesanía; pero más allá de que ello es producto de ciertas formas de gestión, más trascendental a lo que representa el objeto es precisamente la gestión de dicho valor cultural territorial hacia las sociedades y sistema propiamente tal. Por tanto, al contar con la creación de un objeto de Artesanía, la gestión de éste para su difusión y comercialización, y la gestión del valor cultural territorial que inscriben estos objetos, son los procesos claves a focalizarse al momento de comprender esta actividad y producción en un sistema territorial en el que confluyen factores económicos, sociales, culturales, políticos y educativos; desde allí entonces, podemos mirar y accionar en torno al desarrollo sustentable multidimensional y multidisciplinariamente hacia el sector Artesanía como empresa creativa.

A partir de lo anterior, ¿cómo se comprendería la empresa creativa en Artesanía?. Como tal, la denominación de empresa creativa al sector comercial de las Artes y la Cultura, proviene de una inspiración dada a partir del proyecto "Creative Nation" en Australia, hacia 1994, buscando defender la importancia del trabajo creativo en ciertas actividades comerciales, que a su vez aportara a la economía país, y que las tecnologías jugaran un papel de aliadas de la política cultural, posibilitando así, la inserción de sectores tecnológicos en el rol de las industrias creativas; con estos focos, más tarde UNESCO promueve el uso del concepto de Industrias Culturales para determinar disciplinas que desarrollan una gama más amplia de actividades cuyo componente central es el talento creativo. García Cancilini (2004) define a estas Industrias Creativas como *"el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías"*. Podemos

dilucidar que cuando el talento creativo genera productos que son comercializados, se promueven bienes culturales desde un sector de impacto socio-económico-cultural, y que éstos son los elementos claves para distinguir a una empresa creativa, que amplía finalmente la denominación Industria para incorporar otros sectores de las Artes y la Cultura a la actividad comercial. En Chile, los sectores reconocidos inicialmente como Industria Creativa fueron: la Música, el Audiovisual y el Libro, a partir del cambio de conceptualización en las políticas sectoriales, hoy en día esa apertura ha sido denominada como empresa creativa a los siguientes sectores (2013), que se comprenden como prioritarios:

- Artesanía
- Artes Visuales
- Fotografía
- Teatro
- Danza
- Artes Circenses
- Editorial
- Música
- Audiovisual
- Arquitectura
- Diseño
- Medios informáticos

En este sentido, hay que considerar que la definición de los sectores creativos se establece según su contenido simbólico y su capacidad de generar ingresos comerciales, por lo cual, su respectiva agrupación dependerá de dichos criterios, es

decir, a partir de cuáles son las Artes Creativas Centrales, luego otras Industrias Culturales Centrales, las Industrias Creativas más amplias y finalmente, otros sectores productivos asociados a la actividad creativa; o bien, simplemente al conjunto de sectores económicos específicos, cuya selección es variable según la región o país, se determinarán como empresa creativa de acuerdo a su impacto económico potencial en: **la generación de riqueza, de trabajo, de recaudación tributaria y de divisas de exportaciones.**

A partir de ello, cabe mencionar que el contexto global ha incidido en estos cambios a nivel país, en tanto los fundamentos económicos que en algún momento sustentaron un modelo industrial, han mutado, cuya transformación, entre otras cosas, fue dando pie a la manifestación de la denominada “sociedad del conocimiento” (Drucker, 1969), que incidiría en la conformación de un nuevo enfoque que se caracterizaría por un cambio en la identificación y formas de crear valor en la actividad productiva, por tanto, en los atributos y en los factores que explican su consumo; implicando ello una mayor participación del rol de los Estados en los procesos de desarrollo territorial; esto hace significar que se da un traspaso de una economía industrial productora de bienes, hacia una economía que se basa en **el desarrollo del conocimiento, de la creatividad y de la innovación**, lo cual hará cambiar los indicadores económico, culturales y sociales.

Lo señalado anteriormente, deriva de otro contexto también, que responde a la denominada economía creativa. Esto significa hacer converger entre el Estado y Gobiernos con la misma empresa creativa, a partir de intereses comunes que implican trabajar y defender en torno a una agenda común para el desarrollo con impacto económico local y territorial. Desde esta economía creativa surgen una serie de criterios de clasificaciones para delimitar las empresas creativas, en-

contrando los siguientes que nos permiten a su vez, contar con una definición de empresa creativa:

- ▶ Industrias que tienen su origen en **la creatividad, habilidad y talento individuales y**
- ▶ que presentan un potencial **para la creación de riqueza y empleos**
- ▶ por medio de la generación y explotación de **propiedad intelectual.**

Al dar la nueva denominación de “creativas” a ciertas empresas, abre la posibilidad de ver la diversidad de actividades provenientes de las artes, los medios de comunicación y del diseño como una fuerza motriz de la economía, y no tan sólo como una actividad de servicio específica. A partir de la experiencia del Reino Unido en 1997, surgen entonces los clusters creativos y las ciudades creativas¹. A su vez, desde el 2001, las economías creativas se convirtieron en uno de los programas para promover el desarrollo de países como África, Asia, América Latina y el Caribe, mediante el pleno aprovechamiento de su potencial cultural en términos de desarrollo económico y social.

Algunas definiciones explican las características que identifican estas empresas creativas como:

La idea de industrias creativas trata de describir la convergencia conceptual y práctica de las artes

¹ Las ciudades y/o espacios creativos, refieren a la atención a las desigualdades y violencia, y la atracción de talentos e inversiones para revitalizar áreas degradadas (FLORIDA, 2005; LANDRY, 2006). Ello implica la promoción de clusters creativos y la transformación de las ciudades en polos creativos mundiales, generando la reestructuración de la trama socioeconómica urbana entre otros elementos.

creativas (talento individual) con industrias culturales (escala masiva), en el contexto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en una nueva economía del conocimiento, para el uso de los nuevos consumidores-ciudadanos interactivos. (Hartley, 2005). El autor une cultura y tecnologías en una visión más amplia de economía.

Que a su vez "... se utiliza para representar un cluster de actividades que tienen la creatividad como un componente esencial, están directamente insertadas en el proceso industrial y sujetas a la protección de derechos de autor". (Informe de UNCTAD IX, 2004).

Y que cuenta con "... un enfoque holístico y multidisciplinario, manejando la interfaz entre la economía, la cultura y la tecnología, concentrada en la predominancia de productos y servicios con contenido creativo, valor cultural y objetivos de mercado"... "Esto a partir de la evolución del concepto anterior para incluir cualquier actividad artesanal o de saber comunitario no explotado industrialmente que no había sido incorporado". (Fonseca, 2008). "... la economía creativa abarca sectores y procesos que tienen como insumo la creatividad, sobre todo la cultura, para generar en el ámbito local y distribuir en el ámbito global bienes y servicios con valor simbólico y económico" (Fonseca, 2006); particularmente el sector de la Artesanía se liga muy bien a esta definición comprendiéndose desde la empresa creativa.

En estos sentidos es que se pudiese comprender que "... la economía creativa sería un enfoque holístico y multidiscipli-

nario, manejando la interfaz entre la economía, la cultura y la tecnología, centrada en la predominancia de los productos y servicios con contenido creativo, valor cultural y objetivos de mercado, resultante de un gradual cambio de paradigma", (Duisenberg, 2005), por lo cual abarca, además de las industrias creativas, el impacto de sus bienes y servicios que genera como empresa, en otros sectores y procesos de la economía y las conexiones que se establecen entre ellos (Hartley, 2005), provocando e incorporándose a profundos cambios sociales, organizacionales, políticos, educativos y económicos.

Al ubicar en el escenario del desarrollo sostenible aquella economía creativa, nos enfrentamos al desafío de hacer co-habitar lo socio-cultural, la expresión artística y lo económico, derivando a la necesidad de generar modelos inclusivos que permitan hacer converger ambos mundos, "... el modelo de desarrollo prevaleciente ignora realidades, tradiciones y especificidades del ambiente sociocultural y de las poblaciones locales" (Kovács, 2008); agregando Kovács que los cambios económicos y, sobre todo, las nuevas tecnologías, alteran los eslabones de conexión entre la cultura (desde las artes hasta el entretenimiento) y la economía, abriendo un abanico de oportunidades económicas basadas en acciones creativas.

A ello se tiene presente que "la coordinación entre las instituciones de la cultura y las áreas económicas en nuestro país, expresada desde 1999 en un convenio de colaboración interinstitucional, responde a la doble dimensión de las industrias culturales: la esencialmente simbólica, como expresión de la creatividad de sus autores y la dimensión económica que implica que están presentes en ella los factores de trabajo, capital y mercado" (Rodríguez, R., 2005). En ello, las variables comúnmente utilizadas para medir la dimensión del sector

creativo son la producción y la ocupación (UNCTAD, 2010), siendo una de sus tendencias la concentración por zonas.

Entonces, con algunas definiciones, postulados y la evidencia de ciertos contextos para el desarrollo de la economía creativa, podemos percibir que su forma de funcionamiento no es aislada o sólo parte de la relación entre dos sectores de una sociedad, más bien la economía creativa la podemos comprender desde **un enfoque de sistema**; lo que quiere decir, que las relaciones y vínculos son múltiples y diversos, y trae consigo una serie de factores y formas de vincularse.

Cuando percibimos la Artesanía desde el prisma de empresa creativa en relación a un enfoque de sistema, apreciamos que dicha actividad se vincula a una diversidad de factores que son parte de diferentes actores y agentes de una sociedad que caracteriza un territorio, ya sea por una política pública, capacitaciones, ubicación de ferias artesanales temporales, entre otra acciones que hacen también que se ligue al Turismo Cultural, tanto para activar el comercio local, como para relevar identidades culturales territoriales.

Sobre la base de la teoría de sistemas, ésta nos permite en una primera instancia observar e identificar aquellos agentes (Estado, Empresa, Educación, etc.) de un territorio, y lo que comunican y reproducen estos hacia los sistemas (sistema estatal, sistema económico, sistema político, sistema educacional, etc.) en que están inscritos y las relaciones que establecen entre sí. En ello por ej, surge en respuesta al modelo tradicional lineal de trabajo de los agentes, producto de la introducción de nuevos desafíos en el sector productivo al incorporar la ciencia y la tecnología en su actividad, el denominado modelo de triple hélice, estableciendo relaciones recíprocas entre Universidad, Empresa y Gobierno para un fin común, creándose las spin-off como “unidades de pruebas”

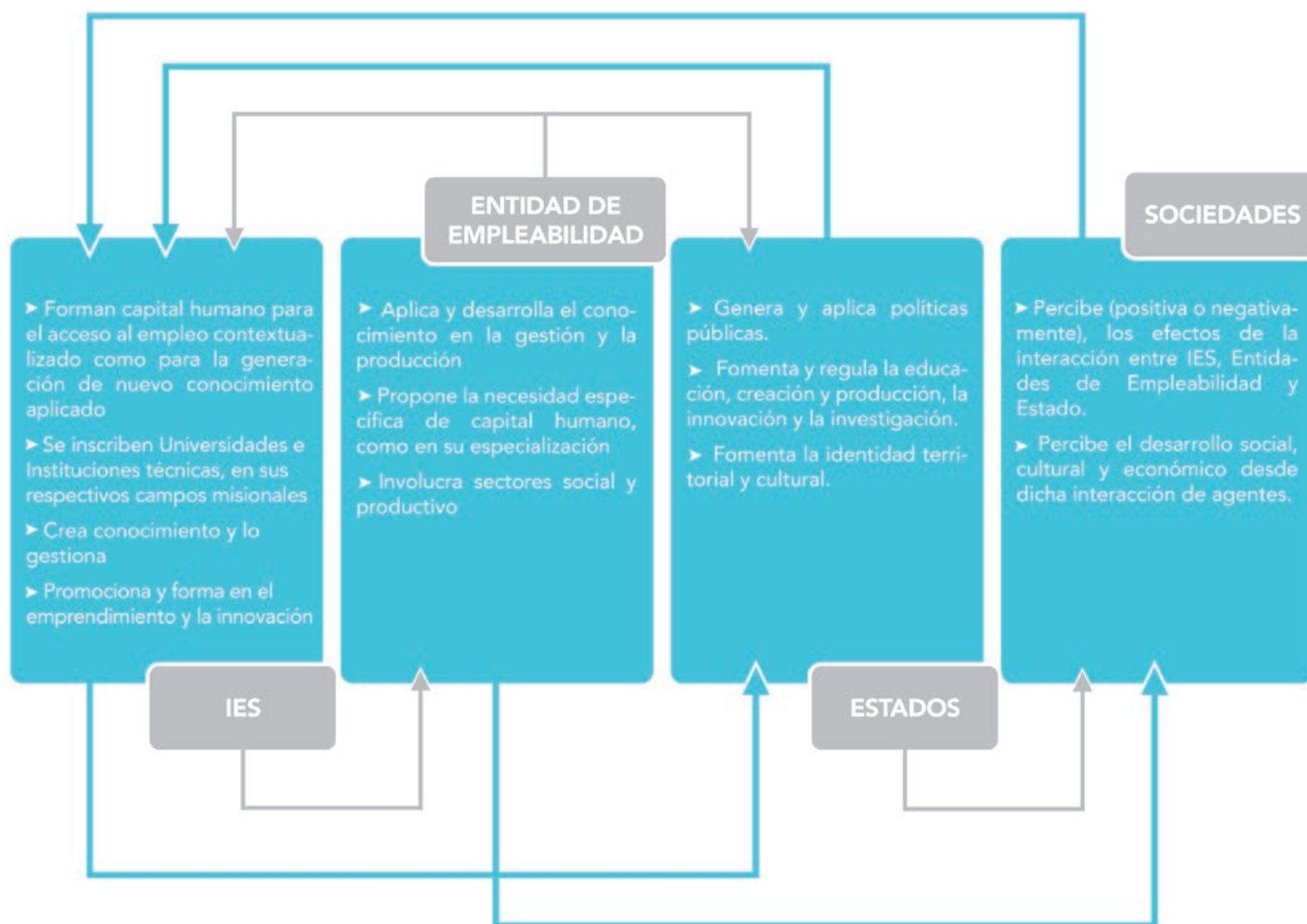
insertas en las Universidades para luego salir a un mercado; en la actualidad además, a lo menos, se incorpora a esta triada un cuarto sector que es precisamente el ámbito social, en tanto educación y lo que perciben las personas de esta sociedad en relación a los beneficios de la alianza entre Universidad, Empresas y Gobierno, referidos a calidad de vida, formas de aplicar el conocimiento nuevo, atención al cuidado del medio ambiente, entre otras acciones.

La representación de la empresa creativa en un sistema societal-territorial, vendría a expresarse de la siguiente manera de acuerdo a la figura expuesta, donde la empresa creativa se ubica en el sector de entidad de empleabilidad:

(ver gráfico página siguiente)



Esquema de vínculos intersectoriales con enfoque en el desarrollo sostenible.



Fuente: Sandoval-Cosmelli, M.S. (2016). "Educación Superior y Sociedad: desafíos de corresponsabilidad en la diversidad de actores territoriales, y en aporte a la asociación académica birregional ALC-UE a partir de casos". Publicación en el Libro "Construyendo el Espacio Común de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación para la Asociación Estratégica Birregional".

El vínculo entre sectores se produce a partir de medios y formas de comunicación que se transfieren a acciones de trabajo conjunto que, desde las **complejidades** y **potencialidades** que cada agente que está inscrito en cada sector, exponen ciertas brechas que, en el caso de las complejidades, las brechas son más altas y significativas, por tanto la calidad asociada a lo que se genera, es menor; a diferencia de lo que ocurre con las potencialidades, en que las brechas al ser menores, la calidad aumenta. Todos estos elementos confluyen al momento de que ese vínculo entre los sectores identificados, dialogan y son parte de los diferentes sistemas de una sociedad y territorio, es decir, por ej. el sistema económico hace confluír a estos cuatro sectores en tanto, generadores, gestores, productores, percibidores, consumidores, etc, se produzcan; de acuerdo a lo explicado anteriormente, la empresa creativa en general y la Artesanía en particular, se inscribiría en el sector de "entidad de empleabilidad", cual no sólo genera empleo, sino que también productos, servicios, identidad, patrimonio, turismo, etc, que son percibidos por el sector "sociedad", valorando oficios por ej, adquiriendo un producto de mimbre para el hogar, identificando una forma de vida de Talagante a través de sus figuras de cerámica policromada, entre otros, cuya producción ha contado con ciertas colaboraciones a partir de políticas públicas que implementa el sector "Estado" que permiten que los artesanos y artesanas accedan a capacitaciones para mejorar su actividad comercial como también en la formación para la conformación de asociaciones gremiales, y que en el caso del sector "IES" (Instituciones de Educación Superior), aunque se está en deuda, entrega formación especializada en ciertos oficios particulares, promueve ferias para la actividad comercial, desarrolla estudios respecto a ciertos materiales y formas artísticas de los productos, promueve identidad, entre otras acciones.

En todo este proceso de vínculos, se presentan permanentemente ciertas complejidades y potenciales que inciden en el desarrollo de los territorios más allá de lo delimitado geo-políticamente, "... el papel del territorio en los procesos de desarrollo ha cambiado como consecuencia de algunas profundas transformaciones de su relación con el sistema general de relaciones económicas, sociales y políticas" (Dematteis y Governa; 2005), implicando con ello que, más allá de que los sistemas respondan a un código binario, la globalización juega un papel importante a considerar cuando vemos a la economía creativa que hace conformar un territorio diferente de acción, en que ubica las identidades locales inscritas en la diversidad de estos territorios, el patrimonio y el oficio que generan, producto de una nueva forma de comunicación simbólica, lo que conlleva finalmente a plantear el gran desafío de cuáles son los agentes activos en y para la gestión del valor cultural territorial de la Artesanía.

La diversidad de elementos considerados identitarios que un grupo o una sociedad define, se aprecian en la convivencia de elementos materiales con rasgos considerados inmateriales (Sanfuentes, O., 2011), "esto recoge los cambios sociales en la valoración de lo patrimonial, así como las nuevas tendencias académicas y legales en el estudio y protección de lo que deviene llamarse patrimonio cultural inmaterial. Esto nos lleva a concluir la naturaleza dinámica y heterogénea de lo patrimonial y su poder para definir identidad". En ello, Sanfuentes establece la necesidad de ubicar el concepto identidad en plural por sus características y porque es relevante la integración de las diferentes identidades o inclusión de diversos relatos que se presentan en un mismo territorio, constituyendo que "Las identidades diferenciadas llevan a la idea de diversidad y persiguen poner a los otros en categorías similares a las nuestras. [...] Es la constatación y la

convivencia con esta polidentidad la que permitirá integrar todas aquellas identidades de las cuales formamos parte: la identidad familiar, la comunal, la institucional, la nacional. En un movimiento desde círculos concéntricos que parten de lo más familiar y conocido hasta lo más lejano y nacional, pasando por estadios intermedios como lo vecinal, lo comunal y lo regional, se facilitará la integración de las identidades individuales con las más universales”.

De esto podemos desprender que la convergencia de identidades diferenciadas frente a la actividad de la empresa creativa, es ubicada en el producto que transporta una forma de comunicación simbólica, en que la gestión de este producto, como las mismas formas de producción de dicho producto, conllevan entonces una doble perspectiva: el ejercicio de la innovación (empresa bajo un prisma del desarrollo sostenible) y la puesta de la memoria (identidades culturales).

Parte II

Metodología para la indagación

II.a. Las interrogantes emanadas

Frente al desarrollo histórico de la Artesanía en nuestro país, en tanto el traspaso de memoria de generación en generación de oficios y formas de hacer, como vender e innovar alrededor de los productos que van caracterizando estilos de vidas, la valoración social de culturas locales en torno a una actividad económica específica, el surgimiento y preservación de identidades de todo tipo, entre otros aspectos, hacen que surjan un sinnúmero de interrogantes frente a una actividad cultural-comercial que en ciertos lugares pareciera que crece y se asienta victoriosamente, y en otros lugares, pareciera ir disipándose; escuchamos a la vez que ahora debemos de hablar sobre economía creativa, que hay otras clasificaciones y que necesitamos organizarnos para generar una producción más fructífera con apoyos municipales y estatales.

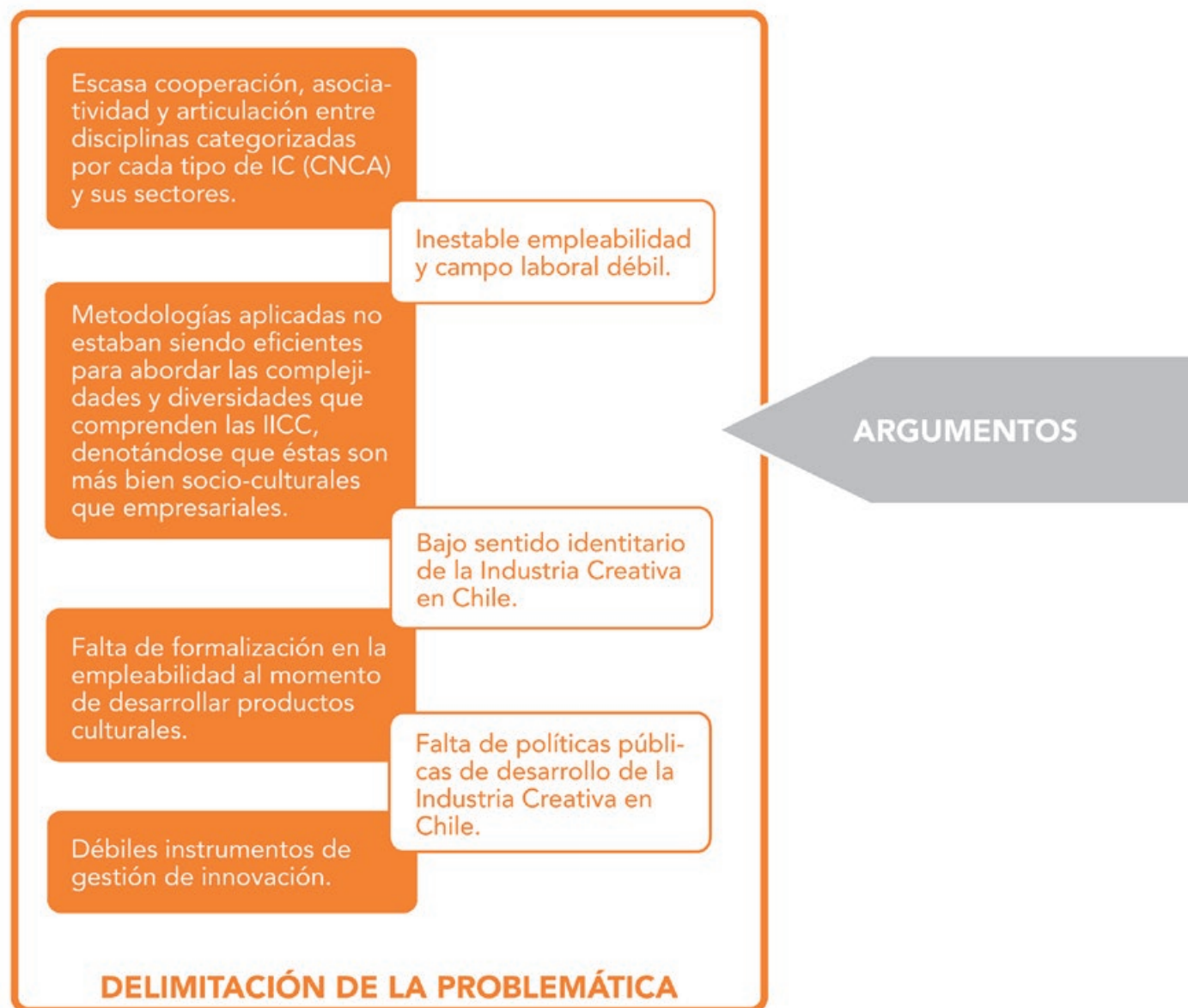
Observando diversidad de realidades en los ámbitos del quehacer de las Artes Visuales y la Artesanía para sustentarse en el tiempo, más allá de una constante gestión artístico-cultural, denoté que hay ciertos imaginarios construidos socialmente que nos indicaba que en ciertos lugares, las formas de hacer y promover eran fructíferas para la comercialización, dado por diferentes factores, sin embargo, son sólo imaginarios; la realidad vivida para lograr comercializar productos o una producción que en el tiempo no sólo se sostenga, sino que crezca, es lejano; lo percibido culturalmente entonces, son íconos de ciertos objetos que le asignamos un tipo de valor socio-cultural que nos hace tomar la decisión respecto a aceptar o rechazar por el precio asignado y ciertos criterios de calidad arbitrarios que de manera personal vamos otorgando; definimos entonces: la greda de Pomaire, la artesanía de Chimbarongo, de Rari, las tejedoras de Macul, las figuritas de Talagante, etc., pero ¿qué de ello denota una identidad local-territorial cultural que permita entonces, gestionar de manera efectiva su valor cultural territorial al

momento de comercializar como de formar y comunicar?, ¿cuáles son las brechas y potencialidades de la Artesanía que tiene en un sistema territorial local?

Desde múltiples escenarios, para comenzar a aproximarse a dilucidar las primeras interrogantes, se recurren a varias fuentes, en que una de ellas se plantea sobre la base diagnóstica de necesidades levantadas del sector de Industria Creativa (IC) de la Región Metropolitana (Octubre de 2014), en el 1er Encuentro Universidad y Empresa Creativa organizada por el Centro de Desarrollo Artístico Cultural-CEDAC (RM), instancia que reunió al sector estatal, artístico-cultural, empresarial y universitario, constituyéndose en un espacio alternativo de encuentro frente a las diferentes iniciativas realizadas por agentes en materia de IC en la RM; los/las participantes (OCF, Artistas independientes, Gestores Culturales, Comunicadores Radiales y pequeñas empresas en Artes Visuales, Teatro, Videojuegos y Animación, así como empresas de la Sociedad de Fomento al Arte, del Consejo de la Cultura y las Artes, del Gobierno Regional Metropolitano y de Santiago Creativo) concluyeron que en nuestro territorio están presente las siguientes dificultades para abordarse como empresa creativa cada uno de los sectores de trabajo de las Artes:

(ver gráfico página siguiente)

Mapa Categorial: Delimitación de la problemática a partir de los argumentos.



Fuente: Elaboración propia para el presente proyecto de investigación: "Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".

Para dicho diagnóstico, se utilizaron instrumentos como encuestas, entrevistas, registros anecdóticos y análisis de documentación para la recogida de información, y en el caso del respectivo análisis, se utilizó el método de triangulación de datos.

El Informe de las Naciones Unidas sobre la Economía Creativa, titulado “Mejora de los cauces de desarrollo a nivel local” (2013), coeditado por la UNESCO y el programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) por conducto de la Oficina de la ONU para la cooperación Sur-Sur, contiene recomendaciones de las cuales puede desprenderse que la actividad de las Industrias Creativas están ligadas al Turismo Cultural, en tanto implica relevar las identidades culturales territoriales al poner en valor turístico un producto de patrimonio cultural local. A su vez, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) establece que estas Industrias Creativas se vinculan con aspectos económicos e identitarios, por tanto “se asocia con un conjunto de modelos o patrones complejos que incluyen tradiciones, costumbres, normas, creencias, valores, símbolos, significados y objetos y herramientas materiales que son utilizados y compartidos por las personas que integran un determinado grupo social o comunidad, otorgándole una identidad común”.

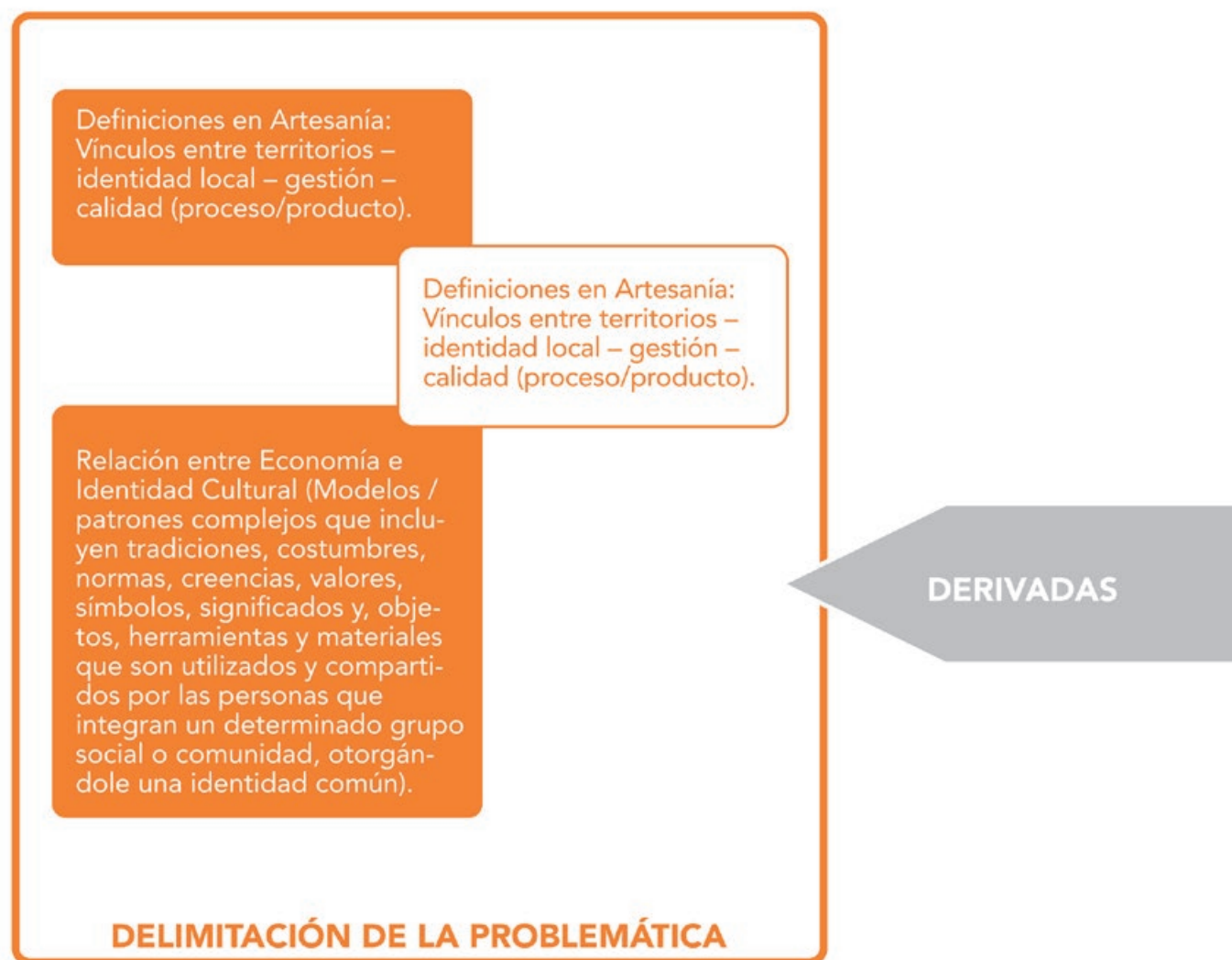
En este sentido, expresando sucintamente algunos elementos o factores que nos exponen lineamientos, desafíos y complejidades, podemos decir que Chile tiene grandes desafíos en materia de empresa creativa, por ej., frente a los datos entregados por el INE (Instituto Nacional de Estadística), a través de su Informe Anual 2010 sobre Cultura y Tiempo Libre, denota una falta de formalización en la empleabilidad al momento de desarrollar productos culturales; ello ha cambiado a la fecha de manera lenta pero sostenida; también al apreciar distintas experiencias comunales en la Re-

gión Metropolitana han denotado un esfuerzo significativo por comenzar una promoción para desarrollo de la Industria Creativa y el Turismo Cultural, este último con mayor ahínco, señalando por ej., que la I. Municipalidad de Providencia ha implementado una serie de actividades como el III Congreso de Zonas y Barrios Patrimoniales (2014) como una actividad que potencia las identidades de barrio al congregarse a organizaciones, vecinos, dirigentes sociales, trabajadores, historiadores locales, artesanos, estudiantes, gestores culturales y profesionales de todo el país, interesados en poner en valor el patrimonio y el legado histórico del territorio de pertenencia en un espacio de discusión democrática, recibiendo cerca de 900 participantes, asimismo, el Municipio también organizó el “I Seminario Nacional Patrimonio, Territorio y Desarrollo Local”, llevado a cabo en San Pedro de Atacama con la presencia de autoridades y profesionales de distintas comunas del país, para abrir la discusión acerca de la importancia del patrimonio en la gestión municipal y el desarrollo local; intercambiando experiencias y propuestas, además de establecer acuerdos y alianzas para sentar las bases para potenciar las actividades que derivan de este foco. Pero, aún con estos antecedentes, poco se sabe respecto al comportamiento de la actividad en el sector Artesanía como empresa creativa, más aún en la Región Metropolitana, siendo un territorio multidentitario que pudiese ofrecer una buena batería de experiencias con foco en la gestión, pensando en el encuentro, y por ende, posterior gestión del valor identitario territorial.

Lo planteado anteriormente, nos hace visualizar las siguientes derivadas:

(ver gráfico página siguiente)

Mapa Categorial: Delimitación de la problemática a partir de las derivadas.



Fuente: Elaboración propia para el presente proyecto de investigación: "Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".

Complejidades como potencialidades son las que se develan sucintamente a partir de lo planteado anteriormente, desde donde se expone la siguiente pregunta de investigación: ¿cuáles son las conexiones actuales entre territorios e identidades en la gestión del sector Artesanía como empresa creativa y su incidencia en el desarrollo territorial en diferentes localidades de la Región Metropolitana?.

Dicha pregunta central deriva en otras interrogantes secundarias que apoyan la indagación en torno a la problemática definida:

- ¿cómo se vinculan: artesanía e identidades territoriales en cada una de las comunas a analizar?,
- ¿cuáles son las similitudes y diferencias entre las comunas escogidas en cuanto a la producción de artesanía que permitan ser representativas de la Región Metropolitana?,
- ¿existe voluntad de parte de los artesanos/as de conformarse como empresa creativa?,
- ¿qué planes de trabajo han llevado adelante para obtener recursos desde su campo de trabajo?,
- ¿cómo proponen los distintos municipios incentivar las empresas creativas en las comunas que son abarcadas en esta investigación?,
- ¿cómo es su relación con el Turismo Cultural?,
- ¿cómo influye la variable de género en la conformación de determinadas empresas creativas de acuerdo a las comunas investigadas?.

Para ello se ha propuesto el siguiente supuesto que permitirá orientar una probable respuesta a la interrogante central,



desde un enfoque cualitativo: Al conseguir sistémicamente activar y convertir en valor la creatividad del sector artesanía desde la gestión, obtendremos una fuente continua de mejora y desarrollo económico-cultural que este sector movilizará desde la diversidad de identidades y potencialidades derivadas de sus complejidades que responden a los territorios donde se circunscriben.

Frente al supuesto expuesto, el objeto de estudio se delimita en la actividad y producción en el sector Artesanía de los barrios y localidades de: Italia, Yungay, Pomaire, San José de Maipo y Maipú, como muestra aleatoria para el estudio que será desarrollado más adelante.

Parte II

Metodología para la indagación

II.b. Los objetivos trazados

Desde las interrogantes planteadas en tanto la pregunta de investigación como las preguntas secundarias, se formula el siguiente objetivo general:

Analizar la gestión en Artesanía en relación a las identidades territoriales locales y su vínculo con el Turismo Cultural local en cinco comunas de la RM.

Para lograr concretar este objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Analizar los ámbitos propios de la **gestión en Artesanía**, así como el tipo de formación (disciplinar y/o empresarial) que han tenido las personas que trabajan en el sector y su comportamiento en los productos generados que develen las identidades territoriales locales.
- Indagar en las **estrategias municipales** respecto al desarrollo de sus territorios en el marco de la detección de **identidades reconocibles y marca territorial** que permita potenciar la Artesanía como Industria Creativa (IC).
- Identificar los **puntos de conexión y brechas** entre los resultados de ámbitos de gestión en la Artesanía, el Turismo Cultural y Política Pública Cultural (uniones intersectoriales).

Parte II

Metodología para la indagación

II.c. La metodología de trabajo exploratorio y análisis.

El trabajo de investigación se abordó desde un enfoque cualitativo de investigación, de tipo exploratoria-descriptiva, de estudio seccional, no experimental, a partir de métodos de estudio de grupos en relación a los actores inscritos por cada localidad y territorio definido para abordar la problemática planteada. Esto quiere decir que frente a las preguntas planteadas y la información recopilada con anterioridad respecto a las necesidades y brechas que pudiesen existir en general en torno al funcionamiento de la empresa creativa en Chile, se consideró que la Artesanía cuenta con una información muy escasa respecto a su funcionamiento desde una perspectiva de la gestión y los desafíos que presenta entonces para describirse como empresa creativa de acuerdo a lo expuesto en el apartado I del presente capítulo, son significativos, por tanto, es una temática muy poco explorada científicamente desde varios campos disciplinares, en particular desde las ciencias sociales; a su vez, se trata de describir los testimonios, formas de hacer y dificultades a enfrentar desde los mismos actores que desarrollan la actividad en Artesanía y que la comercializan, de la manera más literal para posteriormente analizarla, preservando su autenticidad y cautelando que ese relato sea lo más representativo posible; no hay manipulación de conductas y hábitos de los actores con los cuales se trabajó, tampoco de sus formas de producir y gestionar, sólo se trata de levantar información específica y significativa, describirla y analizarla de manera ordenada y bajo una cierta lógica que más adelante se describirá a partir de las categorías de análisis, en un periodo de tiempo específico que comprendió 11 meses en total, con 8 meses de trabajo de campo en contacto con los actores de Artesanía, municipales, y dirigentes; por lo cual, dicho relato que se analiza más adelante, es extraído en un momento particular y único. Asimismo, se visualizó en un comienzo que no hay prácticamente información y formas de gestión que denoten un

vínculo entre la empresa creativa del sector Artesanía, con la gestión territorial y la identidad local, abriendo un campo de exploración a fin de descubrir mecanismos, métodos, formas de comunicación, entre otros aspectos.

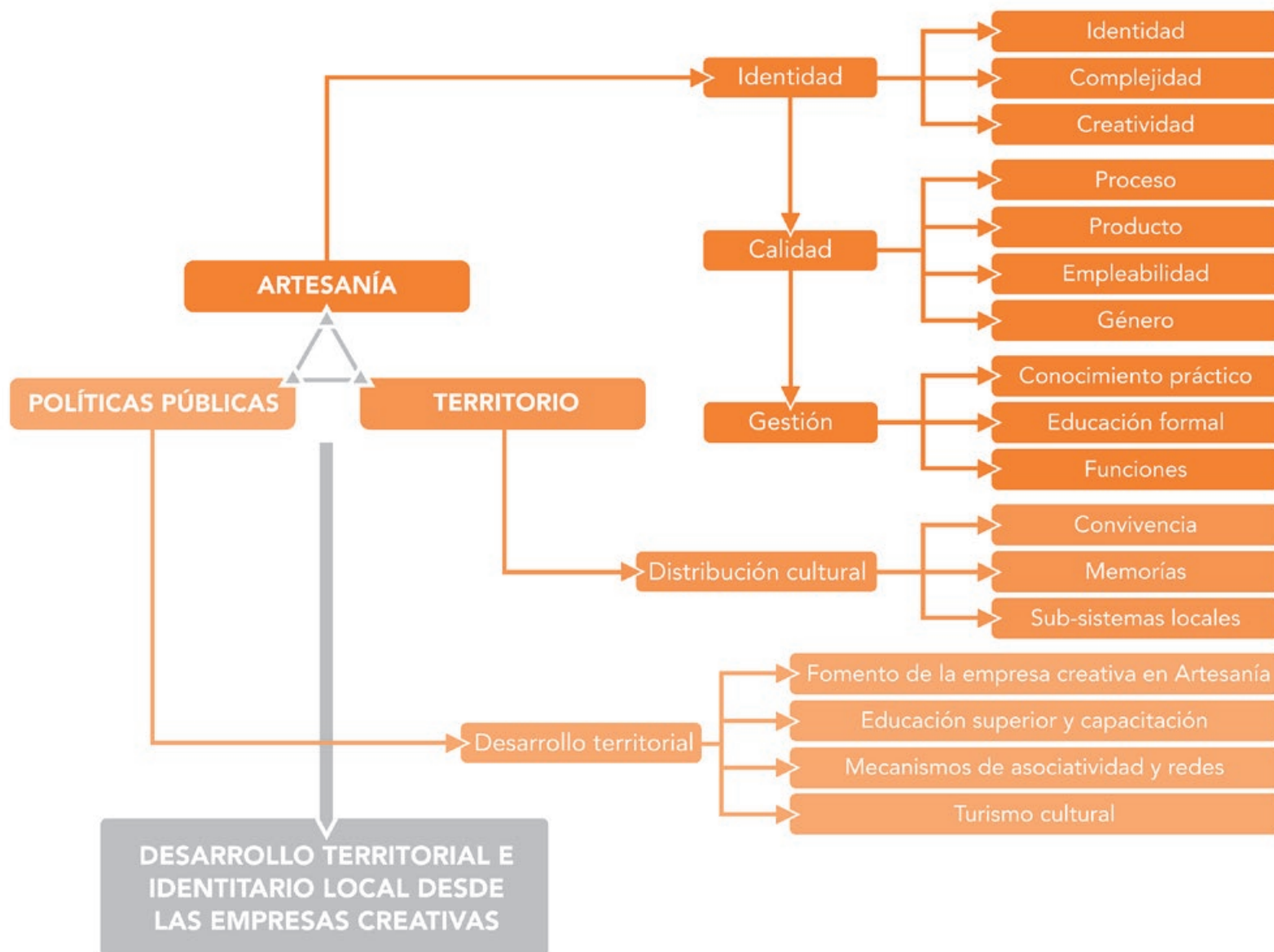
Con ello, se considera que desde ese punto de vista, resulta especialmente relevante relacionar las empresas creativas del sector Artesanía con las políticas públicas, el desarrollo socioeconómico comunal y, su vinculación con la memoria y las identidades locales.

Frente a lo definido y sobre la base de la matriz categorial (expuesta algunos de sus elementos en los puntos anteriores del apartado II), se presentan a continuación las respectivas categorías, desplegadas a partir de la delimitación de tres dimensiones: **Artesanía, Territorio y Políticas Públicas**, de modo tal de comprender en un sistema en que se vinculan estos tres ámbitos para el desempeño de la gestión de los elementos en la Artesanía para comprenderla desde una óptica de empresa creativa, buscando con ello las potencialidades a partir de la identificación de las complejidades. Sobre este último concepto, se definen las categorías de análisis por cada ámbito, desde la revisión de diferentes fuentes bibliográficas, análisis de contenido de experiencias de casos internacionales, análisis de documentación a partir de políticas públicas, entre otros, asociando a su vez, un desglose respecto a los conceptos claves que involucra cada una de las categorías definidas, que adquiere su carácter de sub-categorías de análisis. Revisando entonces estas relaciones conceptuales que inscriben un quehacer de las empresas creativas en general, se definió trabajar con el método de triangulación de información y datos para el análisis de resultados por categorías de análisis, sobre la base de estas tres dimensiones; de lo cual la síntesis se expone en la siguiente figura:

**Esquema de categorías de análisis, proyecto de investigación:
"Artesanía, territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".**

Análisis: Método de triangulación de información/datos

Categorías y subcategorías asociadas



Fuente: Elaborado por Ma. Soledad Sandoval Cosmelli

Como bien se explica anteriormente, las empresas creativas en general son entidades que aportan en tres sentidos: en el desarrollo económico local con perspectiva global, en lo cultural en tanto distribución y promoción de cultura y valor simbólico, y social en tanto la actividad de las artes creativas ubica a disposición de la empresa creativa una escala masiva, la generación empleo, y que aspira sea de calidad éste. Ello implica identificar las características de esa empresa creativa a nivel local, inscrita en un territorio cual cuenta con sus especificidades, una forma de organización y comunicación particular, conectando entonces, desde una mirada de sistema, que los agentes asociados a las empresas creativa a nivel local, la identidad local y el desarrollo territorial (económico, cultural, social y medio-ambiental), se interconectan, o a lo menos ello debiese ocurrir. En dicha dinámica y entramado que debiese generarse, la Artesanía emerge con fuerza haciéndose visible por varios factores: nivel de ventas anuales, cantidad de personas que se dedican a la actividad a lo largo de todo el país (intensificándose hacia el sur), tipo de producto con gran potencial de exportación, que seguidamente se suman otros factores con menos presencia en la actualidad que en su conjunto, caracterizan la Artesanía como expresión que utiliza el mercadeo para su subsistencia; pero por otra parte, además de la actividad y producto que se forja desde la Artesanía, ubicamos las formas de producción y los agentes involucrados en estos en un sistema local-global que hacen posible cerrar un proceso de gestión del valor cultural que movilizan las actividades y productos de Artesanía, por tanto, considerar el territorio respecto a sus características, lo que provee y cómo se organiza, se comprende que es fundamental en el desarrollo del sector como empresa creativa, cuyo ordenamiento es favorecido a través de políticas públicas en miras de alcanzar un desarrollo sostenible para la gestión del valor cultural con perspectiva de calidad.

De esta manera, Artesanía, Territorio y Políticas Públicas, son dimensiones que se imbrican en vías de comprender una virtuosa alianza para el desarrollo de la Artesanía como empresa creativa, cuyo desglose de los comportamientos a partir de sus vinculaciones, se aprecian desde la propuesta de una serie de categorías y sub-categorías que se explicitan en los siguientes párrafos.

A partir del ámbito de la Artesanía, se desprenden tres categorías centrales que refieren a Identidad, Calidad y Gestión, desprendidas desde la sistematización de las definiciones presentada en el apartado I. Cada una de ellas cuenta con una delimitación conceptual particular para comprender finalmente que entenderemos y que analizamos por cada ámbito y categoría. Sobre ello:

- La **Identidad** se produce y construye desde diferentes relaciones como lo explicaba Sanfuentes (2011), cuales observarlas a partir de los **Sistemas** que se inscriben en una localidad o territorio, implica que la forma de organización de dichos sistemas, denotan identidades que caracterizan a un grupo de personas, las formas de hacer, las formas de comunicarse, etc., y que finalmente va develando la **Complejidad** entendida desde dos perspectivas: en tanto la brecha que se evidencia en un sistema local-territorial (Luhmann), como desde un paradigma biológico que deriva en dar cuenta o, más hacer visible, la diversidad (Morin) interactuante, dada en esta caso, en un territorio en específico. Esto en otras palabras, implica que la figura de la vinculación entre los cuatro grandes sectores para el desarrollo desde un enfoque de integración, cohesión y co-responsabilidad, develan en sus conexiones las posibilidades de brechas como de potencialidades (diversidad), acciones que funcionan, bien y no tan bien, dificultades que se presentan en cuanto

hay un factor o varios que hacen que las conexiones no operen o sean dificultosas, etc., afectando directamente a la calidad en su amplia concepción. La o las formas de enfrentar esta dualidad en la concepción de complejidad, implica disponer del ejercicio de la **Creatividad**, que como tal, aplica en tres dimensiones globales: como sujeto creativo, como proceso creativo y como producto creativo, dando cuenta de que en cualquiera de los casos, es en sí misma, la posibilidad de generar algo nuevo o diferente, sin pre-existencia, por ello es aplicada como una habilidad de resolución de problemas, así también en la publicidad para la introducción de nuevos lenguajes y códigos en torno a productos nuevos a insertar en el mercado, o bien, el producto inédito que genera la Artesanía y sus oficios asociados, entre otros aspectos; por tanto, la creatividad es un elemento esencial no sólo en la gestión y comunicación al comprenderse desde la empresa creativa, sino fundamentalmente al designar el valor de la creatividad en el producto de Artesanía que se genera y que debiese lograr entretener el “valor cultural territorial” en un sistema determinado; es así como cobra sentido cuando Tayler (1959) establece que hay niveles de creatividad que están dados principalmente por la interacción entre la capacidad para realizar el proceso característico de la creación y de la información que se dispone, delimitando entonces, cinco niveles en que se despliega la creatividad (de menor a mayor): expresiva, productiva, inventiva o descubridora, innovadora y emergente.

- La **Calidad**, que de acuerdo al contexto en que esté inserta, es entonces como se comprenderá. Se puede percibir como los atributos deseables, a los parámetros que debe tener un determinado proceso o producto, aplicada al valor de un producto o ligarla a un concepto de excelencia,

entre otros aspectos. El funcionamiento de la calidad y su gestión, puede darse de varias maneras, una de ellas son a través de los **Procesos**, cual se comprende como un sistema de actividades que cuentan con inicio o entrada, y un final o salida, lo que ocurre internamente se convierte en un tejido que entrelaza diferentes procesos que provienen de diferentes lugares (internos y externos) al momento de desarrollar la gestión de la calidad; presentándose que hay procesos más estratégicos que otros. Esta trama trae consigo un mundo de complejidades, por tanto, comprender de la manera más simple lo que es un proceso, apoya entonces, comprender dicho tejido. En los diferentes tipos de procesos, emana el que conduce hacia un **Producto**, que como tal, requiere de un proceso de diseño que logre materializar dicho producto que puede tener muchas formas, como un proyecto, una idea o un objeto. En ambos casos: procesos - producto, al introducir estándares, criterios, descriptores, indicadores, etc., nos dan cuenta que estamos ubicando la calidad y que hay que gestionarla para llegar a cierto tipo de resultados; sin embargo, no exclusivamente la calidad está asociado a indicadores de desarrollo económico, también se ha presentado una perspectiva con foco social respecto a la racionalidad económica; si bien es cierto que es vigente que los conceptos y estándares de calidad son consensuados por expertos que provienen de autoridades intelectuales, legitimados por agencias evaluadora y de acreditación por intermedio de la autoridad política, se presentan alternativas que no siguen literalmente la eficacia y la eficiencia en tanto la calidad también debe comprenderse y gestionarse a partir de los propósitos centrales de la gestión de la cultura inscrita en objetos que comunican, que provee a las sociedades la actividad de la Artesanía, por tanto, mirar y apreciar el trabajo en la

Artesanía (como en otras áreas de las Artes), implica considerar la **calidad de la Empleabilidad** (UNESCO, OIT) que debe predominar en el desarrollo de una empresa creativa, y esto implica: el valor de la identidad, la puesta en valor de la vida social y familiar, distribución de valores sociales, remuneración justa, acceso a formación a lo largo de la vida con pertinencia a las necesidades particulares de desarrollo en la empresa creativa, y de actividades que impliquen el reflejo de la **equidad de Género** en la posibilidad de acceso a cualquier tipo de desempeño sin distinción o discriminación por género. En este último sentido, permitir percibir y describir las predominancias de ciertas actividades de la Artesanía por género, implica optar a la posibilidad de ubicar políticas públicas con enfoque de género ampliando las posibilidades de un desarrollo equitativo desde dicha perspectiva. Se trata entonces, de que a través de la calidad, se garanticen estándares y derechos para proteger los intereses de todas las partes que son co-responsables en el desarrollo territorial-local.

- La **Gestión**, comprendida como la capacidad para movilizar algo, se revisa este concepto en el contexto de los sistemas en tanto la vinculación entre organismo y organizaciones que son parte de un organismo, que a su vez, estos son parte de un todo (Morin, 1998) conectándose por medio de sistemas. En ello, la gestión ubica funcionalidades, precisión, eficacia y rapidez para conformar la especialización de, en este caso, una empresa creativa, y que internamente designa **funciones** a quienes se harán cargo o responsabilizarán de tareas ya sea, estratégicas o técnicas. Sin embargo, se requiere la comprensión de la naturaleza del tipo de organización con la cual nos enfrentamos para el análisis de sus funcionalidades y formas

de gestión, por tanto, en el entendido de que una empresa creativa por definición es diferente a otros tipos de empresa (aun cuando no se esté en cien por ciento de acuerdo con definiciones internacionales), no es posible ubicar la gestión desde una única perspectiva disciplinar, a fin de respetar las naturalezas de gestión de la empresa creativa desde el sector de Artesanía. En este marco, además de comprender las formas en cómo se designan y definen las funciones en la gestión de hacer Artesanía, se comprende que la actividad y producción de este sector es polifuncional (Morin, 1998) en tanto el trabajo que desempeña el Artesano o Artesana, es básicamente individual, generando que realizan varias funciones diversas una misma persona en una lógica de empresa a fin de movilizar un producto, y por tanto, se transforma en una actividad de gestión politécnica, entendiendo entonces, que sus formas de gestión no son bajo una racionalidad neoliberal o asociada a la tecnología, poniendo en crisis la definición primera y más universal que en la actualidad define a una empresa creativa; entonces, develar la diversidad de la gestión (implicando las complejidades inscritas) en el sector Artesanía, provienen de su hacer cotidiano, y el **conocimiento práctico** que se va adquiriendo en los diferentes momentos del hacer y gestionar. Dicho conocimiento práctico es relevante de hacer visible y situar las formas de conexión o distancias con la sistematización, análisis y/o conocimiento academicista que proviene desde una **educación formal** generada desde las diferentes instancias de la Educación Superior, pero también la distribución del conocimiento práctico como el sistematizado a nivel de la Educación Escolar, por medio de la gestión del currículum escolar. La educación formal genera valoración, y si consideramos que “todo sistema integra y organiza la diversidad en unidad” (Morin,

1998, p. 58), entonces la educación se transforma en un agente clave para la introducción de la valoración de la Artesanía en tanto conocimiento práctico y valor identitario-cultural, que se gestiona en un futuro próximo desde una lógica y contexto diferente que particulariza a la Artesanía en un escenario de economía creativa. Esto significa mirar la gestión de la Artesanía desde tres ópticas para la gestión: intra-organización (formas de hacer internas), inter-organización (formas de asociarse para hacer), y co-organización (formas de percibir ese hacer desde la sociedad en la cual se inscribe o vincula, promocionando el valor que generan).

Desde el ámbito del Territorio, se ubica la comprensión de las formas en que se produce la **Distribución Cultural** bajo el sistema construido en ese territorio, un entramado que devela particularidades que puede o no, constituir patrones comunes hacia otros territorios para comprender gestiones y producciones, dependiendo de las diversidades de organizaciones o agentes que interactúan en los sistemas que, acotando al presente estudio, la Región Metropolitana como territorio de estudio en tanto trata de la develación de la diversidad en el hacer de la Artesanía y formas, entonces de la distribución cultural que inherentemente generan. Considerando lo indicado por Sanfuentes (2011) respecto a la integración de las diferentes identidades que podemos percibir y apreciar desde una localidad o territorio, emerge con ello culturas que en un sistema determinado, conviven; por tanto, la **Convivencia** frente a una polidentidad, nos otorga el respeto en la diversidad como también nuevas formas de hacer gestión para movilizar el valor de las identidades inscritas, por lo cual estamos frente a una de las manifestaciones de la distribución cultural. Estas formas de organización se entrelazan en los **Sub-sistemas locales** que se presentan

en los territorios, por lo cual, las formas de comunicación y vínculos que establezcan, generarán esta trama local que permitirá develar complejidades y potencialidades.

Al hablar de distribución, consideramos la gestión en tanto moviliza las significaciones que intrínsecamente conlleva que, ubicada en el contexto y trama de la cultura, comprendida como estructuras de significación socialmente establecidas (Tylor), que va más allá de pautas de comportamiento que caracteriza a los grupos sociales, podemos focalizar la existencia de un contenido mixto: memoria, identidad, relaciones e integraciones. Particularmente respecto a la **Memoria**, podemos comprenderla como la ideación del pasado (Durkheim), en tanto una tradición, origen u otro que implica ir más allá del registro y reproducción del pasado, se trata más bien de la selección y reconstrucción individual y/o colectiva que conlleva finalmente, una re-presentación de algo, que en el caso de la Artesanía, deriva a la actividad y producto. Lo relevante en esta acción de memoria es precisamente que su presencia se encuentra en toda distribución cultural por cuanto devela los antecedentes de las identidades que movilizan significaciones, entonces, nos da la sensación de que las formas de expresión provienen de nuestros antepasados, de algún lugar, de alguna historia, y por tanto, está presente y construye futuro; de allí el valor de la memoria inscrita en la actividad y producto de la Artesanía, en tanto representa identidades colectivas, historias y aprendizajes que se transforman en símbolos culturales.

Por último, desde el ámbito de las **Políticas Públicas**, se hace relevante y necesario desde la configuración de los sistemas locales y territoriales, conectar los lineamientos de las políticas públicas en tanto incidencia en el desarrollo territorial tenga. En este sentido, considerando sistema como una trama, inscrito en un territorio determinado, percibimos

acentos que conducen a diversidad de formas de crecimiento, es decir, de desarrollo, con un componente de desafío que alude a la sostenibilidad, o sea, que permanezca en el tiempo dicho desarrollo; para entonces, las políticas públicas son fundamentales, y que se requiere necesariamente, proceder en actualizaciones en ciertos periodos de tiempos, de acuerdo a los énfasis de desarrollo y los enfoques en que se transformen en el tiempo. A ello, considerando que el **Desarrollo Territorial** como tal, implica una estructura flexible de interconexiones como de descentralizaciones que permita lidiar con sistemas globales; los ámbitos en este sentido son múltiples, sin embargo, ubicando al sector Artesanía como empresa creativa y en un sentido de co-organización y co-responsabilidad para responder desde la potencialidad hacia el desarrollo sostenible del sector Artesanía, como hacia una economía creativa y el desarrollo territorial, se sitúan cuatro acciones claves: el **Fomento de la Empresa Creativa en Artesanía**, en cuanto al cruce de políticas públicas y programas que derivan para cumplir con el propósito de “fomento” desde una perspectiva integrada multisectorial, conllevando dimensiones a imbricar como el **Turismo Cultural**, en tanto se constituya como un circuito de distribución cultural que, tanto para la gestión como para la economía territorial/local, la educación se constituye en factor clave de movilización, distribución y de aprendizaje permanente, en lo cual, la formación terciaria dispuesta desde la **Educación Superior**, en tanto formación (de diferentes niveles como capacitación), investigación e innovación propicie, las capacidades globales aumentan, capitalizando las potencialidades que cada organización y organismo en vías de una co-responsabilidad en miras de una economía creativa sostenible, en tanto se viva la práctica natural en la diversidad de **Mecanismos de Asociatividad y Redes**.

A partir de la delimitación de las dimensiones de Artesanía, Territorio y Políticas Públicas, y sus categorías de análisis inscritas, los resultados se analizarán a través del método de triangulación (datos y contenido) para establecer empíricamente sus vinculaciones en tanto acercamientos y tensiones que se producen entre estas dimensiones, conjuntamente con las potencialidades desde donde también emanan propuestas de mejoramiento.

Síntesis del plan de trabajo.

Con la finalidad de dar respuesta a la pregunta de investigación a través del cumplimiento de los objetivos de investigación, se desarrolló un plan de trabajo sobre la base de la construcción de un marco lógico, de modo de planear las actividades claves organizadas en tres etapas: 1. Elaboración de instrumentos y análisis de discurso/ Revisión de Bibliografía; 2. Aplicación de instrumentos y análisis de información preliminar; y 3. Análisis de información y elaboración de informe final y, publicación y difusión de la investigación; todo en un periodo de tiempo a desarrollar de 11 meses.

Estas actividades claves se organizaron de acuerdo al desglose de cada objetivo específico de investigación, de modo tal de desarrollar los resultados esperados y producto por cada objetivo, que fue distribuido en orden de tiempo de acuerdo a las etapas anteriormente señaladas. En este sentido, la siguiente tabla da cuenta de la relación entre objetivos específicos, resultados esperados y la visualización de impactos en un futuro próximo.

OBJETIVO ESPECÍFICO	RESULTADOS ESPERADOS	IMPACTO
<p>Analizar los ámbitos propios de la gestión en Artesanía, así como el tipo de formación (disciplinar y/o empresarial) que han tenido las personas que trabajan en el sector y su comportamiento en los productos generados que develen las identidades territoriales locales.</p>	<p>Caracterización de la gestión en el sector Artesanía por muestra comunal, de acuerdo a las categorías de análisis construidas desde el diseño metodológico.</p> <p>Caracterización de la identidad local asociada al tipo de producción en Artesanía, por muestra comunal.</p>	<p>Establecimiento de línea base para la gestión de empresa creativa en el sector Artesanía, orientando la mejora de las políticas públicas y programas.</p>
<p>Indagar en las estrategias municipales respecto al desarrollo de sus territorios en el marco de la detección de identidades reconocibles y marca territorial que permita potenciar la Artesanía como Industria Cultural (IC).</p>	<p>Descripción de rasgos identitarios locales que caracteriza a la Artesanía por comuna y su relación con la planificación de desarrollo comunal.</p> <p>Profundización en las particularidades de cada empresa y reflexiones que se desprenden para potenciar la actividad cultural y turística a nivel comunal.</p>	<p>Establecimiento de sello identitario a nivel comunal, para la promoción de la producción en el sector Artesanía desde una dinámica de Turismo Cultural.</p>
<p>Identificar los puntos de conexión y brechas entre los resultados de ámbitos de gestión en la Artesanía, el Turismo Cultural y Política Pública Cultural (uniones intersectoriales).</p>	<p>Difusión y promoción de las potencialidades del sector Artesanía a nivel comunal, para el sello identitario y valoración patrimonial, como en el desarrollo socio-económico local, en el vínculo intersectorial.</p>	<p>Mejoramiento de los programas que se desprenden de la política pública para el desarrollo del sector Artesanía respecto a su actividad como empresa creativa, ligado al Turismo Cultural y en articulación con el plan de desarrollo comunal.</p>

A partir de ello, se planteó el levantamiento de información considerando a los siguientes actores claves más cercanos a la actividad de Artesanía local. Estos fueron: Artesanos y Artesanas, dirigentes gremiales, responsables en las unidades de Cultura, Patrimonio y Desarrollo Económico Local a nivel de Municipalidades, y empresarios/as y distribuidores del sector Artesanía. La información fue recopilada a través de:

- Entrevista: de tipo semiestructura, aplicada a tres grupos de acuerdo a los actores señalados anteriormente, definidos en: Artesanos/as – Empresarios/as – Municipalidades.
- Observación directa: visitas y tomas de apuntes a la actividad territorial/local.
- Análisis de documentos: recolección, análisis y sistematización de contenido para delimitar los criterios y acciones estratégicas a partir de documentos como política pública, Pladeco's, leyes, planes de acción comunal, entre otros.
- Análisis de discurso: recolección, análisis y sistematización de contenidos vinculados a las categorías definidas, a partir de datos e información proveniente de diferentes fuentes (actores y documentos), de tal manera de evidenciar las relaciones entre discurso y evidencia: en la pertinencia, coherencia y relevancia que permiten visualizar las complejidades como las potencialidades.

Parte II

Metodología para la indagación

II.d. Localidades y grupos de estudio.

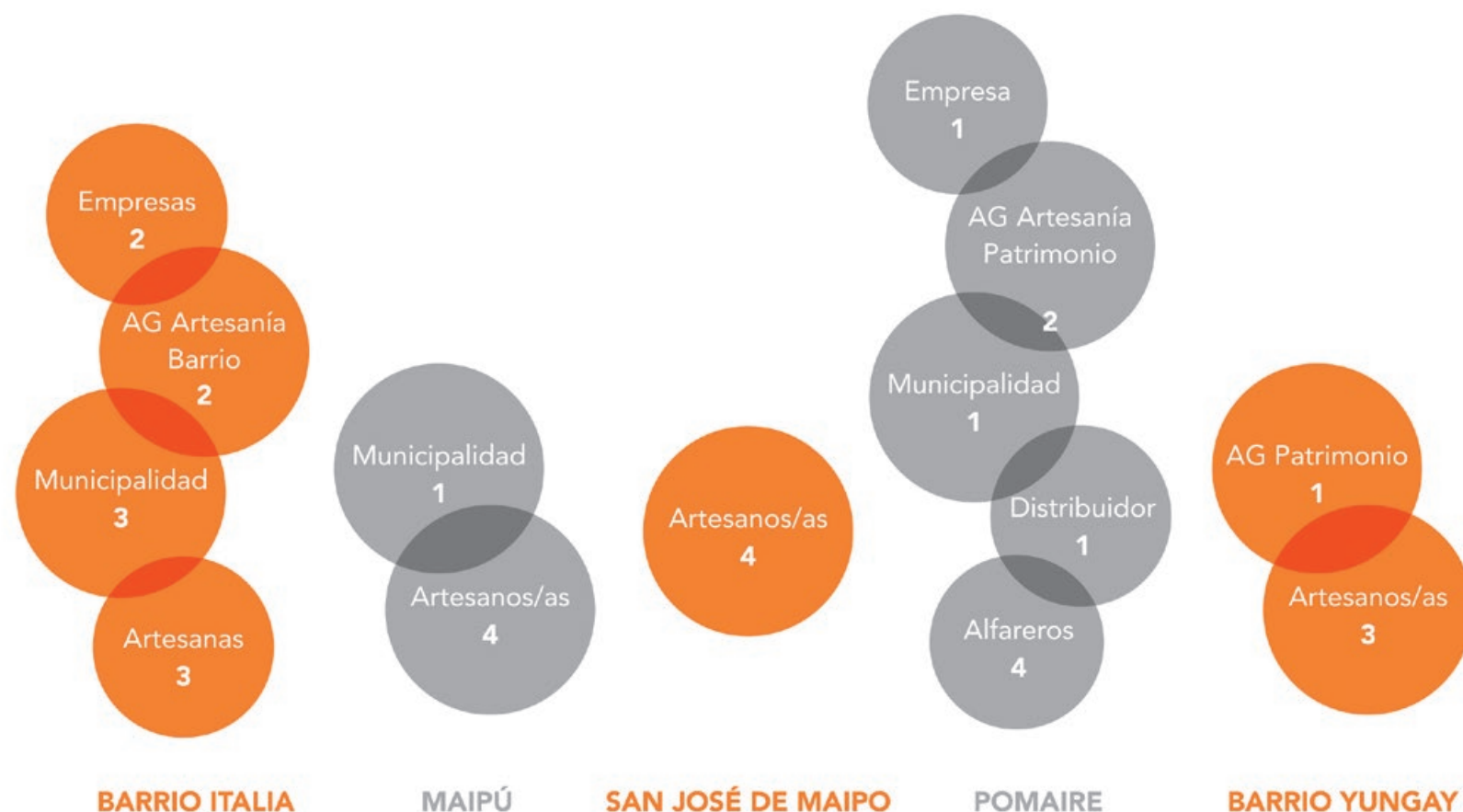
Mencionado que el presente trabajo de investigación se emplaza en la Región Metropolitana como contexto de Territorio, se seleccionan 5 comunas y su respectiva localidad para ubicar el objeto de estudio en cuanto al desempeño del sector de la Artesanía. Se estableció un criterio de selección de acuerdo a estadísticas e información pública disponible que pudiese caracterizar el conocimiento respecto a la actividad en Artesanía en cuatro rangos, expresados a continuación de mayor a menor desarrollo: Consolidado, En vías de consolidación, Emergente e Iniciación.

COMUNA	LOCALIDAD	CLASIFICACIÓN
Melipilla	Pomaire	Consolidado
Santiago Centro	Barrio Yungay	En vía de consolidación
Providencia	Barrio Italia	En vía de consolidación
San José de Maipo	San José de Maipo	Emergente
Maipú	Maipú	Iniciación

De acuerdo a los resultados del presente trabajo investigativo, esta caracterización por rangos inicial varía en tanto se hizo con el propósito de selección de localidades, utilizando fuentes de otro tipo: informes de prensa, estadísticas del INE (Instituto Nacional de Estadísticas), entre otros. La muestra en cada una de las localidades se hizo de manera aleatoria hacia los actores claves en actividad directa de la Artesanía, empresas y distribuidores; y en el caso de los otros actores claves, se trabajó con responsables de unidades municipales, del Consejo de la Cultura y las Artes, Área de Artesanía, Dirigentes de las Asociaciones Gremiales en Artesanía y de Barrios, y Mesa de Trabajo de Artesanía de la Región Metropolitana.

El desglose del total de instrumentos aplicados a los actores claves por localidad, se distribuye de la siguiente manera:

**Esquema de categorías de análisis, proyecto de investigación:
"Artesanía, territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".**



Fuente: elaboración propia para el presente proyecto de investigación:
"Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".

AG: Asociación Gremial

La participación es total y diversificada en los diferentes sectores y actores que están involucrados en la actividad de Artesanía desde los diferentes ámbitos de acción (gubernamentales o no gubernamentales, como individuales) a nivel de Región Metropolitana y en las localidades definidas en el estudio, comprende la aplicación de 42 entrevistas, cuya representación está dada fundamentalmente por la misma

actividad ejercida: Artesano/na, Responsable de Unidad: Artesanía – Cultura – Desarrollo Económico Local, Dirigente AG. Desde allí entonces, emerge información diferente a la encontrada inicialmente, develando acciones desde localidades que no están documentadas ni difundidas, y que se expresan como parte de los resultados que se exponen en el apartado siguiente.

Parte III

Resultados del trabajo investigativo

El presente apartado expresa los resultados de las indagaciones respecto a cómo comprender la Artesanía como empresa creativa en un contexto de globalización que inscribe una serie de factores, que con conciencia en la intención de desarrollo sostenible del área, genera la posibilidad de que esos factores se transformen de complejidades a potencialidades, en un enfoque de sistema.

Primeramente, se desglosa una serie de antecedentes que permitirán reflexionar en torno a la significación de la Artesanía a partir de diferentes concepciones, lo que conlleva a exponer ciertas clasificaciones que nos permitirán entonces, comprender desde los diferentes actores, como delimitamos la Artesanía en tanto sector en el sistema de economía creativa, es decir, más allá de las características del producto que se crea; esto sobre la base que la Artesanía es una de las disciplinas de las Artes que necesita entrar en valor y problematización como viene desarrollándose desde hace un tiempo por parte de la Academia situada en Universidades; ¿desde dónde se lee y estudia?, es lo relevante de interconectar multidisciplinariamente.

Posteriormente, se exponen las fichas de resultados por categorías de análisis, producto del levantamiento de información y análisis por medio de diferentes técnicas e instrumentos expuestos anteriormente, de lo cual, se vinculan estos resultados descriptivos, a las bases de los conceptos claves desarrollados en el punto II.c., y que se conectan finalmente, a los objetivos trazados en el presente trabajo investigativo, como a los resultados esperados propuestos, a fin de dilucidar desde una de las varias perspectivas (multidisciplinaria por cierto), las formas de comprensión de la Artesanía como empresa creativa en un contexto de economía creativa y globalización respe-

tando la naturaleza del hacer y ser del sector y la actividad propiamente tal, que guíe el abordaje de sus potencialidades y gestión del valor cultural de esta misma, de lo cual claramente se constituye en una co-responsabilidad entre todos los agentes del sistema societal.

III.a. Caracterización de la actividad local en cuanto a tipo de Artesanía que se desarrolla

Considerando que hoy en día se discute sobre lo que es Artesanía o no, cómo la delimitamos, que oficios incorporamos, su clasificación, etc., todos que finalmente dan cuenta de la necesidad de establecer un ordenamiento que facilite entonces, varios aspectos de la gestión y desarrollo de las políticas públicas.

En este sentido, nos encontramos con las siguientes definiciones:

- El **Arte popular**: "... creaciones formales del espíritu popular. Careciendo de una tradición jerárquica, Chile debe, como ningún otro país, impulsar el puro instinto del trabajador anónimo. El hombre que gastó un esfuerzo ciego en concebir y confeccionar un objeto de uso o de adorno, lo hizo obedeciendo sólo al llamado de su sangre. Al comprenderlo debemos señalar su valor y ponerlo en evidencia, porque ello crea el rasgo particular que nos define como nación." (Lagos, T., 1938).

"Lo típico de cada país de acuerdo con su geografía, su clima y su población racial va desapareciendo cada día por el aumento de la industria y la expansión de las co-

municaciones de todo orden en virtud del progreso de la ciencia, la telescopía la emisión radial, la televisión. Diarios, revistas, y películas, al establecer la unidad de todos los países en el conocimiento inmediato de sus vidas, va disminuyendo la fuerza local de las tradiciones. De ahí surge la cada vez mayor importancia de los objetos tradicionales de todas las partes del mundo. Son curiosidades accesibles como testimonios de viajes, supervivencias de la historia que antes sólo aparecían en los libros clásicos y ahora se encuentran fácilmente en los mercados municipales". (Lagos, T., 1971). "En la era de la tecnología rigurosa que amaga la salud espiritual de la sociedad actual, el arte popular, por su empirismo hereditario, amplía los límites de la vida sensible y es, en todo caso, la mejor reserva de humanidad para nosotros los americanos". (Lagos, T., 1964).

Colombes (1987) indica que lo que distingue al arte popular, es precisamente la adscripción de ese arte a un determinado grupo social, denotando que es una creación que proviene desde "el pueblo"; y que por otra parte, Canclini (1986) lo describe como un producto pre-capitalista que se convierte en una necesidad para el capitalismo industrializado. Indistintamente de estas percepciones, nos encontramos con que el Arte Popular se constituye históricamente como un predominante en la expresión de los pueblos de América Latina, conllevando entonces, tradiciones. En la actualidad, ello desde una economía creativa, se percibe como una potencialidad para la región de América Latina y el Caribe.

- La **Artesanía**: "Fruto de tradiciones transmitidas de maestro a aprendiz, de exploraciones personales y de abnegada dedicación de cultores de diversos oficios nace nuestra artesanía, que rescata, quizá como nin-

guna otra disciplina artística, el patrimonio propio de cada lugar del país. Tiene, a su vez, la valiosa cualidad de ser una de las artes de mayor alcance democrático en la medida en que su valor y vigencia no dependen necesariamente del desarrollo económico de cada nación. Su riqueza emana de cualidades y rasgos propios de las comunidades y de sus artistas [...] símbolo de las tradiciones vernáculas y también de las expresiones contemporáneas. Al igual que la lengua, la artesanía es un símbolo patente de identidad cultural y un valioso instrumento de transmisión de conocimientos en los grupos humanos". "Reconocemos aquí tanto estéticas vinculadas con lo tradicional como nuevas propuestas que incorporan la innovación y la sustentabilidad como un valor agregado a lo netamente utilitario o formal [...] Arte del territorio, de la manualidad, de la tradición y la creación, la artesanía es además un campo vivo para el fortalecimiento de las identidades culturales regionales y también para el desarrollo del turismo cultural." (CNCA, 2016).

"Las artesanías se dividirían en arte popular, producciones individualizadas a través de las que alguien materializaría su deseo de «crear lo bello», centradas siempre en torno a un autor o a lo sumo una familia, y con una venta también personalizada y a pequeña escala" (Marin de Paalen, 1976). En ello, José Alcina Franch (1982) establece una clasificación para identificar los tipos de Artes en las sociedades, y en ello puntualiza en las "artes etnográficas" definiéndolas como aquellas que en su contexto cultural tradicional, se mantiene más o menos actualmente, y esas manifestaciones artísticas citadas, tienen todavía una función dentro de la cultura. A partir de ello, realiza el siguiente desglose:

- “Las **«etno-artesanías»** serían parte de las actividades cotidianas de las comunidades rurales indígenas o mestizas, heredadas a través de generaciones y de profunda raigambre autóctona; su venta, por la que siempre se alcanza una baja retribución económica, se canaliza a través de un mayorista o de algún miembro del taller” (Marín de Paalen, 1976).
- “Las **artesanías semi-industrializadas**, de aparición reciente y de producción netamente urbana, las realizan quienes han aprendido su oficio en escuelas especializadas, se organizan para formar un taller, dependen económicamente de su producción que ejecutan de manera regular y trabajan siguiendo las pautas del mercado [...] Pero estas artesanías semi-industrializadas quedan fuera de consideración en el posterior desarrollo de su obra, junto con los productos elaborados de cara al turismo”. (Marín de Paalen 1976).

Arte indígena, arte popular, arte etnográfico, entre otras tantas denominaciones, pareciera que siempre que son descritas sus definiciones da a entender que estamos hablando de lo mismo: quién lo desarrolla, las características del producto y las formas de distribución o comercialización, pero sus sentidos son los que finalmente hacen denotar sus diferenciaciones; que refiere al propósito por el cual se desarrolla ese producto y no otro; ello es lo que más reflejan las definiciones que los mismos Artesanos y Artesanas establecen en torno a su actividad. Sobre aquello, podemos destacar que es relevante que en la definición de Artesanía se enfatice su proveniencia e historia, es decir, el calificativo de: étnica, contemporánea y tradicional, sobre la base de que la primera alude a las características ancestrales de un oficio, práctica y producto que distingue a una etnia en particular o pue-

blos pre-hispánicos, por ejemplo, la Artesanía Diaguita; seguidamente contemporánea, en tanto involucre innovación y lenguajes artísticos que generen tensión frente a lo academicista, expresando diversidad de mensajes; y por último, lo tradicional que alude a aquellas prácticas y productos que se transfieren de generación en generación, y que en un tiempo anterior se particularizaba a partir de la actividad familiar que se desarrollaba y que en la actualidad, se prolonga la percepción de la crisis de que “no existe herencia familiar que continúe con el oficio tradicional”.

Otro aspecto relevante para distinguir a la Artesanía desde sus características, definiéndolas, además del sentido y/o funcionalidad, son las técnicas, las materialidades y el uso de los lenguajes artísticos para la representación (por ej.: representación de la tierra, el día y la noche, la guerra, la vida, la muerte, entre otros como develar también ciertas costumbre y formas de vida a partir de la representación de acciones simbólicas).

- La **Artesanía contemporánea** o “neoartesanía”, particularmente se define como “la producción de objetos útiles y estéticos desde el marco de los oficios y en cuyos procesos se sincretizan elementos técnicos y formales procedentes de otros contextos socioculturales y otros niveles tecnoeconómicos; culturalmente, tiene una característica de transición hacia la tecnología moderna y/o la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y tiende a destacar la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo”. (Ministerio de Desarrollo Económico de Colombia; oficios artesanales).

Las categorías de Artesanías definidas por UNESCO y

utilizadas desde el CNCA, comprenden las siguientes a partir de la materialidad con la cual se trabaja:



Hay otras categorías determinadas como complementarias y anexas. Dentro de estas últimas, se consideran las arquitecturas tradicionales, juguetes, instrumentos musicales, vestimentas y artesanías de recuperación. Si bien es cierto que la materialidad da cuenta del territorio desde donde se inscribe el quehacer de la Artesanía, son las formas a través de la diversidad de técnicas por las cuales los símbolos emergen en la materialidad y por tanto, da inicio a la construcción de figuras culturales, que son las que caracterizan las expresiones artísticas comunicando lo que una cultura es o ha sido, determinando la estética por la cual se caracteriza tal o cual cultura, y por tanto, cual o tal producto u objeto. Es decir, lo anterior expone nuevas formas de comprender la Artesanía en tanto lo que comunican en relación a un sentido y a través de qué lo comunican para posteriormente gestionar los símbolos que se construyen a partir de los productos, en el entendido de que todo comunica: la textura, el color, la línea, el volumen, etc., por lo cual se considera necesario

retomar la concepción inicial de Artesanía referida a esta como un:

Saber-hacer de un oficio (tradicional o basado en lo tradicional) realizado por procesos manuales que priman, lo que trae como resultante un producto bien hecho, de calidad, con características de piezas únicas o similares entre sí en la producción, que evidencian creatividad en el uso de materiales y/o técnicas, como identidad local para denotar una memoria colectiva territorial que comunica valores simbólicos determinados desde la percepción individual del Artesano o Artesana...

A la cual se añade el componente de que su caracterización va de acuerdo al propósito del producto, más allá de la técnica o materialidad, que puede ser tradicional, no tradicional o basada en lo tradicional; es decir, lo que definiría el tipo de Artesanía, sería de acuerdo al sentido, como: con sentido funcional, que sirva para algo; con sentido decorativo, que contenga un alto lenguaje artístico y plástico; con sentido técnico, que demuestre la prolijidad en manejo de técnicas; y/o el sentido de identitario, que denote la memoria y valores simbólicos particulares; y esto último, es lo importante de potenciar en cuanto a que la toma de conciencia de ello, facilita las formas para la gestión del valor cultural en la producción de la Artesanía, y en la sociedad, provoca el sentido de pertenencia al identificar que las diferencias y las diversidades en hacer Artesanía, nos representa, nos reconocemos allí.

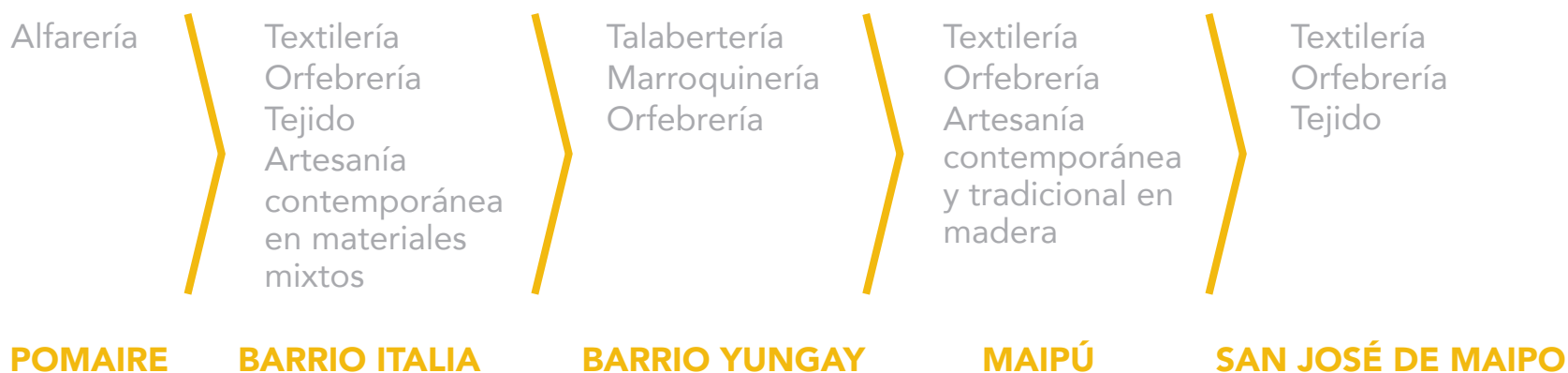
En cada una de las definiciones, se inscribe la creatividad, la capacidad de representación, el manejo del oficio que diferencian huellas (como la mirada propia de quién genera la Artesanía); dicho de otra manera, se exponen las particularidades del Artesano y la Artesana en cuanto a las formas de

percibir su entorno, reinterpretándolas utilizando elementos (símbolos y signos) que nos permitan remitirnos a lo que quieren transmitir y comunicar. De allí la notabilidad en que se retomen las denominaciones de los oficios en cuanto refieren a especializaciones que generan creaciones, logrando mantener procesos no industrializados y no mecánicos. Mayoritariamente en este último punto, es lo que se demuestra como actividad en Artesanía en las localidades de la Región Metropolitana que fueron parte del presente estudio, y que a través de la siguiente figura, se expresa la idea de distribución general respecto a la caracterización de los oficios en Artesanía:

Cabe señalar que la definición sucinta por cada oficio que se señalan en la figura presentada en la parte inferior, comprenden lo siguiente:

- Alfarería: trabajo de tipo relativamente rústico y de manera exclusiva que se desarrolla en barro y una sola cocción para la elaboración de vasijas y figuras. Para la construcción de las piezas, se aplican las técnicas de moldeado, modelado en rollo y torneado. Particularmente, cada figura da cuenta de historia y memoria local, que se desarrolla cada vez menos en la localidad de Pomaire en tanto se ha masificado el desarrollo de objetos decorativos y utilitarios como fuentes, maceteros, vajilla.
- Textilería: entrecruzamientos de hilos que se ordenan en telares, generando tramas y urdiembres, obteniendo

Distribución de oficios predominantes por localidad



Fuente: elaboración propia para el presente proyecto de investigación: "Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".

piezas que aluden al textil, originando productos como frazadas, mantas, ponchos, sedas, entre otros, donde mayoritariamente se aprecia en estas localidades, el trabajo del tejido a telar y el uso de la técnica del fieltrado (húmedo y agujado).

- Orfebrería: elaboración técnico-artística de objetos en que se utilizan metales como oro, cobre, plata, entre otros, como también piedras, demostrando un manejo técnico elevado sobre procesos físico-químicos para la creación de este tipo de objetos. Allí se destacan las técnicas del laminado, soldadura, repujado, martillado, etc., para lograr productos como aros, anillos, collares y figuras tridimensionales,
- Tejido: entrecruzamiento o anudado de hilos o fibras que se realizan con las manos o con la utilización de diferentes tipos de agujas; encontrando en ello técnicas de ganchillo, macramé, palillos, entre otros, en los cuales se trabajan materialidades como lana y crin, que son las más presentes.
- Talabartería: producción de elementos especialmente utilitarios que requieren la aplicación de cueros resistentes sobre los que se pueden hacer algunas decoraciones como parte integral de la estructura estética del objeto. El proceso de elaboración comprende acciones de corte, desbaste, pegada, armada y costura a mano o en máquina. De allí surgen un sinfín de productos
- Marroquinería: Trabajo de corte, costura, doblado y pegado del cuero, mediante el que se elabora una gran diversidad de objetos de la línea de contenedores portátiles, elaborados con una gran preocupación por el acabado y la calidad de los cueros. De allí se perciben objetos como monederos, bolsos, carteras y zapatos.

- Artesanía contemporánea mixta: referida a aquella que utiliza diversidad de materialidades en un mismo producto para denominarla como mixta, precisamente dado a partir de procesos de experimentación e innovación entre formas y materialidades.

Particularmente en la localidad de Maipú, no habiendo registro respecto a su actividad en Artesanía que anteciedera al presente estudio, se desarrolló el año 2016 un proceso para iniciar el trabajo de certificación de artesanos y artesanas de la comuna de Maipú, cuya primera celebración se realizó en el mes de Noviembre de ese año, reconociendo la expresión local que busca su identidad y memoria por la cual dar cuenta de su cultura local. En ese contexto, la exploración en diferentes materiales y técnicas es lo que predomina, apreciándose el fierro, la madera, el vidrio y la textilería, frente a objetos que representan individualidades como historias personales o barriales, la iglesia de Maipú como ícono local, y la exploración en diseños abstractos que permite la materialidad utilizada; a su vez, se destaca la migración de culturales que proviene del sur de Chile, de la Patagonia, Chiloé como de la Provincia de Linares en la Región del Maule, entre los Artesanos y Artesanas que se destacan y cuentan con certificación o sello en Artesanía, apreciando el uso de la técnica tradicional del Crin; cual además, la apreciamos en la localidad de San José de Maipo y en la Comuna de Santiago.



Roberto Munizaga
Maipú



Gilda Aguilera
Maipú



Roberto Munizaga
Maipú



Lorena Orellana
Maipú

Parte III

Resultados del trabajo investigativo

III.b. Los resultados de acuerdo a cada dimensión de análisis y las respectivas categorías

A partir del trabajo descriptivo y exploratorio frente al quehacer de la Artesanía para percibir las complejidades como las potenciales, a partir de ubicarla en un carácter de empresa creativa inscrita en un sistema que inscribe a la economía creativa, se exponen a continuación las fichas gráficas que

dan cuenta de la síntesis de los resultados por cada una de las tres dimensiones: Artesanía, Territorio y Política Pública, y por cada categoría y sub-categoría que se desprenden de dichas dimensiones, y que se mostraron graficadas en el apartado II del presente libro

Ficha gráfica 1

Dimensión Artesanía

IDENTIDAD

Sub-categoría: Sistema local

Se conecta a través de los Municipios, en una dinámica de Barrio-Municipio y AG-Municipio: El vecino es el centro del quehacer y quién genera la identidad local, implicando la construcción de un tejido social que se fortalezca en el tiempo. No existe otro agente que se relacione con Artesanos/as directamente para su desarrollo productivo y creativo, como para relevar identidad local.

El factor de promoción de formas diversas de organización territorial, es latente, y promovida principalmente por los Municipios, fomentando a su vez, la cooperación (economía social).

Comprende la Artesanía como patrimonio, por cuando se desprende de un oficio.

Es la comunidad la que reconoce al Artesano y la Artesanía; de lo cual los Barrios como las AGs, fortalecen esa construcción como un medio para la promoción identitaria local.

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociaciones Gremiales)

Levantamiento de información

IDENTIDAD

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

Sub-categoría: Complejidad

La transferencia de herencia respecto al oficio y técnicas en disciplinas de la Artesanía, cada vez es menor; se opta por una profesión de parte de los hijos/as o hacia ellos, al percibir una realidad incierta y precaria.

Se discrimina entre "artesanía artística" (innova en diseño), "artesanía utilitaria" (funcional), "artesanía tradicional" (preserva), "artesanía urbana" (contemporánea - fusiona y experimenta), y a su vez, entre Artesanía y oficio. Esto genera potenciaciones sectoriales por definición, o anulaciones, e impacta a su vez, en la promoción identitaria (puesta en valor).

El Taller del Artesano/a constituye un valor que paulatinamente el "cliente" está apreciando con mayor frecuencia. Sin embargo, las Escuelas no han introducido la identidad y valor de las diversas disciplinas de la Artesanía y localidades en que se generan, en procesos de enseñanza-aprendizaje.

Se carece de sello identitario en las disciplinas de la Artesanía que se generan en Chile, dificultando la valoración y reconocimiento internacional.

IDENTIDAD

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

Sub-categoría: Creatividad

Falta de valoración de la labor creativa por la sociedad: el trabajo creativo generalmente no lo pagan, no es necesariamente un valor agregado para el consumidor.

Dada a partir de la materialidad y el diseño principalmente (Artesanía urbana). En otros casos, la tradición impera y por tanto, es el retrato del cotidiano y la promoción desde el ámbito educativo (escolar y no formal) donde se genera la creatividad.

Identifica la Artesanía como actividad, producto y patrimonio.

CALIDAD

Sub-categoría: Proceso

El Artesano y la Artesana, conocen muy bien el proceso completo para generar su producto.

Comercializan en ferias artesanales principalmente; poco a través de redes sociales y web, y dependiendo de la clasificación de la forma de Artesanía (tradicional, urbana, etc.), se ubica una tienda y/o taller. Ubican puntos de ventas, pero no se evidencia la introducción de circuitos turísticos u otro método; las ferias son ocasionales en su mayoría.

No se presenta estrategia comunicacional. En escasos casos se presenta una marca que es reforzada por un logo. En la mayoría la marca se diluye por falta de políticas locales de promoción.

La materia prima cada vez escasea más cuando se trata de uso de materiales "naturales", ello hace mutar hacia la Artesanía Contemporánea, ligando hacia el Diseño; o bien, afecta la posibilidad de exportación.

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

CALIDAD

Sub-categoría: Producto

Protección al producto: Presentan desconocimiento del Registro de Propiedad Intelectual, tanto para el proceso como el producto. A su vez, en la definición de un proceso para las diferentes disciplinas de la Artesanía, no cabe el patentamiento.

Promoción y difusión del Producto: Se denota falta de un sello marca "latino" (regional), como también nacional. A su vez, está la necesidad de ubicar la marca y logo individual.

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

La clasificación del producto se presenta sin estándares aún; son éstos definidos arbitrariamente en ocasionales casos. Uno de los casos comprende lo que el CNCA, conjuntamente con el Programa de Artesanía UC, establecen como cuatro criterios para establecer la "excelencia en un producto de Artesanía, cuales son: autenticidad, innovación, respeto al medioambiente y potencial comercializable.

Autenticidad como: Identidad, origen, expresión cultural, aplicación lograda de los valores estéticos y culturales y de técnicas tradicionales de las artesanías en sus disciplinas.

Innovación como: Desarrollo, diseño y producción, en una mezcla eficaz y fructífera de lo tradicional y lo contemporáneo o de la inventiva y el uso creador del material, el diseño y el proceso de producción.

Sustentabilidad como: Respeto del medioambiente en cuanto a la obtención y uso de materias primas, junto con las técnicas, materiales, reciclajes o procesos de producción.

Comerciability como: La posibilidad de ser colocados en el mercado nacional e internacional, en una relación equilibrada entre precio y calidad.

CALIDAD

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

Sub-categoría: Empleabilidad

Mayoritariamente no cuentan con contrato de trabajo ni realización de imposiciones, por tanto no están dentro del sistema laboral.

Se presenta la carencia de sistema de registro respecto a la actividad en Artesanía a nivel local, dificultando la posibilidad de generar un modelo de cadena de valor en el sector, que sea independiente de la manufactura.

Hay capacitaciones que en muchos casos no van de la mano con las necesidades de Artesanos/as, dificultando la asertiva profesionalización.

Al haber una forma de gestión unilaboral mayoritariamente, el número de producción tiene límite, impidiendo la posibilidad de crecimiento.

CALIDAD

Sub-categoría: Género

No se establecen diferencias. Se observa equidad en los roles y desempeños.

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

GESTIÓN

Sub-categoría: Conocimiento práctico

Éste es traspasado de generación en generación, o bien, a través de talleres o pequeñas reuniones de artesanas/os.

Se presentan saberes que no son enseñados en la educación formal respecto a la disciplina en Artesanía que se aborda, sin embargo, aquellos referidos a la gestión denotan ciertas dificultades, que finalmente se traduce en la práctica a que realizan todos los procesos un(a) solo(a) artesano(a), y la definición del precio es en función de criterios de competencia, generalmente vinculada a la manufactura e industrialización.

Algunos Municipios hacen convocatoria para cursos en el ámbito de Emprendimiento, los cuales no siempre son tomados por Artesanos/as, en tanto no contienen mucha significancia y pertinencia para ellos/as.

Gestión y participación activa en diversidad de encuentros, seminarios, etc. para analizar y compartir experiencias y conocimientos.

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

GESTIÓN

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

Sub-categoría: Educación formal

Han accedido a capacitaciones certificadas por Universidad en el caso de Pomaire. En las otras localidades, generalmente denotan no haber seguido capacitación, en tanto el aprendizaje es traspasado por una educación no formal o informal.

Varios artesanos y artesanas, son profesionales que han migrado al trabajo de la Artesanía como una vía de ingreso en situaciones de cesantía.

GESTIÓN

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs
(Asociación Gremiales)

Levantamiento de información

Sub-categoría: Funciones

En escasas ocasiones delegan funciones, más bien el artesano/a está como actor que desarrolla las funciones en todas éstas.

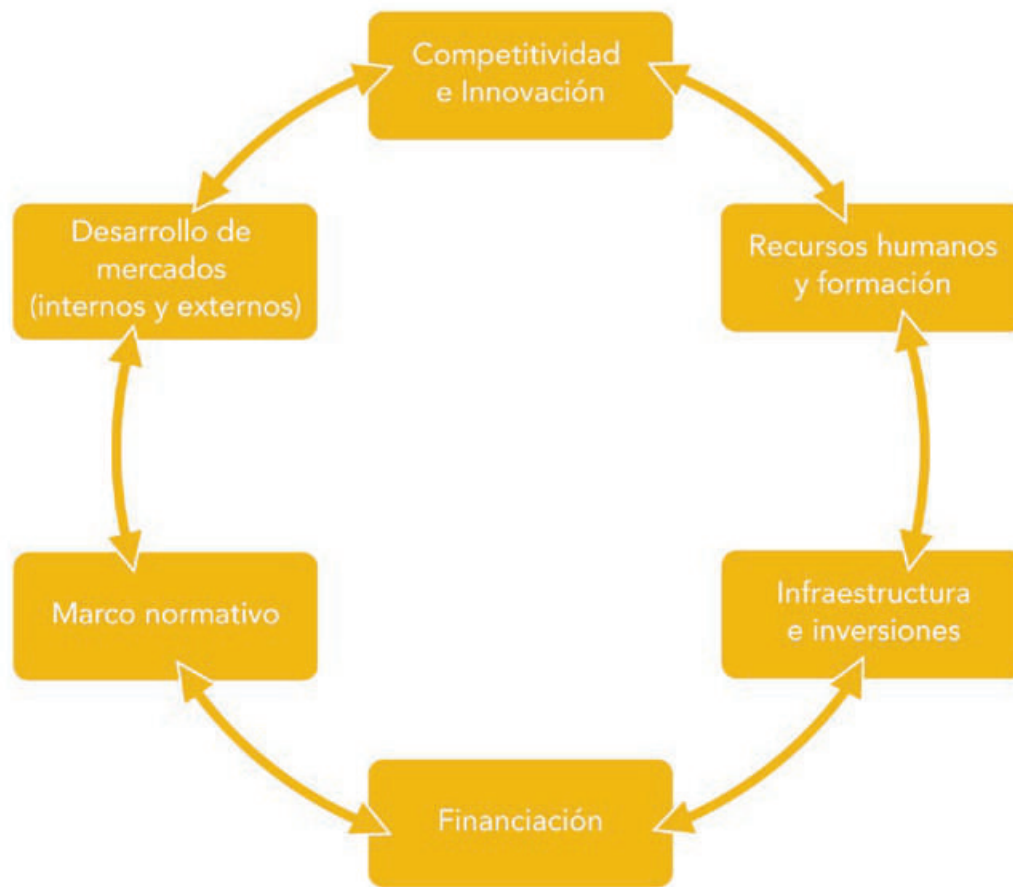
Contextos de la gestión en la Artesanía como empresa creativa.

Para poder comprender el fenómeno de la gestión en Artesanía, se recopiló información para poder cruzar entre aquella que proviene desde un lineamiento de cómo debiese funcionar esa gestión, respecto a qué cosas o aspectos se gestionan, y lo que ocurre en la práctica por parte de la actividad que ejerce el Artesano o Artesana al momento de realizar las actividades para generar su producto y luego comercializar éste. En esta descripción, se perciben las cadenas de comercialización en las cuales en ciertos casos emergen ciertas distorsiones que desfavorecen la producción de la Artesanía,

sobretudo, si se trata de revertir la falta de herencia en los oficios, esa sería entonces, una amenaza si se pretende conducir hacia el desarrollo sostenible del sector.

Desde la "Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas"; Políticas para la creatividad (2010) que publicó UNESCO, da cuenta que las áreas de intervención para que las industrias culturales como las industrias creativas puedan desempeñarse para sí mismas, requieren de la interconexión entre los siguientes elementos:

Identificación de las áreas de intervención en industrias culturales y creativas.



Fuente: UNESCO (2010),
Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.

De allí es que se expresa que: *“sin conocimiento ni estrategias, no hay capacidad para la acción”*, es decir, la gestión a desempeñar debe estar dispuesta en la buena planificación. Es importante a su vez, dar cuenta de la clasificación que UNESCO

hace en torno a las industrias culturales y creativas, y el lugar que ubica para la Artesanía, que es expresado en la siguiente gráfica a partir del documento referido anteriormente:

Dominios culturales y las industrias culturales y creativas



Fuente: UNESCO (2010), Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.

No es menor que sitúa a la Artesanía conjuntamente con las Artes Visuales, en tanto comparten lenguajes visuales comunes como ciertas técnicas. Si consideramos que es necesario respetar la naturaleza de la actividad y producción de la Artesanía al momento de comprenderla como empresa creativa para su desarrollo sostenible, implica que no puede

considerar formas de gestión que signifiquen una producción a partir de la manufactura en tanto entra en procesos de industrialización, y pierde entonces, su carácter de oficio manual casi sin intervención de herramientas, cobrando con más fuerza, el carácter creativo en el producto. Este es otro aspecto relevante a considerar en las formas de gestión.

Modelos de gestión para la empresa creativa.

A continuación, se presentan tres casos de modelos (teórico-prácticos) que derivan de enfoques y racionalidades que se expresan para dar cuentas de formas de gestión de la empresa creativa en general, y el último caso, que refiere a lo recopilado en el presente estudio como las formas que tienen Artesanos y Artesanas de comercializar sus productos.

Caso 1

UNESCO (2010), Políticas para la creatividad

CREACIÓN ► PRODUCCIÓN ► DISTRIBUCIÓN ► COMERCIALIZACIÓN ► CONSUMO

Caso 2

PROYECTO TRAMA (2016), Cooperativas Culturales en el contexto de la economía solidariacreatividad

CREACIÓN ► PRODUCCIÓN ► DISTRIBUCIÓN

Como tal, la propuesta del Proyecto Trama emerge y se desarrolla sobre la base del rechazo al modelo económico sustentado en el capital, es decir, a la racionalidad capitalista, en tanto que promueve más bien una economía social a partir de un modelo productivo centrado en las personas, lo que implica que armoniza los objetivos económicos con los sociales y artísticos, ubicando un entorno laboral en que reconoce el aspecto humano como clave en la creación, pero también en la organización interna que devela un carácter democrático para el desarrollo de la gestión, buscando más bien la **co-creación**.

Caso 3

Tres son las formas de gestión para la comercialización que utilizan Artesanos y Artesanas en los diferentes espacios para ello, ya sea fijos o itinerantes, que fueron identificadas y registradas para el presente estudio.

Realidad en los casos de la RM - Esquema de gestión y producción

1 CREACIÓN ► PRODUCCIÓN ► DISTRIBUCIÓN ► COMERCIALIZACIÓN ► CONSUMO



ARTESANO/A

2 ARTESANO/A ► DISTRIBUIDOR GESTOR ► CONSUMO NACIONAL



3 ARTESANO/A ► DISTRIBUIDOR GESTOR ► EXPORTACIÓN ► CONSUMO



MODELOS DE GESTIÓN

Los gestores de ferias constituyen amenazas en la gestión a nivel local

En el primer esquema, siguiendo la clasificación de procesos de gestión delimitados por UNESCO (2010) para las industrias culturales y creativas, se aprecia que el Artesano/a, desempeña todos los procesos antes del consumo por otra persona; es decir, es el actor que crea el objeto a partir de las mismas materias primas que recolecta o de las cuales se surte, genera una producción que caracteriza su trabajo, para luego ver y gestionar los canales de distribución donde va a comercializar directamente o deja el producto a consecuencia; no se presenta otras personas que realicen funciones de gestión que permita que el Artesano/a se dedique de manera casi exclusiva a la creación, salvo cuando se trata de una actividad familiar de Artesanía en que prevalece el valor y significancia de la herencia y la actividad tradicional, que prácticamente no se realiza por las personas participantes en el presente trabajo, señalando por parte de los entrevistados, que ello es precisamente lo que está generando una crisis de oficios en la sociedad.

En el segundo esquema, se denota que la gestión es sólo en el ámbito de la actividad del Artesano/a, es decir, la creación del objeto a partir de la adquisición por diferentes vías de materia prima (natural, procesada de primera mano, o material que se recicla), y la generación de una producción con variedad de productos, cuales son adquiridos a un costo bajo por parte de un distribuidor, que luego ubica en ciertos puntos o espacios de venta que generalmente son de carácter turístico, por lo cual su precio puede triplicar o más, el costo inicial, con una finalidad de consumo nacional como también internacional, reflejado en el tercer esquema. Cabe señalar que en el proceso de distribución, hay otra modalidad que se presenta al momento de ubicar la itinerancia por medio de ferias, en que la organización es administrada por un tercero que no es Artesano/a o funcionario Municipal,

más bien es una persona que actúa como gestor de la feria, percibiendo una rentabilidad de a lo menos de un 200% respecto de la relación costos y precio fijado por arriendo de espacio de stand a Artesanos/as.

Respecto a lo señalado anteriormente, y particularmente alrededor del último caso explicado, se devela que *"... el proceso de comercialización es una de las dificultades más relevantes para este sector y la comunidad que lo rodea"* (UNESCO, 1997; 2001; 2011; CEPAL, 2007), ya que *"... la venta de artesanía se inserta en un circuito comercial mayor vinculado a una industria cultural"* (Piedras 2004; Guerrero, 2005; Canclini, 2007; Yúdice, 2002) que establece posiciones diferenciadas y desiguales a partir de las cuales el(la) artesano(a) intenta establecer el valor de su mercancía desde una posición vulnerable o poco ventajosa frente a actores con mayores niveles de productividad o mejores condiciones para la innovación y distribución, como es el caso de la incipiente manufactura industrial de artículos "típicos". (CNCA, Caracterización de los canales de comercialización de la artesanía e identificación de buenas prácticas Reporte estadístico n°25). Sin embargo, lo señalado por Artesanos y Artesanas, va en directa incidencia respecto al precio final que asignan al producto al momento de participar en ferias administradas por la figura de gestores, aumentando el precio del producto, impactando en la desmotivación del consumidor por adquirir el producto, se torna entonces, un producto de mayor dificultad de adquisición, considerando además, la percepción social respecto a que la significación de los productos de Artesanía son accesibles adquisitivamente por ser rústicos o manuales.

Formas de comercialización.

A partir del mismo informe de "Caracterización de los canales de comercialización de la artesanía" publicado por el CNCA, indica que "Según la literatura especializada, la feria y la tienda son los espacios de comercialización que tienen mayor relevancia, ya que permiten ampliar la distribución del producto artesanal. De acuerdo a la investigación empírica (Unesco, 1997; 2001), tanto la tienda como la feria resultan cruciales en este proceso, puesto que tienen un impacto evidente en el ingreso de los(as) artesanos(as) y es posible constatar que a medida que aumenta inserción de los(as) productores(as) en estos espacios, aumentan también sus ingresos"; en este sentido, se aprecia también la necesidad de algunos Artesanos y Artesanas, de retomar los espacios de "Taller" del Artesano o la Artesana como espacios de desarrollo de la producción como la comercialización, bajo un sentido de retomar los relatos que envuelven la producción de las artesanías (historías, procesos, etc.), en tanto presentan la convicción de que ello colabora significativamente a traspasar el valor cultural y artístico del objeto creado. En este último punto, se levantaron algunas experiencias de formas de comercialización que están apuntando a ubicar espacios físicos estables, emplazados en sectores de alto acceso económico, para situar la vitrina de los productos de artesanía, funcionando como espacio de muestra, cuyos interesados en adquirir el producto, entonces son derivados al "Taller del Artesano" para recorrer la producción y sentido de cada uno de los objetos creados; ello busca en definitiva: **generar la experiencia de adquirir un producto de Artesanía**, cual se constituye en una estrategia de gestión de tipo comunicacional. Dicho documento de la caracterización de los canales de comercialización de la Artesanía, agrega que "Existen otros espacios de comercialización que aún se encuentran

en desarrollo, tales como la venta por correspondencia, por catálogo y la venta por Internet"; de lo cual, esa modalidad entra en las formas y medios de promoción y difusión de la comercialización según las experiencias levantadas, que apoyan una gestión comunicacional para propiciar la venta, cuyos ingresos son marginales por esa vía, en tanto reconocen que la mayor fuente de ingreso son las ferias, por lo cual, estos medios vienen a ser un apoyo a la comercialización pero no son en sí misma la única vía o la vía efectiva de una exitosa distribución y comercialización.

Comercio justo.

Respecto a los datos presentados en relación a la actividad comercial de la Artesanía desde el Informe del CNCA sobre la caracterización de los canales de comercialización del sector Artesanía, surge la relevancia de aludir a la concepción y práctica del **Comercio Justo**, que internacionalmente se ha consensuado comprenderlos como:

"El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur". (Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO).

Como sistema, se ubican a **los productores** (grupos de campesinos, artesanos, etc.), que provienen de zonas desfavorecidas de Asia, América Latina o África, quienes **se organizan a través de cooperativas, asociaciones o empresas de ca-**

rácter social con el propósito de elaborar productos como medio para vivir dignamente. Se reconocen **procesos de producción** al elaborar estos **productos que cumplen con criterios de comercio justo** (garantizados por organismos internacionales) que refieren a:

- La creación de oportunidades para productores con desventajas económicas; dirigido a pequeños productores marginados, favoreciendo la autosuficiencia económica.
- Transparencia y responsabilidad; tanto en la gestión como en sus relaciones comerciales.
- Prácticas comerciales justas; que denotan preocupación por el bienestar social, económico y ambiental (sostenibilidad) de los pequeños productores marginados, evitando maximizar sus ganancias a expensas de ellos mismos. La responsabilidad frente a la gestión de calidad es fundamental para no afectar financieramente a productos y proveedores desde los compradores de comercio justo, por lo cual se hace uso de un prepagado de 50% como una buena práctica.
- Pago de un precio justo; comprendido como aquel que ha sido acordado mutuamente entre las partes que permita ser sostenido por el mercado entregando un pago justo a los productores, aceptándose socialmente bajo un principio de igualdad del trabajo realizado por hombres como por mujeres.
- Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso.
- Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación (sindical).
- Asegurar buenas condiciones de trabajo; desde la perspectiva de proporcionar un entorno de trabajo seguro y saludable, aún cuando el trabajo se desarrolla en un

espacio domiciliario.

- Facilitar el desarrollo de capacidades; en que se refleje un aumento de los efectos positivos para los pequeños productores, apuntando a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y acceso a los mercados locales, regionales o internacionales.
- Promoción del comercio justo; de parte de todos los actores involucrados en el sistema referido.
- Respeto por el medio ambiente; en relación al uso de las materias primas gestionadas sosteniblemente, favoreciendo el uso de energías renovables, valoración por materiales reciclados o de fácil biodegradación en el uso de embalajes.

“El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los pequeños productores como lo reflejan en sus diseños artesanales...” (WFTO).

Construir y mantener una comunicación efectiva con los socios comerciales en el comercio justo, es fundamental para fortalecer su propio sistema. De igual manera, la participación de organizaciones que avalan, certificando, que se ejerza el Comercio Justo bajo los criterios mencionados anteriormente. En la Región Metropolitana COMPARTE es la entidad que funciona como productores del comercio justo a nivel nacional, y que además han introducido la innovación social desde su práctica de intermediación entre los talleres de artesanos/as y los mercados internacionales, facilitando la comercialización y exportación, en lo cual son los/as artesanos/as quienes fijan el precio de sus productos. IDEAS es una cooperativa de interés social, dedicada al Comercio Justo, la Economía Solidaria y el Consumo Sostenible.

El producto a certificar, debe demostrar:

Elaboración con materias primas ecológicas



Elaboración Artesanal



Procesos de producción dañinos
para el medio ambiente



Diseños exclusivos



Basados en el respeto a la identidad cultural
de los pueblos que los producen



Fabricación a través de técnicas
tradicionales autóctonas

Las entidades certificadoras que se registran a partir de la Organización Mundial del Comercio Justo, son:

- Fairtrade Internacional
- ECOCERT Comercio Justo
- FUNDEPPO (Fundación de Pequeños Productores Organizados)
- IMO-Fair for Life
- Naturland

Respecto a la **distribución de los productos**, las importadoras cumplen la función de comprar los artículos a productores/as y los ubican en tiendas (on-line o físicas), centrándose en el **acuerdo mutuo del precio**, considerando cubrir: materias primas, salario por mano de obra y buenas condiciones de trabajo, y a su vez, obtener un margen para inversión con sentido de desarrollo social. El **pre-financiamiento** de las importadoras favorece el desarrollo de productos, así como también, el **asesoramiento** que ofrecen, y las formas de **transporte y envasado** con los cuales trabajan estas importadoras, constituyen acciones relevantes para movilizar la producción artesanal en el marco de criterios de Comercio Justo. Viene a ser la figura del "distribuidor" en el diagrama del caso 3 presentado anteriormente, sin embargo, la función y sentido desde el enfoque del comercio justo, claramente es diferente.

Educación formal en relación al sector Artesanía.

En relación a este ámbito, se aprecia además de las capacitaciones y talleres, la formación profesional, que lleva cierta tradición respecto a la enseñanza de oficios tradicionales desde el manejo de materialidades de la plástica, y el lengua-

je visual desde disciplinas como el diseño. Es por ello que de alguna manera se explica que a lo menos 2 Universidades emplazadas en la Región Metropolitana, abordan menciones y Programas de Artesanía (P. Universidad Católica de Chile, que depende de la Facultad de Diseño) y de Arte Popular (Universidad de Chile, dependiente de la Facultad de Arte) que estudian, forman, y transmiten identidades a través de cierto tipo de técnicas que producen objetos vinculados a la Artesanía; pero además, considerando instituciones de educación superior fuera de la Región Metropolitana, no superan las 5 Universidades a nivel Nacional que abordan desde diferentes perspectiva la Artesanía: ya sea como producto y como comunicación plástico-cultural, a decir en relación a esto, que se encuentra en la Región de Valparaíso la Universidad de Valparaíso con el Centro de estudios de Artesanía y Diseño que dependde de la Escuela de Diseño; en la Región de la Araucanía, se encuentra la Universidad Católica de Temuco que cuenta con un Programa de Artesanía en el contexto de la Extensión y Vínculo de la Universidad, y que a su vez está ligada al Departamento de la Carrera de Diseño.

Hay dos aspectos que llaman la atención primeramente, una que es la relación directa y recurrente de la Artesanía con el Diseño, en lo cual los lenguajes y técnicas también provienen en gran medida desde las Artes Visuales, lo que hace inferir que hay una necesidad de exploración respecto a comprender la Artesanía desde una multidisciplinareidad; el otro aspecto es relacionado a que el tipo de educación formal en cualquiera de sus niveles de educación superior, no se aprecia la relación de la Artesanía con la gestión (en un concepto amplio y no sólo limitado a lo táctico u operativo), incorporando y contextualizando hacia esa producción en particular que es demostrado que no se ejecuta a escala masiva. Tampoco se apreció en las entrevistas aplicadas que

estuviese conectada la formación formal entre Instituciones de Educación Superior, Instituciones del Estado y Municipios para apuntar a la necesidad contextual de capacitación en el Artesano o la Artesana.

Por otra parte, también se devela que existen algunas experiencias aisladas que establecimientos educacionales escolares han incorporado en sus currículum escolares un espacio para transmitir técnicas tradicionales de Artesanía, como por ejemplo, el caso de la Escuela de Pomaire. Este ámbito se considera particularmente fundamental en tanto es un espacio de promoción y valoración social hacia la actividad y producto de Artesanía que puede aportar significativamente a la permanencia de tradiciones que generan identidades locales, y por tanto, identidad territorial, conjugándose entonces, desde el ámbito de la educación como factor incidente de movilización y gestión del valor cultural, la preservación de oficios tradicionales que Artesanos y Artesanas aprecian como amenazados en desaparecer, y por otra parte, la apreciación del objeto de Artesanía desde el conocimiento de su proceso de elaboración y producción.

DISTRIBUCIÓN CULTURAL

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs

Levantamiento de información

Sub-categoría: Convivencias

Se evidencia carencia de protección al Artesano/a, cual impacta en la falta de protección al "conocimiento artesano en las diferentes disciplinas y oficios".

La autogestión para ubicar puntos de venta que contribuyan a la distribución cultural, no siempre son co-coordinados entre los diferentes agentes que están involucrados en la cadena de distribución (Por ej.: Municipio – SII – Artesano/a).

Accesos y señaléticas locales en su mayoría son deficientes. No se evidencian estrategias comunicacionales en ninguna de la localidades del estudio.

La protección de Barrios es incidente en la protección patrimonial como en la distribución cultural que se vincula estrechamente con el Turismo Cultural, sin embargo, esa protección es escasa o bien no está articulada con otras política locales.

DISTRIBUCIÓN CULTURAL

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs

Levantamiento de información

Sub-categoría: Memorias

Se da fundamentalmente por disciplina en las comunas de Santiago (Maipú, Santiago Centro, Providencia, San José de Maipo), transmitida oralmente, cuando se interactúa con el Artesano/a

Excepcionalmente, en la localidad de Pomaire, la memoria genera iden-

DISTRIBUCIÓN CULTURAL

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs

Levantamiento de información

Ficha gráfica 3
Dimensión Política Pública

DESARROLLO TERRITORIAL

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs

Levantamiento de información

tividad local y es la que se difunde de manera dispersa, por iniciativa de algunas organizaciones lugareñas que han ido implementando planes tipo campaña comunicacional.

Providencia ha generado anualmente Libros de Memoria de Barrio y Patrimonio (2).

Sub-categoría: Sub-sistemas locales

No se evidencian registros de oficios y artesanos por comuna y localidad, dificultando una distribución cultural focalizada (sin estrategia comunicacional municipal y/o sectorial).

No se evidencia una directa relación entre las políticas públicas en Artesanía, y los PLADECOS. Estos ubican ámbitos globales a través de Dirección de Barrios, Patrimonio y Turismo (Providencia), o Departamentos de Cultura, o de Desarrollo Local, que a su vez no dialogan entre sí, aunque tienen buenas experiencias e iniciativas en algunos casos.

No se evidencian estrategias comunicacionales para la promoción en la distribución cultural desde la Artesanía, por parte de agentes públicos, privados como gremiales.

Sub-categoría: Fomento empresa creativa en Artesanía

Ley 17.064 (Enero 1969): Exime de impuestos a los Artesanos de la localidad de Pomaire. Esto trae como dificultad, estar hoy en día fuera del sistema de apoyo al emprendimiento y a las Pymes (SERCOTEC).

DESARROLLO TERRITORIAL

Entrevistas a Artesanos y Artesanas / Responsables áreas municipios / AGs

Levantamiento de información

Se establece una Política Pública sectorial 2010-2015 que delimita las siguientes dimensiones: Creación – Promoción y comercialización – Participación, acceso y formación de audiencia – Patrimonio Cultural – Institucionalidad.

Se evidencia iniciativa local en la Comuna de Providencia para impulsar la Empresa Creativa, con poco más de un año de funcionamiento, denominado "Centro de Creación Infante 1415". Es la única iniciativa pública que se registra en las 5 comunas en estudio.

Sub-categoría: Educación Superior y capacitación

Las IES tiene una relación lejana frente a los desafíos del desarrollo territorial local en el ámbito de la Artesanía, sus focos son ámbitos globales como medioambiente y desarrollo de innovación tecnológica, por tanto, las capacitaciones y proyectos van en esas líneas, priorizándolas.

Las capacitaciones formales que imparten Universidades a través de SERCOTEC, son en ámbitos de emprendimiento en general (desarrollo tecnológico).

En la mayoría de los casos, los/as Artesanos/as perciben que las capacitaciones no están exactamente en aquello que ellos/as necesitan.

Hay pocos programas con los que cuentan las Universidades para atender la Artesanía, así como pocas Universidades que la han incorporado en su quehacer; en ello dos vertientes de cómo abordarla se han identificado fuertemente: en tanto producto creativo vinculado al lenguaje del diseño, y en otros casos, en cuanto a la distribución cultural a partir de la manifestación creativa de artesanos étnicos y tradicionales en el sur de Chile.

DESARROLLO TERRITORIAL

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs

Levantamiento de información

Sub-categoría: Mecanismos de asociatividad y redes

Los Municipios promueven las conformaciones de AG, aumentando el número de conformaciones por comuna en estudio. (Ley 20.500, Feb. 2011).

Hay amenazas en el mercado (gestores) que, al generar un foco sólo en el lucro individual, cobran cifras muy altas para la participación en Ferias y no generan un estándar de Feria de Artesanía; algunos Municipios se han involucrado en contrarrestar esto, ubicando otros espacios con un "cobro justo" (concepto de Comercio Justo).

Asociación es diferentes de cooperación: esta distinción genera la identificación de que mayoritariamente los/as Artesanas practiquen la cooperativa, pero no funcionan en una asociación que conlleva ser parte de una cadena productiva.

DESARROLLO TERRITORIAL

Entrevistas a Artesanos y Artesanas /
Responsables áreas municipios / AGs

Levantamiento de información

Sub-categoría: Turismo Cultural

Las ferias artesanales son un espacio frecuente de actividad comercial, pero usualmente no permite el desarrollo, la economía familiar y promoción identitaria (sello). No se perciben inscritos en un circuito turístico los/as Artesanos/as ni la organización de una feria al momento de celebrarse ésta, que la mayoría de las veces son ocasionales.

Se evidencia la realización de rutas patrimoniales en el marco del Turismo Cultural entre otras actividades, en la Comuna de Providencia, Barrio Santa Isabel, y en Santiago, Barrio Yungay, pero no específicamente en una estrategia de promoción hacia el sector Artesanía (Cultural, Comercial u otro).

Parte III

Resultados del trabajo investigativo

III.c. Principales actividades en las que se participó

Como todo trabajo investigativo cualitativo, más aún de tipo etnográfico y heurístico como se ha planteado abordar los objetivos de la presente investigación en el sector Artesanía desde una óptica de economía creativa, respetando la naturaleza de dicho sector, se presenta en la realización del trabajo de campo una serie de actividades que son tipo emergente y que se consideró relevante para el desarrollo como para los resultados del presente trabajo; actividades que permitieron precisar y generalizar información, como otras actividades que fueron claves para validar la información recogida y analizada; y que precisamente el introducirse en la realidad del Artesano y la Artesana, así como en los momentos de entrevistas a diferentes actores, surgieron la posibilidad de participación de actividades que se detallan a continuación con su respectiva descripción, otorgándole mayor valor a los resultados de la presente investigación:

ENCUENTRO DE PRODUCTORES Y CREATIVOS LOCALES 2016

Actividad desarrollada en el Centro de Creación Infante 1415 (Providencia), que busca develar prácticas y reflexiones en torno a la nueva manufactura como industria creativa.

Se realiza en el contexto del mes del diseño y la certificación de SaberHacer como uno de los centros de emprendimiento e innovación del Área de Diseño del Consejo de la Cultura y las Artes.

Se realizaron talleres de oficios durante dos días, con acento en el reciclaje. Se plantea un modelo de gestión de co-creación, el uso de tecnologías y una mirada medio ambiental, ligando directamente con la definición de empresa creativa, pero aunque relevan los oficios en un contexto de manufactura, la técnica juega un papel mecánico e industrializado, alejándose de las concepciones de Artesanía y la transmisión de identidades culturales que conlleva.



SEMINARIO DE ARTESANÍA: "REFLEXIONANDO SOBRE NUESTRA IDENTIDAD COMO ARTESANOS Y CÓMO SACARLE PARTIDO"

Actividad desarrollada en dos días, en el Centro Cultural de la I. Municipalidad de Lo Prado, organizado por el Programa Artesanía UC y el Área de Artesanía del CNCA.

Participan Artesanos y Artesanas de diferentes localidades de la RM, y AGs. Se plantea el abordaje de cómo se construye la identidad en un objeto de Artesanía, y otros factores de información que contienen: contexto territorial y cultural, a fin de diferenciarlo de un objeto "souvenir". El valor artístico de la pieza artesanal se da entonces en la interpretación de esa identidad en dicho objeto.

A través de los diferentes momentos y talleres que fueron parte del Seminario, surgen tres puntos claves de mejoramiento para el sector Artesanía: Constituir una Red de comercialización desde alianzas entre Estado-Universidades; Protección a la creación chilena para evitar la competencia y comparación con el comercio chino; y Políticas de educación para la promoción de identidades artesanales y de oficios.

CEREMONIA DE ENTREGA DE CERTIFICACIÓN: "ACREDITACIÓN DE ARTESANOS" DE LA COMUNA DE MAIPÚ



La I. Municipalidad de Maipú, frente a la necesidad de relevar los oficios y productos de Artesanía, constituye a partir del 2016, la acreditación de los Artesanos y Artesanas de la Comuna de Maipú, trabajando conjuntamente con AGs, generando un proceso de acreditación a nivel local en que participó también el concejo comunal y la conformación de una mesa de trabajo, han podido lograr la primera Ceremonia al finalizar el proceso de acreditación, facilitando la gestión conjunta entre Municipio y AGs de Artesanía y Artesanos/as.

Esta acción de acreditación local, busca incentivar la inscripción de Artesanos/as a nivel comunal, y por tanto, facilitar el seguimiento y catastro de la producción; aunque en esta localidad no está definida o tan clara la definición de identidad y patrimonio que la caracterice.

MESA DE TRABAJO DE ARTESANÍA DE LA REGIÓN METROPOLITANA



Comprende una instancia formal de reunión de Artesanos y Artesanas a nivel de Región Metropolitana, que representan a más de 30 agrupaciones de la Región, en que sistemáticamente la celebración de estas reuniones son una vez al mes, el primer Miércoles de cada mes.

La agenda de trabajo se conjuga con aquella que propone el Programa de Artesanía del CNCA de la RM, quien impulsó esta iniciativa de organización. Los temas principales a tratar se focalizan en la forma de difusión y comercialización en una lógica de co-gestión en miras del bien común para todos.

En la sesión en la cual se participó en el mes de Noviembre 2016, realizada en dependencias de CONUPIA, se comentó respecto a la presente investigación y primeros hallazgos; surgen además, elementos que son una constante en las diferentes entrevistas realizadas, como: Gestión de Ferias, necesidad de un espacio permanente de comercialización y vitrina, formas de constitución de AG buscando la mayor representatividad en cada organización, pago de impuestos, formas para la re-valorización del trabajo artesanal, necesidad de regularización del mercado nacional para proteger el mercado de la Artesanía, introducción a la tecnología, la necesidad de levantar un catastro de los Artesanos y Artesanas del país como sus oficios artesanales en práctica, y la necesidad de contar con espacio públicos a modo de "puntos cultura" que sean administrados por los mismos artesanos. CONUPIA se involucra apoyando el catastro de Artesanos/as y propone la constitución de un Departamento de Artesanía al interior de la organización.

ARTESANÍA: JORNADAS PARTICIPATIVAS DE RENOVACIÓN DE POLÍTICA SECTORIAL RM



Se desarrolla en dependencias del Centro de Extensión de la P. Universidad Católica de Chile, y fue organizado por el CNCA de la Región Metropolitana, Área de Artesanía.

En el contexto del ejercicio de la participación en la renovación de las políticas públicas sectoriales, concurrieron a la actividad Artesanos y Artesanas de diferentes localidades de la RM, principalmente dirigentes de AGs.

Desde dinámicas mediadas por el equipo del CNCA, los/las participantes definieron que es ser Artesano/a y una cartografía de oficios; a su vez, desarrollaron mesas de trabajo en 4 ámbitos claves: Creación Artística; Promoción y Comercialización; Marco Institucional; y Transmisión, Formación y puesta en valor de la Artesanía. Estos ámbitos se abordaron desde los participantes a partir de los insumos entregados en relación a algunos elementos propuestos para la política pública sectorial, y por otra parte, las "ideas matrices" para una Ley de Fomento y Desarrollo de la Artesanía.

ENCUENTRO CHILE TERRITORIO CREATIVO

La actividad fue desarrollada en una jornada en el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), y organizada por CREATE (Programa del Instituto Profesional ARCOS).



Uno de los ejes tratados giró en torno a la innovación como factor de la economía creativa, en que uno de los paneles abordó precisamente el fomento de la economía creativa. El abordaje es desde una mirada amplia y global, en que hace ver en algún momento que la Artesanía en particular, es asociada a INDAP, vinculada a Agricultura, ¿por qué?; que de acuerdo a las experiencias y reflexiones expuestas, se concluye que la mirada hacia esta actividad como otras, debe ser multinministerial y multidisciplinaria; en que la práctica de esta última mirada, son parte de los requerimientos de la economía creativa; se ejemplifica esto al aludir al caso de las mujeres tejedoras del altiplano que construyeron piezas exclusivas para el uso en operaciones al corazón con alta efectividad.

Desde las diferentes experiencias, se señala la experiencia de creación de cooperativas creativas aludiendo a la economía social que es liderado por TRAMA, en tanto las soluciones innovadoras deben responder a las soluciones reales. Con ello, se propone un cambio de paradigma: de la competitividad a la asociación y cooperación. A su vez, la formación de audiencia se identifica como clave, estableciendo que educación y proyecto de empresa creativa es fundamental para lograr la sostenibilidad de los sectores vinculados a esta clasificación, por tanto, la interinstitucionalidad que evidencia la conexión entre los diferentes ministerios, se torna fundamental.

SEMINARIO INTERNACIONAL: "EXPERIENCIAS COMPARADAS EN ACCIÓN PÚBLICA"

La actividad se desarrolló en la Biblioteca Nacional de Santiago, y fue organizada por el CNCA. Contó con varios momentos de análisis, en lo que expuesto en este apartado, sólo se focaliza en el análisis del modelo cultural francés y alemán.

Ambos modelos son diferentes entre sí, siendo más cercano al caso chileno, el modelo francés. En este, se da cuenta de un principio de subsidiariedad que está en un marco de cooperación para el desarrollo de la cultura y las artes, en tanto se comprende la cultura como comunitaria. Estos dos conceptos basan el enfoque con el cual se renuevan y desarrollan las políticas públicas, en que elementos como el comercio libre, la capacitación de los actores culturales, entre otros, obtienen una relevancia al denotar empíricamente la importancia del impacto económico de las empresas creativas.

La descentralización de la política central, aporta a contextualizar ésta a las diversidades locales o diferencias territoriales, que a su vez, genera la noción de una cultura global (que es lo que se quiere) que dé cuenta de la inclusión y democratización cultural. En el caso de Alemania, da cuenta que el primer factor de éxito es que el fomento de la cultura se da desde los mismos artistas y gestores culturales, y por tanto, la política viene a ayudar lo que ellos hacen. El segundo factor de éxito es la participación de la sociedad civil buscando la implicancia en una co-ejecución en cada una de las acciones que significa la concreción de la política pública, en que el Estado debe ser impulsador de la política cultural.

SEMINARIO “ARTESANÍA COMO EMPRESA CREATIVA: PROYECCIONES Y DESAFÍOS EN EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO TERRITORIAL”

Actividad desarrollada en la Universidad Central de Chile, con el patrocinio de la Facultad de Ciencias de la Educación, y organizada en el contexto de las actividades del presente proyecto de investigación, y que buscó analizar diversas perspectivas referentes a la Artesanía en la Región Metropolitana, como ámbito de desarrollo territorial e identitario local, desde la multisectorialidad, a partir de los resultados de la investigación del Proyecto financiado por FONDART, Convocatoria 2016, N° 212568: “Artesanía, territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas”.



Se presentaron los resultados de la investigación del presente proyecto y principales conclusiones a fin de otorgar los insumos para el desarrollo del panel multisectorial que abordó la temática del Seminario. A su vez, los resultados fueron discutidos y validados por los participantes que provenían principalmente del sector Artesanía.





El panel fue integrado por la Artesana en Crin (Maipú), Sra. Hilda Díaz Salas, quién obtuvo el Sello Excelencia 2012 entregado por UNESCO y Sello Artesanía 2016; la Orfebre y Diseñadora Industrial (Maipú), Srta. Javiera Paz Carrillos, quién obtuvo el Sello Artesanía 2016; y el Académico y Director del Programa de Magíster de Arte y Educación de la Universidad Central de Chile, Dr. Juan Alegría Licuime.

La síntesis de lo expuesto en el Seminario referente a los resultados de investigación, es parte integrante del presente libro, así como también las conclusiones validadas. El análisis realizado por los integrantes del panel, apuntaron fundamentalmente a la circulación del valor simbólico de los objetos de artesanía, considerando que el vínculo con la educación es fundamental para ello, así como otras formas; fue así el caso de Hilda quién ha hecho la puesta en marcha de la migración identitaria local al desarrollar la técnica del Crin en la RM, aprendida por herencia familiar (educación informal) y que es originaria de Rari, Comuna de Colbún, Linares, VII Región del Maule (Sur de Chile); por otra parte, Javiera, con un título profesional universitario, optó por desarrollar el oficio de Orfebre integrando saberes múltiples, relevando en ambos casos, los procesos creativos y desafíos en cada momento que ha significado la obtención del reconocimiento público y nacional al trabajo de calidad en piezas de artesanía, por medio del Sello Artesanía y Excelencia.

Parte IV

Principales conclusiones

El presente apartado expone dos perspectivas para plantear las conclusiones de la presente investigación, en que ubica como objeto de estudio la diversidad de formas de gestión en el sector Artesanía que inciden en la movilización de las identidades territoriales y locales, como en la valoración social de la producción y empleo de calidad en este sector. Una de las perspectivas se presenta desde la dinámica del cumplimiento de los objetivos específicos a través de resultados esperados por cada uno de ellos; y la segunda perspectiva, que se considera más relevante, responde a la exposición de las conclusiones de los resultados obtenidos de acuerdo a la aplicación del método de triangulación para el análisis, entregando una visión más integrada en relación a la búsqueda de posibles respuestas a la pregunta de investigación planteada al comienzo del presente trabajo. Ello entonces, permite percibir el nivel de logro de acuerdo a la ejecución del proyecto de investigación en primera instancia, y seguidamente, responder a los aspectos concluyentes desde la información levantada y analizada por medio de diferentes técnicas cualitativas, de las cuales se desprenden y dan pie al siguiente apartado, de expresar las propuestas de mejoramiento que, en una continuidad del presente proyecto, en tanto abre más posibilidades de ámbitos de exploración en los campos de la Artesanía como en otros territorios o localidades, permiten basar los focos en que el mismo sector de Artesanía requiere de ser potencializado desde su naturaleza de creación.

Conclusiones a partir de los objetivos trazados y resultados esperados asociados.

De acuerdo al diagnóstico inicial planteado, se definió el objetivo general de: Analizar la gestión en Artesanía en relación a las identidades territoriales locales y su vínculo con el Turismo Cultural local en cinco comunas de la Región Metropolitana, desprendiéndose tres objetivos específicos (OE) y resultados esperados (RE) vinculados a estos que guiaron el trabajo investigativo en los 11 meses de ejecución, exponiéndose a continuación, las siguientes conclusiones por cada uno:

(OE N°1)

Analizar los ámbitos propios de la gestión en Artesanía, así como el tipo de formación (disciplinar y/o empresarial) que han tenido las personas que trabajan en el sector y su comportamiento en los productos generados que develen las identidades territoriales locales.

(RE N°1)

Caracterización de la gestión en el sector Artesanía por muestra comunal, de acuerdo a las categorías de análisis construidas desde el diseño metodológico.

CONCLUSIONES

Se levantaron y expusieron varios modelos de gestión empíricos en torno al sector Artesanía, a su vez se contrapusieron con aquellos que derivan de dos paradigmas: economía creativa y gestión cooperativa. La gestión empírica se describe a partir de los patrones más recurrentes en cada localidad comunal en estudio, y se analizan desde enfoques multidisciplinarios y tácticos a nivel internacional de modo de comprender estos modelos de gestión, ubicando el de mayor pertinencia a las formas que requiere la Artesanía por su naturaleza de hacer y el sentido de comunicar en el contexto de una economía creativa. La educación juega un rol fundamental en varias directrices que aún no se conjugan armónicamente con factores de gestión, promoción y empleo de calidad.

(OE N°1)

Analizar los ámbitos propios de la gestión en Artesanía, así como el tipo de formación (disciplinar y/o empresarial) que han tenido las personas que trabajan en el sector y su comportamiento en los productos generados que develen las identidades territoriales locales.

(RE N°2)

Caracterización de la identidad local asociada al tipo de producción en Artesanía, por muestra comunal.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la práctica de la Artesanía por tipo de producción: Tradicional, Contemporánea, Urbana u otra, se realiza una caracterización en que ocurren dos fenómenos, por una parte la prevalencia de la Artesanía Urbana, en tanto es autodidáctica y en función de explorar la materialidad desde el encuentro de la materia prima en el espacio urbano, mucho de ello puede ser denominado como "reciclar"; y por otra parte, se devela la práctica de Artesanías Tradicionales que no son de la Región, son migraciones culturales a través de la Artesanía. Esto puede ser explicado en tanto la RM acoge a la capital de Chile, en tanto en Pomaire, correspondiendo a la Comuna de Melipilla, se trabaja en mantener, fortalecer y potenciar la actividad Alfarera; las otras comunas en estudio, está en el interior del límite capitalino, y presentan mixtura de manifestaciones de oficios y materialidades para la manifestación de la Artesanía. Estos dos fenómenos no desmerecen al oficio estudiado (formal –Universidad/IP- o no formal – Talleres) que entra en la categoría de Artesanía Contemporánea, mucho a través de la Orfebrería que se presenta en las localidades de Maipú, San José de Maipo, Barrio Italia y Yungay.

(OE N°2)

Indagar en las estrategias municipales respecto al desarrollo de sus territorios en el marco de la detección de identidades reconocibles y marca territorial que permita potenciar la Artesanía como Industria Creativa (IC).

(RE N°3)

Descripción de rasgos identitarios locales que caracteriza a la Artesanía por comuna y su relación con la planificación de desarrollo comunal.

CONCLUSIONES

Se establece una descripción a partir de la clasificación de tipos de producción en Artesanía por comuna, reflejando que mayoritariamente da cuenta de una Artesanía urbana, seguidamente contemporánea y tradicional. Si consideramos desde la perspectiva y concepción de lo identitario, se aprecia un híbrido entre la tradición en el uso de las materialidades, y la exploración de éstas que otorga un resultado único y plástico, interconectando con el diseño. Se denota la migración identitaria a través del objeto (lo que comunica: su valor simbólico) de Artesanía, siendo recurrente el trabajo tradicional en Crín desarrollado en las comunas de San José de Maipo, Maipú y Santiago Centro. Esto es dado sólo a través del Artesano o Artesana, en tanto en las planificaciones de desarrollo comunal estos intencionamientos identitarios no están presente; sólo en algunos casos se aprecia aspectos más bien operativos que se desprenden las intenciones de generar espacios estables de Artesanía, ya sea tipo "Pueblito" o ferias con características particulares.

(OE N°2)

Indagar en las estrategias municipales respecto al desarrollo de sus territorios en el marco de la detección de identidades reconocibles y marca territorial que permita potenciar la Artesanía como Industria Creativa (IC).

(RE N°4)

Profundización en las particularidades de cada empresa y reflexiones que se desprenden para potenciar la actividad cultural y turística a nivel comunal.

CONCLUSIONES

No se percibe marca territorial ni intenciones de abordarlo, sin embargo, en varias de las Municipalidades, se exponen en sus planes la implementación o adecuación de espacios de funcionamiento más estables para actividades de Artesanía, como se indicaba anteriormente. En cada gestión municipal se percibe que existen elementos que se abordan desde un Departamento de Cultura y otros desde el Departamento de Desarrollo Económico Local, de lo cual en este último, se han trabajado mayoritariamente acciones como capacitaciones, registro, entre otras, para impulsar el área de Artesanía, pero la gran dificultad es que estos departamentos no dialogan, por tanto, los ámbitos empresariales y de gestión como empresa creativa, son tratados indistintamente de aquellos aspectos vinculados a la actividad cultural y patrimonial en cuanto a su valor identitario (y en la mayoría ni siquiera están considerados en ligarse ya que se asocia la Artesanía como actividad económica solamente), lo que dificulta en gran medida, accionar la complejidad de la Artesanía en su territorio, en otras palabras, se activa su venta a nivel local/territorial pero no necesariamente su valor cultural. Los ejes estratégicos de desarrollo territorial en ese sentido, requieren ser abordados armónica e imbricadamente.

(OE N°3)

Identificar los puntos de conexión y brechas entre los resultados de ámbitos de gestión en la Artesanía, el Turismo Cultural y Política Pública Cultural (uniones intersectoriales).

(RE N°5)

Difusión y promoción de las potencialidades del sector Artesanía a nivel comunal, para el sello identitario y valoración patrimonial, como en el desarrollo socio-económico local, en el vínculo intersectorial.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la figura que identifica los ámbitos de la gestión en la Artesanía (pto. l.a., p. 14 del presente texto), el ámbito de "agentes" ubica un elemento fundamental de la gestión que es precisamente la perspectiva de los vínculos intersectoriales en que en mayor o menor medida se practica la co-construcción que se evidenció a partir de la conexión entre Política Pública Cultural, materializada desde unidades centrales de gestión estatal como el Área de Artesanía del CNCA, o el Área de Cultura de la Municipalidad de Maipú y Providencia, que han generado una mediación con Artesanos/as facilitando la constitución de Asociaciones Gremiales como Mesas de Trabajo sectoriales para desarrollar agendas de trabajo conjuntas desde los intereses de desarrollo sectorial de Artesanía; sin embargo, sobre el mismo campo de conexión, se aprecia una brecha importante que refiere a que precisamente ello no implica ligarse desde la perspectiva de empresa creativa, en tanto ubicando la gestión en co-responsabilidad con otros sectores (ver en "esquema de vínculos intersectoriales con enfoque de desarrollo sostenible", p. 20), se evidencia brechas significativas, por cuanto no se denotó participación de otros agentes que no fueran los mencionados para trabajar cooperativamente; no está presente la asociatividad intersectorial. Respecto al Turismo Cultural, queda éste desplazado al igual que la difusión y promoción de las potencialidades de la Artesanía, ello es reflejo a partir de quién recepciona la actividad y producto de Artesanía, percibe que es un "arte menor", y no se evidencia una transposición cultural de la identidad común (percepción clara de las identidades locales) que favorezca la práctica del Turismo Cultural, sólo en tanto ubica en valor turístico del producto, en el caso de Pomaire. Ingresar a participar de reuniones, como las entrevistas ejecutadas, permitieron introducirse de mejor manera y con mayor asertividad a lo descrito sucintamente en la revisión de documentación de planes de acción.

Se determina que en cada uno de los resultados esperados, desprendidos de los objetivos específicos, se cumplieron a cabalidad a partir de la pertinencia respecto a los instrumentos utilizados para la recogida de información y registro. Lo relevante de la opción de un diseño metodológico cualitativo, es que insertarse en la realidad observada, se levanta una serie de especificidades que no logra describir el uso de datos cuantitativos puramente; es precisamente recoger la diversidad y complejidad que Morin (1998) nos señala, y desde donde es posible relevar la naturaleza del quehacer y gestión de la Artesanía en sus procesos de producción por sobre lo

que la economía creativa espera que se comporte al considerar este sector como empresa creativa, cuyos análisis de los modelos de gestión que se practican en la actualidad, puedan generar un foco diferenciado para este sector, a fin de conducir su potencialidad en vías del desarrollo sostenible de la Artesanía en tanto producción y gestión del valor territorial a partir de la transposición cultural de la(s) identidad(es) común en lo local. Esto conlleva a trascender el objetivo general de investigación a partir de lo conjugado al develar las diferentes formas de comprender y ejercer tipos distintos de gestión expresados en modelos, desde la teoría como desde la práctica.

Parte IV

Principales conclusiones

Conclusiones globales desde la triangulación de resultados por las dimensiones de Artesanía, Territorio y Políticas Públicas.

Considerar al sector Artesanía como empresa creativa, conlleva en sí mismo un capital y potencial de múltiples significancias para el desarrollo local y territorial, como se ha descrito y explicado en apartados anteriores; con impactos que se vienen percibiendo desde datos de comercialización y caracterizando a cierto tipo de objetos que se producen para introducirse estratégicamente en un comercio exterior; un mundo de elementos que se abre en diversas direcciones, en que

las formas de gestionar se torna cada más fundamental para ubicar de mejor manera, la calidad del empleo y la empleabilidad para el desarrollo sostenible de este sector.

Estas formas de gestionar implican mecanismos, métodos y formas de comunicación que se requieren para figurar en la economía creativa con características de empresa creativa y sentido del “hacer” Artesanía, es decir, hacer converger los ámbitos económicos y socio-culturales en una actividad laboral independiente en el contexto de un multisistema territorial que se expresa en el siguiente esquema:

Vínculos de la Artesanía con los sistemas claves territoriales para su desarrollo.



Fuente: elaboración propia para el presente proyecto de investigación: “Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas”.

Respecto al esquema anterior, se puede deducir que, de acuerdo a la forma en que la Artesanía como empresa creativa establezca de manera permanente y creciente los vínculos con la memoria, con las identidades locales, con el desarrollo socio-económico local (barrio, comuna, región, etc.) y con las políticas públicas; y a su vez, estos dos últimos ámbitos interactúen con la Artesanía en una dinámica dialógica que propicie sus características propias de *hacer*, podrá fortalecer el desarrollo sostenible del sector en tanto: aporta a lo social respecto a la generación de empleo, aporta en lo cultural por cuanto promueve y distribuye cultura a través de valores simbólicos inscritos en los productos, y aporta el desarrollo económico local que, aunque no existen datos específicos y precisos respecto de su impacto, hay datos generales que permiten detenerse y prestar atención, como por ejemplo, podemos apreciar en el contexto chileno que *“Entre los años 2014 y 2015 las importaciones aumentaron en el sector un 14% , llegando a un monto de \$98.724 millones”* (Estadísticas Culturales. Informe anual 2015; CNCA e INE)

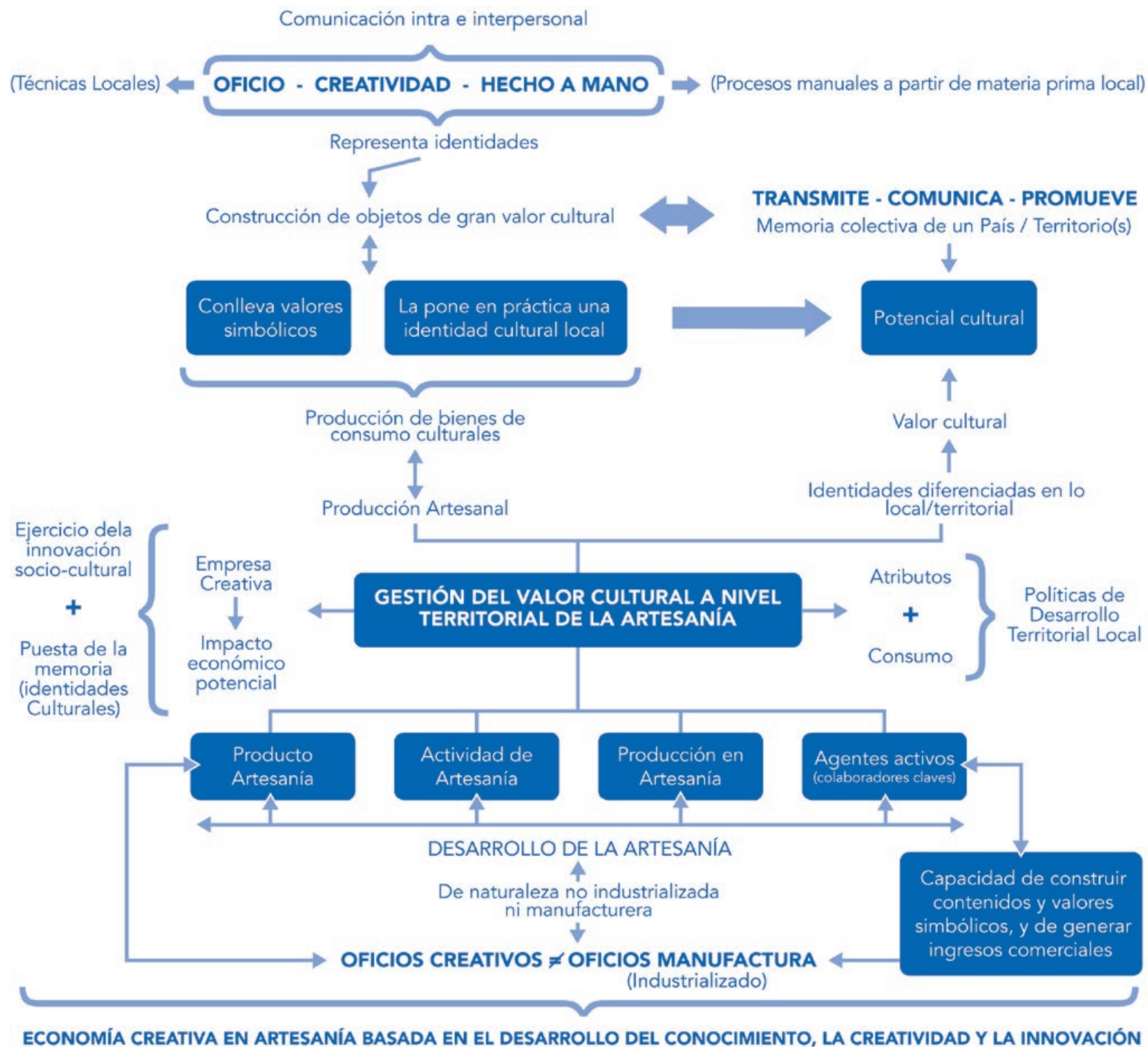
Al considerar los ámbitos de la Artesanía, Territorio y Políticas Públicas para comprender la **gestión del valor cultural desde la Artesanía con perspectiva de calidad**, se percibe de acuerdo a los resultados obtenidos que el *hacer y que-hacer* de la Artesanía en la RM no logra un vínculo entre el sector como empresa creativa, la identidad local y el desarrollo territorial local; esto en tanto las políticas locales no están conectadas entre sí y la planificación municipal no favorece la multisectorialidad, por tanto, es como actuar por partes sin ver y atender la totalidad respecto a la gestión y producción en la Artesanía; las mesas de trabajo como otras metodologías, son efectivas para acercar dos agentes (Municipio – Gremio Artesanía) de acuerdo a la evaluación de las experiencias sostenidas entre ambas partes, sin embargo, la atención de todos los factores, es primordial para actuar en función de un sistema que requiere ser interconectado, y que

a su vez, necesita de la interconexión interna a cada forma de organización.

Frente a lo anteriormente expuesto, se aprecia por otra parte, que se cumplen a través de la actividad, producción y producto de Artesanía, forzar la identidad territorial respecto a factores en el marco de las distinciones según materialidad y técnicas que conforman en su resultado, una figura cultural determinada; el reconocimiento de las identidades culturales locales por parte de los mismos actores de la Artesanía, es lo que requiere de ser potenciado para los procesos posteriores de promoción de éstas. Esto refiere a que: se identifican símbolos de identidad cultural; se cuenta con un valioso instrumento de transmisión de conocimiento de grupos humanos a través del producto generado como del aprendizaje de oficio en una relación maestro-aprendiente; y se evidencia diversidad de estéticas vinculadas a diferentes corrientes de la Artesanía; sin embargo, lo pendiente se ubicaría en situar la sustentabilidad como valor agregado y mejorar los mecanismos que posibilitan el desarrollo del turismo cultural por medio de la Artesanía.

Respecto a la gestión del valor cultural a nivel territorial de la Artesanía, la siguiente figura expresa la potencialidad del sector en el contexto de la empresa creativa, preservando la naturaleza de la actividad y producción de la misma Artesanía.

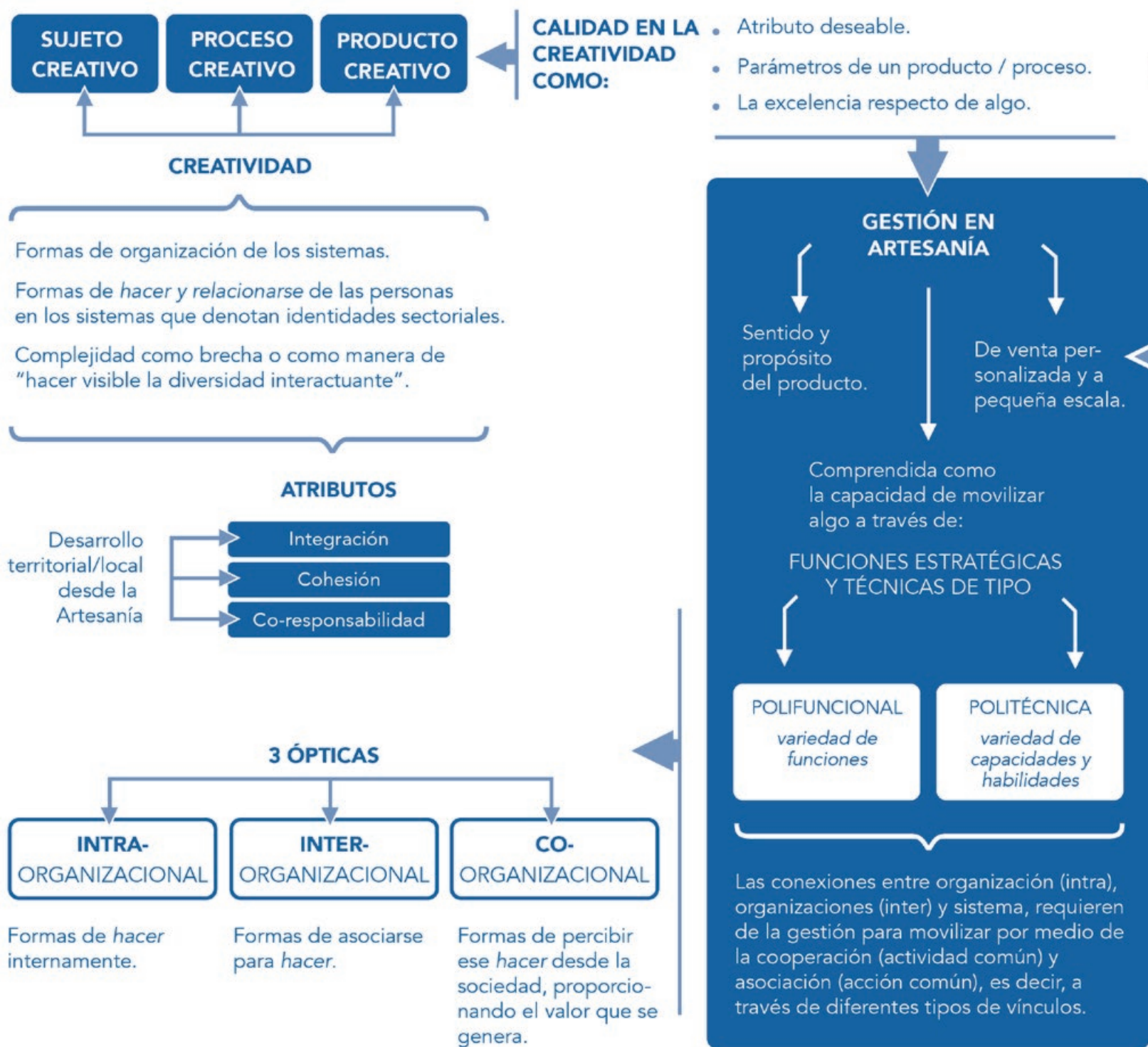
Esquema de síntesis del comportamiento potencial de la gestión en Artesanía a nivel de caso territorial.



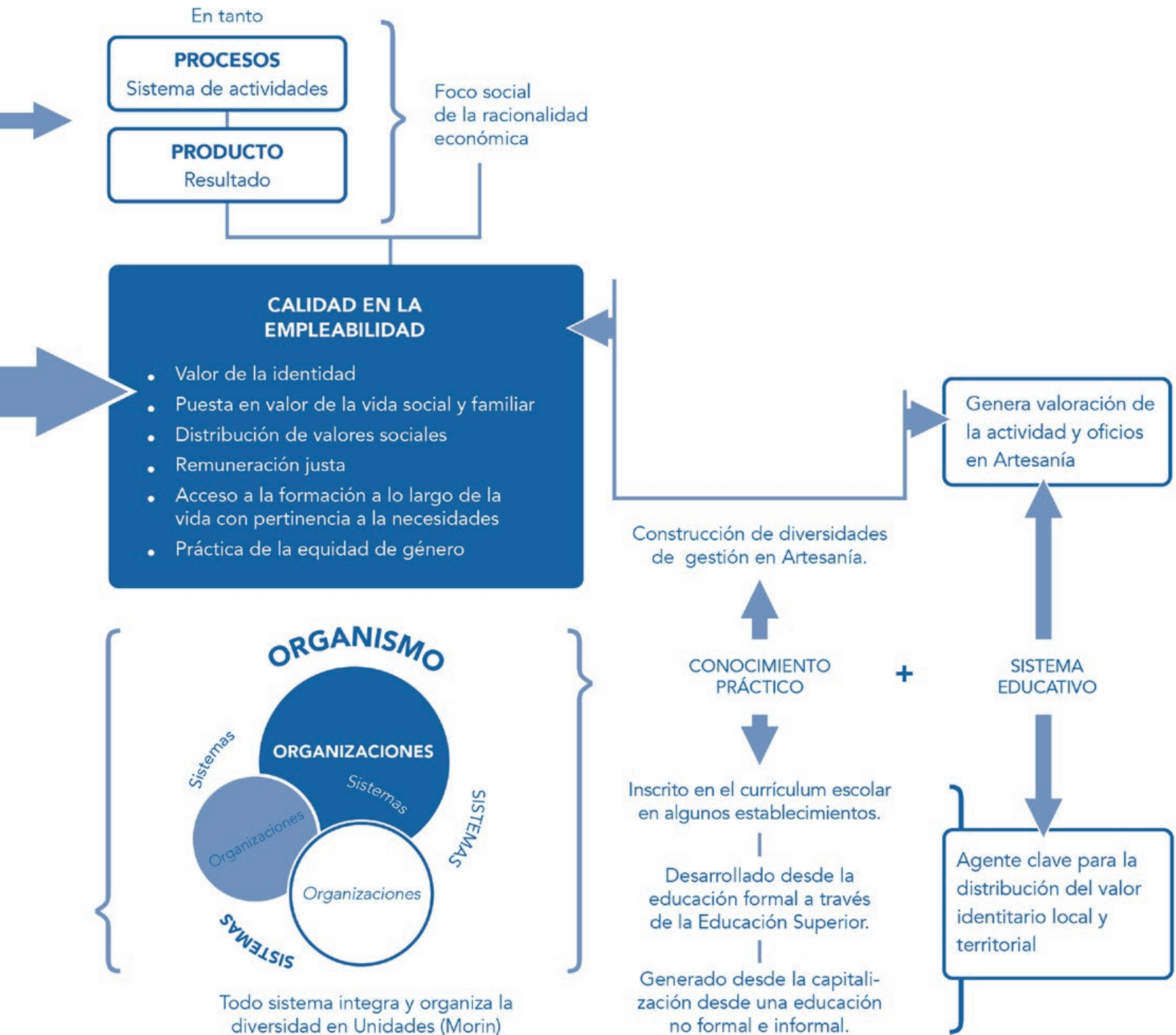
Fuente: elaboración propia para el presente proyecto de investigación:
"Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".

Respecto al esquema anterior, se trata entonces de **co-construir un tejido socio-cultural fortalecido**, donde los diversos agentes son facilitadores para la gestión, producción y promoción en Artesanía. Esto implica comprender que habría que situar tres elementos claves en el desarrollo territorial/local: la integración, la cohesión y la co-responsabilidad entre cada uno de los agentes involucrados en el macro sistema de Artesanía. Esto hace reconocer la forma de organización de los sistemas, cuales denotan cierto tipo de identidades que caracterizan a un grupo de personas; estas identidades conllevan complejidades como una brecha o bien, como un *hacer visible* la **diversidad interactuante** (Morin) que responde a la potencialidad de las identidades para el “hacer y gestionar”, desarrollado por las mismas personas que interactúan a través de los sistemas, ubicando **la creatividad como una figura compuesta** que moviliza las potencialidades de las organizaciones, sectores y sistemas. Esto comprende entonces, que la calidad y la gestión en la Artesanía, requiere dar un giro en centrar **la creatividad para enfrentar la diversidad interactuante en un contexto de empresa creativa que gestiona el valor cultural territorial**, más que ubicar la energía creativa en el producto que comercializa. Lo planteado explica sus implicancias en el siguiente esquema:

Esquema de interacciones entre Calidad y Gestión en la Artesanía.



Fuente: elaboración propia para el presente proyecto de investigación:
"Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".



Fuente: elaboración propia para el presente proyecto de investigación:
 "Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".

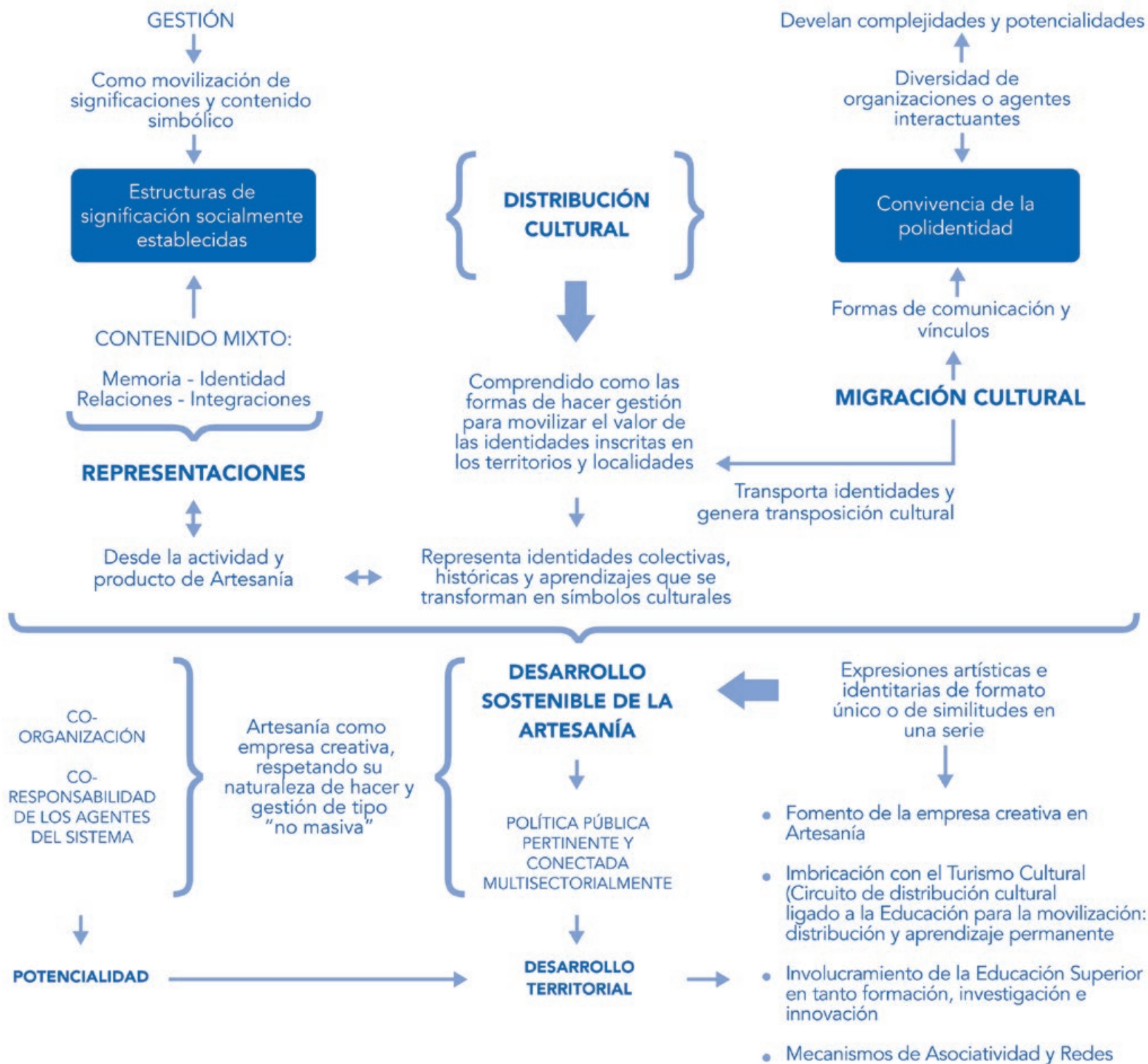
El esquema anterior, explica las características de la gestión que se implementa de manera general por parte de Artesanos y Artesanas en el territorio del estudio, a lo cual se han incorporado elementos que provienen desde acuerdos internacionales para el desarrollo sustentable como de las complejidades determinadas a partir de los resultados de la presente investigación y bases teóricas que permiten explicar tanto los fenómenos en la gestión, como las potencialidades del sector inscrito en un sistema y organismo. Esto comprende que, la descripción de la gestión en Artesanía, es explicada teóricamente desde la práctica empírica por cuanto se presentan las dos características de funciones en una misma persona, que responde a la mayoría de los casos, o bien, distribuida las funciones en muy pocas personas (familia), en otras palabras, **la Artesanía es un agente de gestión polifuncional y politécnica**. A su vez, son mecanismos desde la gestión por los cuales se vinculan con la educación en su concepción global.

En relación a la dimensión de Territorio, la Distribución Cultural se presenta inscrita en los sistemas territoriales/locales de diferentes maneras, en tanto que se aprecian “formas directas” como organización de ferias, cierto material de difusión cultural o algunas iniciativas esporádicas respecto a educación no formal o formal para transmitir oficios por medio de talleres o destinación de horas del currículum escolar a esta actividad; sin embargo, se perciben otras “formas indirectas” que hacen visualizar una distribución cultural más profunda que puede acercar una sostenibilidad del sector Artesanía en tanto, primero se reconozca a nivel territorial que existe una convivencia de la **polidentidad en las formas de hacer Artesanía**, y que no sólo lo tradicional debe prevalecer desde ese reconocimiento, y que se fundamenta en nuevas formas que se tiene a nivel local de comunicar y establecer vínculos socio-culturales (organización/es), que en este caso se dan a través de la actividad, producción y producto de la Artesanía.

En este sentido de la polidentidad, se presentan algunos factores claves que implican que ya no hablemos de “formas indirectas” sino más bien, de “formas sostenibles” de carácter pregnante. Estos factores, como se han visto en esquemas anteriores, tienen relación con el ámbito de la co-gestión y co-responsabilidad con los agentes del territorio (global y local), de lo cual, el fenómeno de la **migración cultural** se muestra con una capacidad de movilizar identidades, reconocimiento y valoración, logrando ubicar dicha identidad en un espacio/territorio diferente al originario, sin perder sus características simbólicas y de manifestación técnica y creativa que facilita la promoción identitaria y cultural local al realizar el relato y el traspaso del oficio; a ello le denominaremos **transposición cultural** por acción en este caso de la Artesanía.

El siguiente esquema da cuenta de la interacción y relevancia de la distribución cultural con los factores implicados para el desarrollo sostenible del campo de la Artesanía, en tanto comprende las formas de *hacer* gestión para movilizar el valor inscrito de las identidades pertenecientes a cada tipo de territorio, en la diversidad de productos de Artesanía; lo que conlleva requerir la necesaria articulación entre la política pública multisectorial de acuerdo a las características de Artesanía y la naturaleza en la forma de producción, con las potencialidades de ésta en el desarrollo territorial, en el contexto de una dinámica de transposición cultural que interactúa y es vinculada a la gestión local de los territorios en que se desempeñen y desarrollen, por cuanto los agentes territoriales estén involucrados en la co-responsabilidad, lo que hace suponer, un aumento de la calidad de la distribución cultural: conectada, promocionada y finalmente, evidenciada su puesta en valor identitaria reconocida socioculturalmente que debiese ser capitalizada por el Turismo Cultural como un factor de gestión clave de la distribución cultural, por cuanto pone en valor turístico un producto de patrimonio cultural local, revelando las identidades territoriales. Esto refiere a llevar a la práctica, **la transposición cultural de la identidad común**, que en el caso de la Artesanía, es a través de los objetos que crea.

Esquema de la dinámica de la distribución cultural desde la Artesanía en los territorios.



Fuente: elaboración propia para el presente proyecto de investigación:
"Artesanía, Territorios e identidades: RM un caso de estudio en empresas creativas".

Con estos tres esquemas expuestos, se sintetizan las conclusiones desde las categorías o ámbitos claves que se consideraron para el presente estudio: Artesanía, Territorio y Política Pública, con la intención de evidenciar sus interconexiones desde los factores y conceptos que fueron destacados en y por cada esquema.

Estos aspectos respecto a la problemática abordada en el presente proyecto de investigación desde la respectiva pregunta planteada, se puede decir en primera instancia que las conexiones actuales entre territorio e identidades en la gestión de la Artesanía como empresa creativa es incipientes y dispersas en la Región Metropolitana considerando lo fundamental de la acción de co-responsabilidad y co-gestión para una nueva forma de *hacer* distribución cultural desde la perspectiva comunicacional de movilización del valor identitario local para activar la transposición cultural como medio de valoración sociocultural; en segunda instancia, respecto a su incidencia en el desarrollo territorial en diferentes localidades de la Región Metropolitana, se carece de información y datos locales, aun cuando se dispone de información general, los datos son alentadores y por ello, ciertos municipios están implementando acciones y estrategias para que paulatinamente se pueda contar con información precisa y actualizada que favorezca entonces, focalizar en las necesidades de desarrollo con pertinencia y sostenibilidad del sector Artesanía.

Aun cuando se pueda dar una respuesta a la interrogante planteada, emanaron aspectos de la realidad que se acercan al supuesto planteado que sitúa la premisa de que al “activar y convertir en valor la creatividad del sector artesanía desde la gestión, obtendremos una fuente continua de mejora y desarrollo económico-cultural que este sector movilizará desde la diversidad de identidades y potencialidades derivadas de sus complejidades que responden a los territorios donde se circunscriben”, sin embargo, dichos aspectos de la realidad,

enfrentados con la teoría y viceversa, surgieron concepciones fundamentales que pudiesen permitir un desarrollo sostenible del sector Artesanía impactando en el desarrollo económico-socio-cultural local y global en tanto la creatividad en la gestión de la calidad de la Artesanía y no sólo en el producto, para la gestión del valor cultural de la Artesanía bajo su naturaleza no industrializada ni manufacturera en un desempeño en el contexto de la economía creativa, desde lo cual, más allá de la movilización de la diversidad de identidades y potencialidades, se trata de la transposición cultural como factor de puesta en valor de la Artesanía que impacta en el empleo de calidad y la sostenibilidad de los oficios identitarios en una labor imbricada con la diversidad de agentes territoriales en una forma de gestión que ejerza los principios de integración, cohesión y co-responsabilidad.

Estos factores abren nuevas interrogantes y premisas que se distinguen desde dos dimensiones: la primera que es referida a la percepción de que el producto de Artesanía hoy en día conlleva una multiplicidad de lenguajes que provienen desde el Diseño como de las Artes Visuales (principalmente), con utilización de tecnología para el abordaje de su materialidad, no sólo ejecutado manualmente, pero la pieza resultante es única; y la segunda, deriva de la economía creativa y de experiencia, ésta última comprendida como aquella economía que **reconoce el valor de la originalidad de los procesos en colaboración y la prevalencia de aspectos intangibles en la generación de valor**, fuertemente anclada en la cultura y en su diversidad, de lo cual inmediatamente surge el tema de la propiedad intelectual en el sector Artesanía, tanto producto como gestión, que requiere ser despejado en cuanto a su forma de abordarlo, derivando esta economía de experiencia a aquella que ubica en relieve (o altoprelieve) a la cultura, proponiendo una valoración de la autenticidad y del patrimonio cultural intangible único e inimaginable, lo cual supone una apertura a las aspiraciones de los países en desarrollo por te-

ner un abundante recurso en sus manos, desde la experiencia que han venido observando. Lo anterior se vincula con la definición de Howkins en Economía Naranja (2015) respecto a la economía creativa por cuanto “comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos”, lo cual no da a pensar respecto al punto o factor(es) común(es) entre ambas dimensiones que surgieron como problemática a partir del presente trabajo investigativo.

Finalmente, las concepciones de empresa creativa como de economía creativa, son elementos que requieren estar al servicio de la producción y producto, en este caso, de la Artesanía, favoreciendo su naturaleza y potenciándola, y por tanto, se constituye en una “tarea pendiente” de abordar, más aún al momento de que la misma política pública cultural chilena la ha internalizado, lo que implica considerar que se dan una multiplicidad de definiciones como de comprensiones respecto a qué o cómo abordar la economía creativa (donde se inscribe la empresa creativa), más aún contextualizada a la Artesanía (y no ésta a la empresa creativa), se puede apreciar que, en conjunto con lo que estipulan los organismos internacionales, se exponen aspectos que son comunes y atendibles, que hacen sentido a las formas de *hacer* y cómo éstas puede mejorar para impulsar el sector; en ello es percibido por ejemplo, la misma creatividad, que como en los esquemas anteriores, se evidencia como un factor significativo, es en sí mismo una forma de potenciación de la actividad, producción y producto en Artesanía, vinculada a elementos (lenguajes y técnicas) del arte como la distribución cultural que propicia (gestión y transposición cultural); **la función de una cadena de valor creativa** acertando en el camino que se diseña para pasar de la idea a un producto de Artesanía en que la sociedad lo percibe de manera significativa y que le hace *sentido* a partir del conteni-

do simbólico que transporta y su identidad reconocida; y por último, como se ha mencionado anteriormente, la vinculación directa con los derechos de **propiedad intelectual**; todos, elementos que convergen como patrón común de indagación, exploración de fenómenos inscritos y desafíos para las políticas públicas como para el mismo sector de Artesanía (como empresa creativa en el contexto socio-cultural).

Parte V

Propuestas

En un horizonte cercano, a la luz de los resultados y conclusiones del proyecto de investigación como de las percepciones en las diferentes actividades en las cuales se participó, se proponen las siguientes acciones para el mejoramiento de la ac-

tividad de la Artesanía desde la perspectiva de la gestión del valor simbólico-económico en miras del desarrollo sostenible territorial/local, fortaleciendo la imbricación entre cultura, sociedades, educación, innovación socio-cultural y mercado:



Respecto a **la gestión del valor cultural a nivel territorial de la Artesanía**, se presentan a continuación las siguientes propuestas diferenciadas en tres perspectivas: gestión, calidad y desarrollo territorial.

Propuestas desde la perspectiva de la gestión:

Introducción de la comunicación estratégica que impacta en la promoción de identidades:

- ▶ Creación de un sello “Artesanía Chile”; un sello Latino que permita posicionarse en un mercado globalizado.
- ▶ Fortalecimiento de los Talleres de Artesanos/as, individuales o colectivos, prevaleciendo los recursos, la promoción y la difusión turística.
- ▶ Necesidad de establecer “Puntos Cultura de Artesanía”, introduciendo estándares de calidad y estrategia comunicacional. Todo ello vinculado estrechamente con el circuito de Turismo Cultural local-territorial.
- ▶ Introducción de un modelo de gestión propio para la Artesanía como empresa creativa.

Propuesta desde la perspectiva de la calidad:

Introducción de estándares y gestión de la calidad:

- ▶ Profesionalización de la actividad en Artesanía, ubicando estándares y acciones de pertinencia, sistematizando e introduciendo innovación socio-cultural en procesos manuales. Implica fortalecer el aprendizaje empírico para mejorar la gestión en el paradigma de la mejora continua.
- ▶ Conformación de sistema de registro local aportando al registro global, implicando mantención y metodología que permita contar con información actualizada y oportuna. Fines: Focalización de mejoramiento en la gestión

de manera pertinente, base de datos para empleabilidad, datos estadísticos, entre otros. Ello implica a su vez, la revisión de nomenclaturas para clasificación unificada que opere para todos los sectores de la misma forma.

- ▶ Fortalecimiento de Barrios y AGs, en tanto promuevan identidad y patrimonio local como disciplinar en Artesanía, con un deber misional de definición de estándares en la gestión como en la producción y producto; implicando representatividad.
- ▶ Necesidad de conectar todos los agentes de un sistema societal para impulsar el sector Artesanía como empresa creativa, fundamentalmente cuando las políticas públicas tienen que interactuar en su implementación con diferentes agentes para lograr su propósito inicial. Se trata de ubicar un solo sentido misional para el desarrollo del sector con calidad.

Propuestas desde la perspectiva del desarrollo territorial:

Introducción de I+D+i en cultura , sector Artesanía (como experiencia piloto):

- ▶ Reconocimiento de la Innovación socio-cultural en el sector Artesanía, considerando un modelo de acción en torno a la economía creativa, procurando que el sector no pierda su estatus y características (de ello la necesidad de consensuar y difundir nomenclaturas).
- ▶ Involucramiento permanente y pertinente desde otros sectores y agentes, como debiese serlo las Universidades a través de centros de innovación socio-cultural, implicando a lo menos, una política educacional que involucre a las Universidades Estatales; es decir, ampliar y complejizar más allá de un Programa de Artesanía. Esto impacta en acrecentar el valor social-identitario por el sector Artesanía.

- ▶ La introducción del sector Artesanía en el campo del I+D+i, implica mayores accesos económicos para el desarrollo del área como territorial, prevaleciendo la identidad y patrimonio, permitiendo entonces ubicar con mayor fuerza y sustento, el Patentamiento: proceso-producto, atendiendo la protección al diseño de origen como a las materias primas, y ubicando indicadores de desarrollo socio-cultural, en particular, en el sector Artesanía; fortaleciendo la inversión pública y posicionamiento de este sector en tanto valor social y económico.

Respecto a los contratos en oficios culturales, sigue siendo un aspecto pendiente de acuerdo al documento del CNCA que corresponde a un estudio para la “actualización del impacto económico del sector creativo en Chile, en que una de las varias áreas consideradas para ello, fué la Artesanía; es uno de los factores importantes de la calidad del empleo y el presente estudio refuerza la misma necesidad que no ha sido resuelta.

En relación a la marca país, el estudio realizado por Imagen de Chile, denominado “Economía Creativa y Marca País”, da cuenta que una de las tres áreas culturales que la población considera que reflejan mejor la identidad de Chile, es la Artesanía, sin embargo, como se indicaba anteriormente, requiere una revisión y que converja en una dinámica de comunicación estratégica con foco en la experiencia de la marca.

Referencias bibliográficas

- ARRIAGADA, E. (2003). "La Teoría de Niklas Luhmann". Revista Convergencia, de Ciencias Sociales, Vol. 10(32), México.
- BRODSKY, J., NEGRÓN, B., PÖSSEL, A. (2014) "El Escenario del Trabajador Cultural en Chile". Publicación Proyecto Trama y Observatorio Políticas Culturales. Santiago de Chile.
- BOLAÑO, C. (2012). "Industria y creatividad: una perspectiva latino-americana". Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, Vol. XIV, N°1, Brasil.
- BUITRAGO F., DUQUE, I. (2013). "La economía naranja. Una oportunidad infinita". Banco Interamericano de Desarrollo BID, New York, USA.
- CARRASCO E., NEGRÓN, B. (edit.) (2005): "Industrial Culturales: un aporte al desarrollo". Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Editorial LOM, Santiago de Chile.
- CASANI, F. (coord.) (2010). "Industrias de la creatividad 20+20". EOI, Madrid.
- CAVES, R. E. (2000). "Creative industries: Contracts between Art and Commerce". Cambridge, Mass, Harvard University Press.
- CNCA (2014). "Mapeo de las Industrias Creativas en Chile. Caracterización y dimensionamiento". Publicaciones Cultura del CNCA, Santiago de Chile.
- CNCA e INE (2015). "Estadísticas Culturales. Informe anual 2015". Santiago de Chile.
- COMISIÓN EUROPEA (2010). "Libro Verde. Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas". Bruselas: Comisión Europea.
- COMISIÓN EUROPEA (2010). "Una política industrial integrada para la era de la globalización: poner la competitividad y la sostenibilidad en el punto de mira" (Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones). Bruselas: Comisión Europea.
- CORPORACIÓN DE FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN y ASOCIACION CHILENA DE EMPRESAS DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION A.G. (2015). "Prácticas de emprendimiento creativo y cultural en América Latina". Primera Edición, Santiago de Chile.
- DEMATTEIS, G., GOVERNA, F. (2005). "Territorio y Territorialidad en el Desarrollo Local. La contribución del Modelo SLOT", Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, N° 39; disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1161234>
- ETZKOWITZ, H. Y LEYDESDORFF, L. (2000). "The dynamic of innovation: from National Systems of Innovation and 'Mode 2' to a Triple Helix of university-industry-government relations", Research Policy 29, N° 2, pp. 109,124.
- FONSECA, A.C. (2008). "Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo". Itaú Cultural, Sao Paulo.
- FUNDACIÓN IDEAS (2012). "Las industrias culturales y creativas. Un sector clave de la nueva economía". Madrid.
- GRIFUL, E., CANELA, M.A. (2002). "Gestión de la Calidad". Aula Politécnica, Universidad Politécnica de Cataluña, Edicions UPC
- MORIN, E. (1998). "El método. La vida de la vida". Colección Teorema, serie mayor, 4ta edición, Ediciones Cátedra, Madrid.

ONU (2013). "Informe: Mejora de los cauces de desarrollo a nivel local", disponible en <http://unctad.org/en/pages/news-details.aspx?OriginalVersionID=498>; <http://www.unesco.org/new/es/media-services/in-focus-articles/creative-industries-boost-economies-and-development-shows-un-report/>

RICHARD, G. (2001). "El desarrollo del Turismo Cultural en Europa". Revista Estudios Turísticos, N°150, p.p. 3-13, Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo, Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, Ministerio de Economía y Competitividad. España.

RODRÍGUEZ, R. (2005). "Las industrias culturales como expresión del desarrollo del país", en Libro "Industrial Culturales: un aporte al desarrollo". Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Editorial LOM, Santiago de Chile.

SANCHEZ, E. (2003). "Arte indígena contemporáneo: ¿arte popular?". Revista Española de Antropología Americana, vol. extraordinario 69-84.

SANFUENTES, O. (2011). "Educación y construcción de identidad: tendiendo puentes entre educación formal e informal", en Libro "Políticas Culturales: Contingencia y desafíos", Colección del Observatorio de Políticas Culturales, N°1, Santiago de Chile.

UNESCO (s.f.). Simposio Internacional "La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera", Documento de Trabajo "Construir la confianza: la Artesanía, elemento de desarrollo".

UNESCO (2014). "Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo. Manual metodológico". Francia.

VAA (s.f.). "Artesanía, nuestra cultura viva". Publicación Servicio de Cooperación Técnica. SERCOTEC. Pontificia Univer-

sidad Católica de Chile. Programa de Artesanía. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Programa Artesanía.

PNUD y UNESCO (2013). "Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways". Estados Unidos y Francia.

XXII Cumbre de Jefes de Estado (2013). "Declaraciones y Conclusiones de la XXIII Conferencia Iberoamericana". Panamá.

Agradecimientos

Álvaro Romero

Agrupación Esteke de Pomaire

Granja Alfarera de Pomaire

Alfareros:

Victor Vera

Edison Acevedo

Miguel Riquelme

Alejandro Salinas

Directiva y Artesanos y Artesanas representantes de Agrupaciones de Artesanía.

Integrantes Mesa de Trabajo Artesanía Región Metropolitana.

Bárbara Velasco

Encargada Área Artesanía Nacional

Consejo de la Cultura y las Artes

Susana Tello

Encargada Áreas Artísticas

Unidad Regional de Fomento de la Cultura y las Artes

Consejo de la Cultura y las Artes – Área Artesanía

María Teresa Prieto

Jefa de Departamento

Dirección de Barrios, Patrimonio y Turismo.

Ilustre Municipalidad de Providencia

Daniela Barriga

Jefa de Departamento

Patricio Novoa

Jefe Centro de Creación Infante 1415

Dirección de Desarrollo Económico Local

Ilustre Municipalidad de Providencia

Marcela Gaete

Integrante Directiva - Vicepresidenta

Asociación Gremial Barrio Italia

Héctor Lamur

Integrante Directiva - Director

Asociación Gremial Estación Caupolicán

Maritza Brito

Empresaria “Decotierra” – Barrio Italia

Bárbara Aliaga

Coordinadora de Gestión Cultural

Departamento de Cultura

Ilustre Municipalidad de Maipú

Artesano y Artesanas de Maipú

Hilda Díaz

Javiera Carillos

Roberto Munizaga

Lorena Orellana

Artesano y Artesanas de Barrio Yungay – Santiago Centro

Carlos Toro

Loreto Oyarzún

Patricia Valenzuela

Rodolfo Villegas

Artesano y Presidente

Agrupación Cultural de Artesanos, Libreros y Anticuarios del Gran Yungay

Barrio Yungay – Santiago Centro

Artesanas y Artesanos de San José de Maipo

Marianela Sáez

Victoria Valdés Miranda

Luis Orlando Sanhueza Rojas

Albertino Albertini

Ketty Vásquez

Coordinadora Área de Cultura

Ilustre Municipalidad de San José de Maipo

Universidad Central de Chile

Facultad de Ciencias de la Educación

María Pilar Calderón

Decana de Facultad de Ciencias de la Educación

Carlos Guajardo

Secretario Académico de Facultad

Dr. Juan Alegría

Director del programa de Magister en Arte y Educación

Marta Ávila

Mesa de Trabajo Artesanía Región Metropolitana

Manuel Martínez

Director Microalquimia Studio

Marta Contreras

Agrupación "Huellas de Greda"

Nelson Pezoa

Joyerero

Pilar Araya

Claudia Wladdimiro

Fundación Artesanías de Chile

Pamela Rodríguez

Juan Carlos Barrera

Director AG RAYOS (Red Artes y Oficios Sostenibles)

Docente Complejo Educacional Chimbarongo

Loreto García

Orfebre Tienda Faba

Ma. Alejandra Besoain

Profesora de Artes Visuales y Artesana

Katia Bacchi

Artista Plástica

Boris Jara

Matemático

Isabel Castañeda

Agente Productivo – Dirección de Desarrollo Económico Local

Ilustre Municipalidad de Providencia

