



joyería de origen

Diseño de **Joyería de Autor** como reflejo de **identidad chilena, protagonista** en el vestuario femenino

Francisca Hidalgo Coll
Profesora guía: Ana María Iglesias Daveggio

ÍNDICE

pág.

INTRODUCCIÓN

6

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

7

Nombre proyecto

7

Problema y oportunidad de Diseño

7- 9

Idea de proyecto

10

Objetivo principal de proyecto

10

MARCO TEÓRICO

11

Capítulo 1: Análisis del contexto

11

1.1.- Contingencia actual en nuestro mercado /La MODA en CHILE

11- 13

1.2.- Contingencia actual en nuestro mercado/ La MODA en el MUNDO

14- 20

Capítulo 2: Tendencia actual en el área temática: Lo natural y hecho a mano como tendencia

21- 22

Capítulo 3: La Artesanía chilena

23

3.1.- Definición artesanía

23

3.2.- La artesanía tradicional

24

3.3.- Expresiones artesanales en Chile

24- 27

3.4.- Artesanía y procedencia geográfica

27- 30

a) Zona Norte

27- 28

b) Zona Centro

28- 29

c) Zona Sur

29

d) Artesanía chilota

30

e) Artesanía de la patagonia

30

3.5.- Tipología de artesanías

30- 32

3.6.- Relación Artesanía – Diseño

33- 34

Conclusión

34

Capitulo 4: Vestir el cuerpo	35
4.1.- El ornamento corporal	35- 36
4.2.- Tipos de ornamentos	36
4.3.- El ornamento como JOYA	37
4.4.- ¿Cómo nos vestimos las mujeres chilenas?	37
Capitulo 5: La joyería	38
5.1.- La joyería en la historia	38- 40
5.2.- La joya y sus posibilidades	40- 41
a) La joya como OBJETO DE INTERCAMBIO	40
b) La joya como OBJETO DE STATUS	40
c) La joya como OBJETO MÁGICO	41
d) La joya como OBJETO CAUTIVADOR	41
5.3.- Materiales y técnicas	42- 43
5.4.- Tipología de las joyas	43
a) Clasificación de las joyas según el sector y uso en el cuerpo	43
b) Clasificación de las joyas según materialidad, sistema constructivo y tema	44- 45
5.5.- Joyería en la actualidad	45
5.6.- La joyería experimental	46
5.7.- Joyería chilena	46- 47
Capitulo 6: La diferenciación y el protagonismo de los complementos en el vestuario	48
Capitulo 7: El Diseño emocional y simbólico	49
7.1.- El diseño emocional	49
7.2.- El valor simbólico de la joya	50
Conclusión	50
Síntesis de conclusiones	51- 53

DISEÑO DE PROYECTO	54
Titulo descriptivo	54
Definición del proyecto	54
Entorno interno	55
a) Visión	
b) Misión	
Objetivos del proyecto	55
a) Objetivo general	55
b) Objetivos específicos	55
Perfil usuaria/ Target	56- 60
Mapa Stakeholders	61
Modelo de Negocio	62- 63
Estructura interna- Actores	64
Análisis FODA	65
Entorno Externo	66- 67
Sistema Producto	68
PROYECTO DE DISEÑO	69
Propuesta de Diseño	69
Propuesta Conceptual	69
Génesis Formal	70- 71
Moodboard Inspiración	72
Estructura Colección/ “La macro joya”	73
Elección de materiales	74- 75
Moodboard colores inspiración	76
Carta Cromática	77
Primeros Bocetos	78- 83
Comunicación/ marca	84
Bibliografía	85

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la moda, se ha convertido en un eje importantísimo de nuestra sociedad, buscando la integración de una comunidad y a su vez la diferenciación personal.

La moda y en general las tendencias, aparentan una uniformidad en el vestir y al mismo tiempo pretenden aportar una apariencia homogénea, pero con una diferencia personal, que es dada por el gusto adquirido de cada persona, el cual busca la manera de mostrarse único frente a la sociedad. Una manera de mostrar nuestra individualidad es mediante el uso de vestuario y complementos. En ocasiones los complementos carecen de una finalidad práctica; sin embargo su importancia recae en su justificación, la de realzar, destacar y poner en manifiesto lo que se pretende demostrar frente a la sociedad.

Un ejemplo de ello es mediante el uso de joyería, los cuales toman protagonismo en el momento de querer diferenciarse del resto de las personas; es ella la que realza nuestro vestir, destacando lo que cada persona desee; como ciertas zonas del cuerpo, mediante la forma, el color, la materialidad, etc. Los ornamentos determinan y dejan de manifiesto la expresión emocional del ser humano.

Una manera de diferenciarse frente a esta masa cosmopolita en que vivimos, es mediante la valoración de materias primas naturales y técnicas artesanales, involucrándonos en técnicas originarias de nuestros antepasados, con lo cual se permite crear piezas que reflejan las técnicas y el manejo del material de forma contemporánea, creando nuevas aplicaciones, nuevos procesos formales experimentales renovados, permitiendo generar una diferenciación capaz de convertirse en una ventaja competitiva, frente a procesos en serie y a productos clásicos de la artesanía que no logran introducirse en el mercado urbano contemporáneo actual.

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

Nombre proyecto: “El protagonismo de la joya en el vestuario femenino como un reflejo de **identidad chilena**”

Área temática: Joyería de Autor con sello chileno

El problema...

La globalización trae consigo procesos industriales que homogeneizan la oferta del mercado, viéndose reflejado a través de la producción en serie de una moda masiva, lo cual va generando una desvalorización de lo nativo y de los procesos de manufactura propios, con una evidente pérdida del sentido de lo local y de sello como país.

Frente a esta cultura en que todo se desecha y de cambio continuo, los objetos hoy han ido perdiendo su valor simbólico, debido a la necesidad no efectuada de retomar y revalorizar aquellas materialidades que se oponen a este mundo acelerado y quizás hasta superficial. Es aquí donde lo natural y hecho a mano adquiere un sello único y diferenciador, el cual a su vez posee un **valor simbólico** que traspasa el objeto, convirtiéndose en representante de técnicas tradicionales y materialidades locales.

En el último tiempo los productos confeccionados con materiales de uso artesanal se están paulatinamente valorizando de una manera distinta, ya no solo tienen la valorización de la zona a la cual pertenecen, ahora cuentan con una valorización a nivel de país por el material del que están hechos, la tradición que hay detrás y la técnica que se utiliza en su confección;

últimamente se ha generado una posibilidad de comercio y explotación de aquellos productos, dado la tendencia de moda que valora el uso de materiales naturales. Particularmente, en Chile, esta tendencia se ha manifestado en el diseño de joyería, donde diseñadoras como Chantal Bernsau, Marta Morrison, Daniela Gloger, Vania Ruiz, Valeria Martínez, Claudia Betancourt (Walka) entre otras, han generado propuestas que rescatan estas materias primas chilenas no convencionales para la orfebrería como maderas, cueros, crin, lanas y algunas fibras naturales, que a través de nuevos procesos productivos, mezclan técnicas antiguas con modernas, generando así una nueva expresión del material, otorgándole un nuevo lenguaje, más actual. La tendencia hoy en día no es hacia una joyería de oficio tradicional, sino más bien a una joyería con diseño original y que se atreve a experimentar con otros materiales.

Si bien hay claros y reconocibles casos en la joyería chilena en donde se trabajan materialidades y técnicas artesanales como es el caso de la paja teatina o el crin en Rari, éstas tienen mucho potencial expresivo, pero aun están en estado puro, rústico y sin pulir. Estas propuestas carecen de un sello propio característico que los haga sobresalir o diferenciarse entre una propuesta y otra. Las morfologías de estos productos son similares con los que realizan artesanos. Es todo muy igual y muchas veces se cae en la copia y lo seriado. Además de no poseer en algunos casos, en su conjunto elementos y técnicas 100% chilenas. No se trata de rescatar técnicas y materiales autóctonos y descontextualizarlos por que sí. La joya por la joya no tiene ningún sentido si no hay una experimentación de técnica y materiales detrás, que lo

haga innovador y una creación actualizada. Además de poseer un contenido y un propósito. La joya puede llegar a ser una excusa para narrar una búsqueda, para dar continuidad, para poner en valor la tradición de una técnica o material, algo que tiene una historia.



Collares en crin de Chantal Bernsau



Artesana del crin, Linares. Imagen tomada en terreno,
37° Muestra de artesanía tradicional internacional, Santiago, Nov. 2010



Aros en paja teatina de Marta Morrison



Artesana Juana Muñoz, Santa Cruz
Imagen tomada en terreno,
37° Muestra de artesanía tradicional internacional, Santiago, Nov. 2010

Como se puede ver en las imágenes, en ambos casos las diseñadoras rescatan una materialidad y una técnica chilena. Si bien esto es rescatable desde el punto en que toman algo propiamente chileno y los llevan a sus diseños, éstos no logran ser tan innovadores y se asemejan mucho a los trabajos realizados por las artesanas, en cuanto a forma, materiales complementarios (plata) y acabados.

A lo antes mencionado, se le suma la amplia gama de complementos existentes en el mercado fabricados con una gran diversidad de materiales y al ser un bien de consumo preponderante en la conformación de la totalidad del vestir femenino, hace que la consumidora pueda elegir y adaptarlo a su propio estilo. Sin embargo éstos sufren renovaciones constantes siendo parte de cortos ciclos de vida ya sea por su calidad o renovación formal, convirtiéndose finalmente en un desecho más y menos trascienden en el tiempo, porque está claro, siguen modas. Es así como en el diseño de complementos, se ha observado una homogeneización mediante el uso de materiales sintéticos y en contados casos se incorporan materiales naturales, además de la falta de experimentación y evolución del complemento, coartando las posibilidades de visualizarlos formalmente actualizados, potenciando la **expresión y lenguaje que otorga el material**, más allá de seguir tendencias. Esta necesidad responde más bien a crear una contratendencia, a no seguir modas, a valorar más lo propio, lo que nos hace únicos y no un producto de masas. Recuperar ese valor simbólico de las cosas, ese valor que trasciende en el tiempo.

Existe una oportunidad...

A través de los años ha ido cambiando el potencial comprador de la “joya”. Hasta hace pocas décadas atrás, el comprador típico de éstas eran los hombres, quienes las compraban para obsequiar a sus parejas, e indirectamente mostrar su poder económico. Con la inserción de la mujer en el campo laboral y su consiguiente capacidad económica propia, ellas además adquieren directamente sus joyas evidenciando un criterio de elección muy diferente.

Una mujer moderna, independiente e inserta en el ámbito laboral es conciente de su estética. Ya no es una mujer uniformada, sino que se preocupa de no llevar las mismas piezas todos los días y sobretodo busca la exclusividad en ellas. La compra actual de joyería o más bien de ornamentos corporales está muy ligada al propio placer, responde a la estética femenina, más atenta a los detalles de diseño que a lo costoso que puede llegar a ser el material o no. Las

mujeres compran hoy lo que les gusta, compran diversas piezas pensando en combinarlas con su ropa, no para mostrar poder económico, sino que para sentirse bellas. La joya actual es, definitivamente, parte integral del guardarropas diario como un objeto muchas veces **protagonista**.

¿Y por qué Joyería de Autor?

Hoy hay una necesidad de ser diferente, de notarse, de querer expresar con el vestuario, y cada vez es la “joya” la que está tomando un gran protagonismo en el vestir femenino. Más allá de ser un simple complemento, es una forma para destacar y sobretodo **expresar**. Muchas veces la joya define el vestuario que llevamos y se hace imprescindible. Es por eso que la joyería contemporánea de autor es un buen medio para innovar ya que es una expresión **versátil, flexible** y que por sus características es capaz de ser plasmada en una gran cantidad de materiales, y éstos, ser tratados de una infinidad de formas. A esto se le suma que Chile, por su geografía, cuenta con una gran diversidad de expresiones artesanales que dan cuenta de su riqueza patrimonial. Nos encontramos con una variada gama de materias primas y oficios tradicionales a lo largo y ancho de nuestro territorio.

La inclusión de materiales no convencionales, la combinación de técnicas tradicionales con modernas y la búsqueda de un lenguaje propio están marcando la joyería chilena actual, que rescata lo propiamente chileno. Hay una incipiente búsqueda de **signos propios de nuestra identidad**, algo que nos vincule a nuestras raíces, y qué mejor que la joyería, con esa cualidad de “destacar”, para convertirnos en individuos que tenemos lugar de pertenencia en esta “masa cosmopolita”. La joya deja de ser un simple complemento en nuestro vestir, la joya enaltece y destaca lo nuestro, lo que somos y nuestras raíces.

Es una manera de decir algo diferente dentro de un sistema que es, obviamente, un sistema en serie, porque la moda trabaja con grandes volúmenes, tiende a lo masivo. Una manera sensible de llevar en esta joya parte de nuestra identidad, de nuestra artesanía, de nuestra tierra.

Idea de Proyecto

Proyecto de **diseño de autor** que nace del resultado de la investigación y **experimentación textil**. Propone **romper** con las convencionales maneras de percibir una pieza de joyería asociada generalmente a un valor monetario y materiales lujosos, innovando justamente dentro de la **joyería** chilena actual que aún mantiene sus formas y usos excesivamente controlados. Con esta desestructura de los formatos y materiales tradicionales, además de asignarle contemporaneidad a la obra de joyería se le entrega un **valor conceptual y simbólico** que se lo da el Diseño como eje central en el proceso creativo. Se presenta la joyería textil como fuente de **expresividad** en toda su dimensión, **imponente y protagonista** como medio de refuerzo del espíritu individualista del ser humano y como medio de **valoración de lo local** buscando nuevos lenguajes expresivos que apoyan el afán de distinción del ser humano en los tiempos actuales tan masificados. Quien compre una pieza sepa que no sólo se está llevando un objeto de diseño, sino también una manera diferente de mirar el mundo identificándose con lo que es nuestro...llevar un pedacito de Chile en el cuerpo como algo valioso...**una joya**.

Objetivo principal del proyecto

A través de este proyecto se busca generar un emprendimiento de diseño que se sitúe en torno a la constante búsqueda y experimentación con **materias primas propias y reconocibles como chilenas**, de manera que contribuya a la valorización de lo local a través del diseño con **técnicas asociadas al ámbito artesanal pero de una forma actualizada e innovadora**. Plasmando los significados implícitos de nuestros aspectos locales, llevando estas materialidades naturales a un presente vanguardista que valora lo natural, de manera formal y conceptual, realizando y fusionando técnicas y materiales, convirtiéndolas en símbolos sociales y representativos.

Se pretende generar con esto diferenciación y renovación en la oferta existente en los mercados actuales, gestando así un emprendimiento sustentable en el futuro, responsable con el medio ambiente y la sociedad.

MARCO TEÓRICO

Capítulo 1: Análisis del contexto

1.1.- Contingencia actual en nuestro mercado / La MODA en CHILE

La moda de cierta forma es un reflejo del tiempo en que vivimos, se convierte día a día en un fiel testimonio de nuestra manera de ser y de pensar. Por tanto para poder entender el mercado y el consumidor al cual va dirigido este proyecto, es necesario interpretar los cambios que se producen en ella.

La moda ha sido siempre un espejo de la sociedad, de los valores y rasgos del consumidor, sin embargo la globalización la afecta porque masifica los gustos, alineando el mundo en tendencias y preferencias que marcan la norma y se van perdiendo nuestros valores como chilenos, nuestro individualismo como personas. A esto se suma la producción estandarizada, generando una uniformidad en el vestir. Estos hechos provocan que la propia identidad se vea afectada. Enfrentados a un planeta estandarizado por las modas, toda persona trata inevitablemente de reafirmar su personalidad. En respuesta de esto, buscamos objetos únicos que nos haga diferenciarnos del resto, pero que a la vez, reafirmen nuestro ser.

Además de expresarnos verbalmente, nuestro cuerpo es el que comunica a través de un lenguaje visual, en la forma en que gesticulamos, en que nos comportamos, nos vestimos y nos ornamentamos. Es justamente este individualismo el que se expresa con estos signos empleados en la indumentaria y que contienen un valor simbólico, con el fin de distinguirse en la sociedad, identificarse con alguna tendencia e indicar distancia entre grupos. Si bien la moda nos estandariza, también torna heterogéneo el espacio social donde nos desenvolvemos, generándose grupos y estilos que son más bien pasajeros, sin identidad y ajenos a nuestro país (ej. tribus urbanas, o en grandes rasgos las tendencias que recibimos del exterior).

Dentro de este mercado estandarizado, masivo y donde reina el fast fashion nace el DISEÑO DE AUTOR que quiere ofrecerle al consumidor la posibilidad de encontrar su singularidad y lo que realmente lo identifica. El diseño de autor tiene todo un mercado por construir, es el mercado que va creando su propia marca. Es decir, la marca no sólo tiene que tener identidad propia sino que tiene que poder comunicar y generar a sus propios consumidores. El diseñador debe tener una sensibilidad, una percepción y una capacidad creativa para poder decir algo diferente dentro de un sistema que es, obviamente, un sistema en serie, porque la moda trabaja con grandes volúmenes, tiende a lo masivo.

¿Pero qué pasa con el retail? ¿Puede ser una amenaza para este Diseño de Autor en Chile o es más bien una oportunidad para impulsar la creación y diferenciarse de las masas?

Por mucho que se hable del diseño de autor en Chile, en nuestro mercado sigue imperando el retail, una gigante industria de moda rápida y masiva que nos dicta qué es lo que tenemos que ponernos cada temporada.

(1) El retail significa “ventas al detalle” y paradójicamente es lo contrario ya que convierte en masivo todo lo que toca. No es un trabajo instantáneo, sino que empieza años antes de que una tendencia se masifique.

Según Ricardo Bennett, gerente de negocios de vestuario en Paris, cerca del **90% de las mujeres chilenas** compra el vestuario en las multitiendas .Y alrededor del **70% del vestuario** que se vende en Chile, se vende en el retail.

A diferencia de lo que pasa en Chile, en otros países la moda masiva no se centra en las multitiendas, sino en el retail especializado como Zara, Topshop, Uniqlo, H&M y otras marcas que impulsaron el llamado “fast fashion”, una moda accesible, muy rápida en la que rotan las colecciones cada dos o tres semanas.

En Chile las multitiendas tienen ciclos de producción mucho más largos, porque mandan hacer el vestuario a China o a India. Pero aun así, presionadas por este fast fashion y por consumidoras cada vez más exigentes e informadas, las grandes

tiendas han incorporado marcas propias y más exclusivas para poder competir y masificar la tendencia de turno. Sobretudo con Zara que es el retail especializado más importante de nuestro país, y se lleva el 5% de las ventas de vestuario femenino. Pero esto que es un poco más "exclusivo" sigue siendo igual porque es extraído de ideas foráneas.

¿Por qué el retail tiene tanto éxito en Chile?

Las tiendas retail triunfan en Chile por dos razones; por que son muy femeninas y porque se puede pagar con tarjetas de crédito. Las multitiendas influyen en el gusto del público, les cuentan un cuento, incluyen rostros en sus campañas, les dictan lo que hay que ponerse, y el grupo de personas que tienen un gusto más exclusivo es poco. Al fin y al cabo todos caemos de alguna forma en lo masivo. La chilena es muy influenciada en cuanto a la moda, ya que pocas veces se busca un look propio.

Según un estudio de Adimark y Unilever realizado el 2009, el promedio que gastamos las chilenas en vestuario es de **\$50.000 al mes**. El **40% prefiere esperar las liquidaciones** y sólo el **14% compra al principio de temporada**.

(1) Altomonte, Guillermina. (Marzo 2011). *El imperio del retail*. Revista Paula, volumen 1067, 84- 88.

Datos duros: Altomonte, Guillermina. (Marzo 2011). *El imperio del retail*. Revista Paula, volumen 1067, 84- 88.

El SLOW FASHION como acercamiento a nuestra raíces

La moda actual, nos obliga a utilizar determinados objetos por poco tiempo y luego desecharlos, promoviendo la cantidad y no la calidad. En respuesta a este fast fashion nace el movimiento slow que promueve el uso de materias primas orgánicas y de materiales tradicionales. Además de que la moda va cambiando velozmente, las prendas actualmente no están fabricadas para durar ni siquiera un año, por lo que si mejoramos la calidad, entonces podremos lucirla más tiempo. La calidad, en el mundo de la slow fashion, no se centra únicamente en la durabilidad, sino que, al igual que el pionero movimiento "slow food", incluye el respeto y la conservación de materias primas orgánicas y éticas, así como un intento de preservar las tradiciones y materiales locales.

El slow fashion, como la palabra lo indica, promueve el uso por un tiempo más prolongado de los objetos y que sugiere que seamos más concientes y que estemos comprometidos con lo que compramos. Esto puede sonar como algo "políticamente correcto", pero el concepto va mucho más allá. Es la apreciación por el trabajo artesanal, que entrega **un trabajo hecho a mano, único y lo más importante: HECHO CON CARIÑO**. Un recordatorio de que los diseños deberían ser vistos como algo que "respetar y querer conservar".

Este concepto de vivir más lento y disfrutar de los detalles tiene toques de nostalgia. Un ejemplo de ello son los chalecos que nos tejía la abuelita con tanto cariño o alguna joya especial que se heredaba en la familia la cual atesorábamos y lo usábamos porque tenía un gran valor emocional para nosotros, son cosas que se han perdido.

Convencer a la gente para que use los objetos durante más tiempo tiene que ver menos con un cambio en el modo de consumo y más con un desafío de los diseñadores para aprovechar "la emotividad de los diseños de manera que el usuario pueda valorar más el producto y conservarlo durante más tiempo, no porque sigue una moda, sino porque tiene una **carga emocional y simbólica** que va más allá y que la hace atemporal frente a cualquier moda pasajera.

¿Cómo podemos competir con la producción masiva y este fast fashion?

(2) Según el italiano Alessandro Massarini, experto en marketing de moda:

"Los productos nacionales pueden ser exitosos a nivel internacional, e incluso competir con China, si son únicos. Eso solo se consigue cuando se rescata la identidad de país. Italia, por ejemplo, es exitosa porque se cuenta a sí misma en cada producto. Si los chilenos sintieran más orgullo de lo que les es propio, la historia de su moda sería otra". Imitar a China es un autogol, mientras que buscar en las raíces es un gol. China puede producir barato, pero no puede copiar la historia de un país. "

Lo que dice Massarini es clave, la manera de diferenciarse frente a esa masa, frente a lo que nos ofrece el retail es justamente a través de lo que nos es propio, lo que nos hace únicos frente a esta masa cosmopolita, nuestras raíces como país.

Si bien para un joven diseñador chileno le es difícil competir con los precios de las importaciones chinas, se la puede jugar por la calidad, pero más que eso, por lo nuestro, porque es único y si es de acá no se puede copiar, por lo tanto tiene más potencial exportador.

Es importante también darse cuenta que los consumidores chilenos quieren estar al día y vestirse como los europeos o los norteamericanos, porque están influenciados por la moda que llega de afuera, porque queremos estar en el circuito y a la vez ser diferentes. Como diseñadores hay que saber cómo atraer a nuestros compatriotas y acercarlos más a lo propio. No caer en lo típico, sino que nos atrevamos a crear nuevas cosas con lo que es chileno. Por ahí se puede lograr una mezcla que conquiste tanto a los chilenos como a los

extranjeros y que al fin nos haga sentir orgullosos de lo nuestro. Ir a la vanguardia es atreverse a proponer, ir más allá de lo estandarizado, generar actitudes y ser consecuente con ello. Ser capaz de realizar un producto diferente, creativo y que se quiera llevar, con toda esa carga de lo hecho con "manos chilenas" que hay detrás.

(2) Beuchat, Sofía. (Marzo 2011). *Entrevista a Alessandro Massarini "Cómo emprender en moda y no morir en el intento"*. Revista Mujer La Tercera.

1.2.- Contingencia actual en nuestro mercado / La MODA en el MUNDO

La MODA en el mundo VA CAMBIANDO...

Las tendencias son la manera en que la moda recoge y “aterriza” en propuestas concretas las inquietudes que afectan a la humanidad. Por ejemplo luego del atentado de las Torres Gemelas, las pasarelas se llenaron de ropa negra en señal de luto, la crisis económica de 2008 acortó los vestidos y las mangas porque se necesitaba usar menos tela y el calentamiento global dio auge a la eco moda.

Las empresas de moda trabajan hasta con dos años de anticipación para saber que se debe proponer y acuden a consultoras, como la francesa Promostyl o la norteamericana WGSN, que observan lo que está ocurriendo en la calle y en las élites intelectuales, con el fin de captar cómo se comportará la moda y los consumidores. Su función es descubrir las grandes filosofías que servirán como marco para el surgimiento de diferentes tendencias.

WGSN es la compañía líder en investigación, análisis y predicción de tendencias en moda y diseño. Ha publicado las principales claves que cambiarán la moda en los próximos 5 años y las tendencias que se verán en las siguientes temporadas. Entre ellas destaca la atemporalidad de las prendas, el concepto de lujo humilde, las campañas de medio ambiente adaptadas al vestuario:

1) Sin temporadas

Antes la industria de la moda estaba acostumbrada a controlar las estaciones, pero ahora esto ha cambiado, siendo la demanda del consumidor lo más importante. Los retail de moda rápida como Zara junto con el aumento de la amenaza del cambio climático, han modificado la tradicional dinámica de dos temporadas al año. En muchos sentidos la moda se está convirtiendo en

atemporal. Más allá de las excepciones de ropa de abrigo y ropa de playa, muchos de los productos van a empezar a ser diseñados ahora para venderse siguiendo el concepto de lo atemporal. En el caso de la pasarela de Milán de la temporada primavera/verano fueron presentadas una mezcla de prendas de verano e invierno y looks compuestos por capas para que sirvan para cualquier tiempo, y en una paleta de colores normalmente asociadas con los tonos otoñales, colores tierra, tostados y anaranjados. Es decir, la temporada no condiciona el vestuario, al contrario este se adapta para ser utilizado en varias estaciones del año.

2) La Moda Lenta

Así es como se predice que evolucionará el mercado del lujo en un futuro no muy lejano. Los diseñadores no trabajarán según las temporadas, sino cuando estén listos y tengan algo que decir. No estarán sujetos a los ciclos de la moda tan acelerados. La idea principal del concepto *slow fashion* es lograr tener un diálogo con los diseñadores, en el que los consumidores estarán implicados con el proceso del diseño. Algo como la alta costura o la sastrería a medida de Saville Row.

3) El lujo humilde

El concepto de lujo humilde viene de una investigación realizada recientemente en Tokio. Los japoneses llaman a este principio “IKI”, en el que se explora la belleza discreta que fomenta una **aproximación intelectual al diseño**. Se encuentra **belleza en lo imperfecto, en lo asimétrico, en la sencillez y naturalidad de las formas**. Es una veneración por lo auténtico, lo que conecta al individuo con su esencia. Esa característica de conexión entre el HOMBRE- SU TIERRA- SUS RAÍCES.

Este nuevo consumidor busca la calidad y el diseño con una sensibilidad distinta. El lujo humilde es perfecto para la mujer que no está cegada por los llamativos excesos de la vida, es decir, **acepta la belleza de una calidad y unos acabados diferentes**. Esto es lo que lo hace único y no un producto de masas.

4) El estilo lo es todo

El cómo se lleva una prenda se convertirá ahora en **centro de atención**. Divertirse con la moda es fundamental. Se adoptará un *total look* de pies a cabeza, ya sea con inspiración de un estampado, una época o un personaje determinado.

5) El Eco-activismo

Los acontecimientos naturales, el calentamiento global han creado en los consumidores una conciencia ecológica y una preocupación por respetar la naturaleza. Esto ha hecho que los diseñadores de moda se preocupen del medio ambiente y está surgiendo una nueva generación de activistas de la moda, que atrae sobretodo a la juventud y da relevancia al movimiento actualmente.

Según Martha Calad, directora de los informes de Inexmoda (Instituto para la Exportación de la Moda, de Colombia), explica que hoy hay dos grandes ideas en moda: el **hedonismo** y la **preocupación ecológica**. Con estos elementos conviven diferentes actitudes que predominarán en la moda. Los consumidores van con libertad de un comportamiento a otro. Estas actitudes son cinco:

- **Ánimo ancestral**

Gracias a internet, el planeta es una aldea global, sin fronteras. Por eso, cada vez más personas buscan signos de su identidad en elementos que provienen de los **pueblos originarios**, que los vinculen con sus raíces y así los conviertan en individuos que tienen un lugar de pertenencia en la masa cosmopolita. La moda busca referentes en personas que rescatan sus raíces y las difunden.



Paralelamente, **lo indígena** cobra cada vez más valor. Un ejemplo de esto es la tradicional trenza de los andinos que presentó Chantal Bernsau en un desfile del Congreso Ixelmoda, en Cartagena de Indias en diciembre del 2009.

Otro caso destacable es el proyecto "Araucania textil" de los diseñadores Maricarmen Oyarzún, Gerardo Tyrer, el orfebre italiano Luca Cioffi, en conjunto con artesanas textiles chilenas, que busca mezclar y permitir el intercambio de la riqueza del conocimiento ancestral mapuche, con las técnicas de moda contemporánea que aportan los diseñadores. De ahí nace la exposición "Estética de un Territorio en Movimiento", donde se crean colecciones que rescatan técnicas tradicionales, pero actualizando de una forma innovadora el trabajo textil mapuche. La lana, la plata y la madera interactúan para dar vida a nuevas creaciones textiles con identidad. A fines del 2007, Gerardo y las artesanas terminaron de llevar a la práctica 30 prototipos, que se convirtieron en la colección que hoy presentan bajo la marca "Amaru" presente en todas las ferias de diseño del país. Es decir un proyecto que nace de lo social y lo local recatando y potenciando el trabajo artesano y que más tarde se convierte en una marca donde sus diseños son apreciados tanto por clientas chilenas como extranjeras.



Exposición "Estética de un Territorio en Movimiento", del proyecto de diseñadores en conjunto con artesanas mapuches "Araucanía textil"



Imágenes tomadas en terreno. Aquí la marca Amaru presente en Ropero Paula, Santiago, 26 de Mayo 2011

En resumen se puede decir que tanto en las pasarelas nacionales como internacionales se está visualizando muy claramente esta tendencia de rescatar lo local, la identidad, los elementos provenientes de pueblos originarios que nos ligan con nuestras raíces, de una forma **descontextualizada** como lo que hace Chantal Bernsau o trabajando técnicas y materialidades chilenas de una forma actualizada.



Imagen tomada en terreno, stand Chantal Bernsau en Ropero Paula



Imagen tomada en terreno, stand de la marca "Hila", textiles diseñados con hilados de distintas zonas de Chile, rescatando la técnica del telar artesanal. Ropero Paula, Santiago, 29 de Mayo 2011.

Si se mira desde otro punto de vista, lo que se está haciendo es reinventar el vestuario chileno, como una reminiscencia a nuestros trajes típicos pero que al mismo tiempo se **contextualizan** en la actualidad. Lo que se presentó en Ropero Paula, fueron piezas icónicas como chupallas y trajes de huaso, ponchos de lana y accesorios mapuches llevadas y adaptadas en un vestuario cotidiano.



Imagen tomada en terreno, desfile inaugural Ropero Paula, Santiago, 26 de Mayo 2011

- Los excéntricos

Desde Salvador Dalí hasta Björk o Tim Burton la sociedad siempre ha tenido un espacio para quienes siguen la estética de la locura que lucha contra el anonimato. Hoy, esa necesidad de **ser diferente y de notarse** es potenciada por la globalización, que unifica al aceptar la diversidad. Y, además, por la existencia de tecnologías que permiten ver y ser visto. Uno de los grandes impulsores de esta tendencia es Alexander McQueen y la excéntrica Lady Gaga.



- Actitud conciente

Rustek es el término en boga para referirse al vestuario que se preocupa por el calentamiento global: un concepto que indica que es rústica, pero tecnológica. Se usan colores neutros, líneas simples, fibras que utilizan recursos renovables y pasan por procesos altamente tecnológicos para reducir la emisión de contaminantes y la huella de carbono. Son personas que promueven el **eco fashion**, que siguen a Al Gore y son concientes del daño que se le ha hecho a la tierra. Hacen una crítica a la industria, pero no en forma rebelde o agresiva sino tratando de generar giros pequeños que hagan la diferencia. Estas transformaciones no se contraponen

necesariamente al modelo neoliberal, sino que intentan adaptarlo a las necesidades sobre las cuales el cambio climático está encendiendo una alarma.



Raíz Diseño es una de las iniciativas que existen en Latinoamérica para la difusión de ideas relacionadas al diseño sustentable. Dentro de su misión está la ampliación y promoción de la profesión del diseño en lo relacionado a la visión de futuro, emprendimiento e innovación dentro del marco de la sostenibilidad económica, ambiental, social y cultural. En la presente muestra de Raíz Diseño realizada en Chile a finales del mes de septiembre, se presentaron los nuevos diseñadores y artistas chilenos comprometidos con el equilibrio social y medioambiental. Se realizaron desfiles de moda ética, exhibiciones, foros y muestras en torno al diseño de vestuario en Chile con énfasis en la ética y el diseño de autor. Una mirada del diseño como motor de un desarrollo sustentable y de nuevas marcas de identidad.



Imágenes tomada en terreno, marcas de diseñadores que trabajan con materiales naturales y amigables con el medio ambiente, utilizando en estos casos lana de oveja en vestuario femenino, o 100 % algodón en ropita de bebé. Raíz Diseño, GAM, Santiago, 2 de Oct. 2011

- El futurismo

Ante un presente inquietante hay dos opciones: mirar al pasado, como quienes se suman a la actitud ancestral, o hacia el futuro. Los que han tomado esta opción quieren estar vestidos hoy con lo que se usará mañana. Buscan prendas con formas que den una sensación de protección frente a lo desconocido, en texturas, **materiales y formas vanguardistas e innovadoras**. Se vinculan con propuestas del modernismo: la asimetría, el blanco, negro o gris.



En la pasarela Raíz Diseño se pudo ver toques de esta tendencia, con la marca Híbrida, diseño de complementos asimétricos y muy vanguardistas, utilizando materiales poco tradicionales en la creación de complementos.



Imágenes de Híbrida, Raíz Diseño, GAM, Santiago, 1 de Oct. 2011

- Gran nostalgia

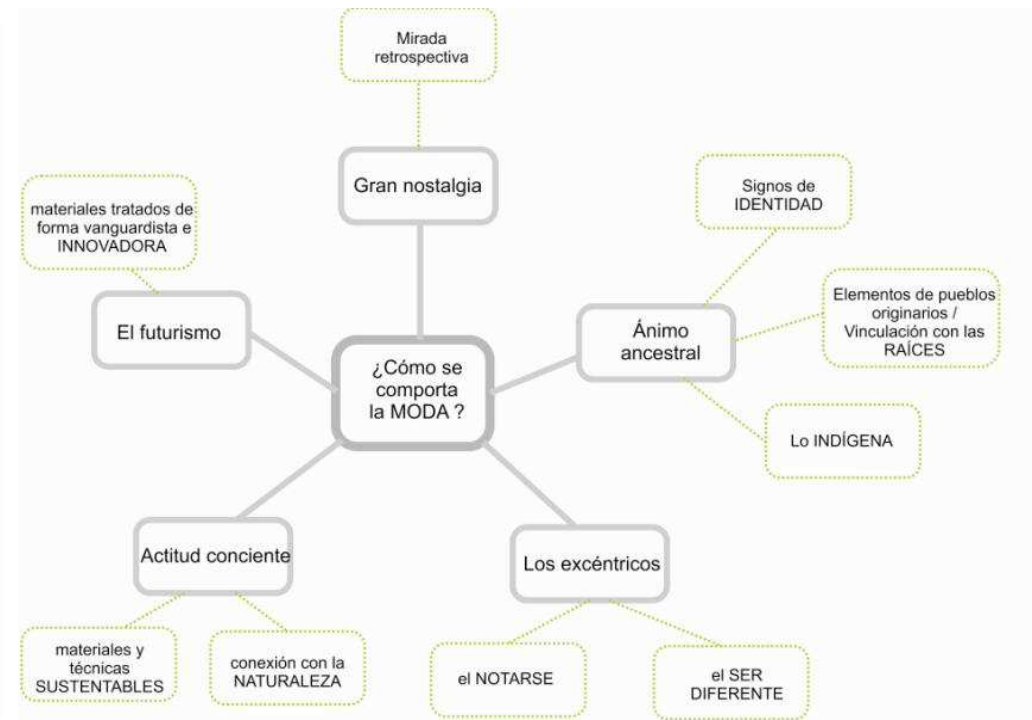
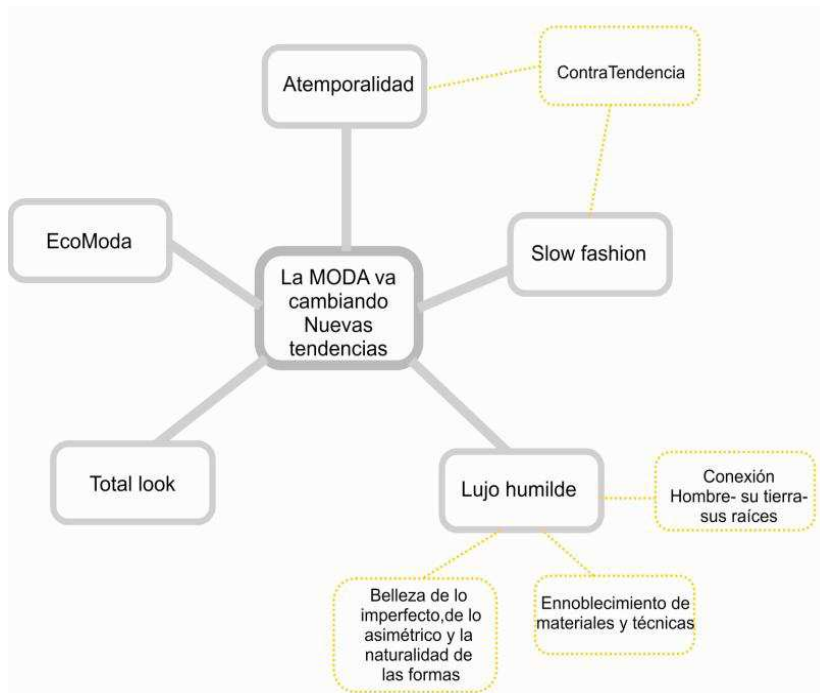
Hoy prima en el mundo una sexualidad abierta y carente de prejuicios, pero con los costos de la promiscuidad como una lección aprendida. Y ello ha hecho surgir una nueva valoración de lo femenino, lo romántico, lo ingenuo. El mundo de la moda está añorando la imagen de la señorita clásica, y por eso puso sus ojos en la primera mitad del siglo XX. En las pasarelas hay referencias al lujo de los años 20, a la austeridad de los 40, al optimismo de los 50. En este contexto, la cintura cobra importancia a través de vestidos que tienen grandes volúmenes de tela en su parte inferior. La chica pin-up se refina con estilizados shorts de vestir. Constantemente se está volviendo al pasado proyectando en el vestuario una **refrescante mirada al pasado**.

Beuchat, Sofía. (Marzo 2010). Reportaje "Los ánimos de la moda 2010" Revista Mujer La Tercera.

En conclusión, según estas tendencias y cómo se comporta la moda, se rescatan características relevantes que ayudarán a **generar la presente propuesta de diseño**, como oportunidades detectadas para llevar a cabo el proyecto e insertarlo en el mercado actual.

Si bien la idea de proyecto va dirigida a crear más bien una “contratendencia”, en el sentido de no seguir modas pasajeras, es importante enterarse de cómo está funcionando la moda en su totalidad, en que contexto y mercado se está

introduciendo el proyecto, asegurándose de que exista un nicho. Es por esto que se toma como referente estas ferias y pasarelas de diseño que se realizan a nivel nacional, en las cuales se reúnen diseñadores y consumidores, quedando de manifiesto las distintas tendencias a nivel mundial.



Capítulo 2: Tendencia actual en el área temática: Lo NATURAL y HECHO A MANO como tendencia

La belleza de la naturaleza la hace cautivante y estimulante a los sentidos, convirtiéndola en un importante foco de estudio para diversas áreas: filosóficas, artísticas, poéticas, científicas, etc. Su valorización conlleva a la utilización de sus recursos, que a su vez ofrecen posibilidades de reinterpretación unido a la utilización de sus materias primas para su desarrollo, convirtiéndose en principal factor de riqueza, pues ésta inmediatez y cercanía tiene relación directa con la influencia del entorno en nuestra comunicación como símbolo, el cual radica en los recursos que ofrece ya sea para uso y/o contemplación (función y/o estética).

Cada individuo, a través del vestuario y los ornamentos generan una sumatoria de objetos primordiales, que son determinantes en la imagen y el mensaje que se quiere evocar y mostrar.

Según Sue Jenkyn Jones, creadora del libro "Fashion design", se pueden definir 8 distintas funciones y utilidades del vestuario relacionadas con su entorno. Estas funciones son:

- utilidad
- pudor
- atrevimiento (atracción sexual)
- afiliación social
- autoestima
- modernidad
- diferenciación simbólica
- adorno.

En el caso de la DIFERENCIACIÓN SIMBÓLICA está dada por el significado de símbolo que la prenda tiene para el sujeto, por ejemplo la **materialidad**

con que está desarrollado el elemento, pues tal cualidad transporta al sujeto al **origen**, a descubrir emocionalmente el traspaso originario de la materialidad al objeto, generando una sensación simbólica, evocando un momento pasado o representando un estilo de vida.



Hoy en día, el surgimiento de una tendencia étnica se convierte en claro ejemplo de cómo el vestuario y sus complementos comunican y crean a través de sus **materialidades y formas**, un estilo o modo de vida ligado a lo natural y al respeto medioambiental, siendo el reflejo más directo de esto, el vestuario como totalidad, el cual está conformado y constantemente **transformado por complementos** los cuales son los configuradores del estilo.

El estilo étnico

Podemos definir estilo étnico como un modo de vida, que en la actualidad surge como respuesta a todos los acontecimientos ligados al cuidado del medioambiente, ya que en este siglo, existe una fuerte valorización por el consumo “consciente”, el cual marca la diferencia y es una pauta para el consumidor a la hora de comprar. Es así como, el uso del vestuario fabricado con materialidades puras o recicladas, se convierte en un símbolo y reflejo de la actitud del usuario frente a la vida. Este hace del vestuario, el soporte de un **estilo de vida ligado a lo natural**, en un contexto urbano, caracterizándose principalmente por la naturalidad, los fuertes coloridos, cuerpo y mente sana.

Así, la elección de productos con **carga identitaria**, la valoración de distintas expresiones de la **artesanía que evoluciona** y se torna vanguardista, manifiesta el comportamiento y personalidad del individuo, permitiéndole hacer una mezcla entre el pasado histórico y el presente cambiante (**lo que fuimos, somos y queremos ser**), de modo que es aquí donde toma verdadero valor la procedencia de los productos, su materialidad y el modo en que se elaboró.



Este último tiempo además del feng shui se ha adoptado otra tendencia oriental que otorga armonía y equilibrio a los espacios donde habitamos, este es el Wabi –Sabi, un término estético japonés que describe a objetos o ambientes caracterizados por su “simpleza rústica”. Más que un término se trata de una filosofía de vida natural, donde se intenta vivir una vida más sencilla, valorando la imperfección y la edad de las cosas. Combina la atención a la composición del minimalismo, con la calidez de los objetos provenientes de la naturaleza. En ella se encuentra belleza en lo imperfecto, en lo asimétrico, en la sencillez y naturalidad de las formas. Es una veneración por lo auténtico, por lo hecho a mano, lo que conecta al individuo con su esencia. Justamente esa característica de conexión entre el hombre-su tierra-sus raíces.

“Crear, destacar e interiorizar los sutiles matices de los objetos y de la naturaleza, con el fin de elevar la simplicidad, la nada, la belleza y la evanescencia de la vida”

(Filosofía Wabi-Sabi : el arte de la impermanencia japonés, Andrew Juniper, Ed. Oniro)

Es así como no sólo en el vestuario queda de manifiesto esta tendencia de lo natural y hecho a mano, sino que también en la decoración. Se trata de todo un estilo de vida en que se convive a diario con elementos, piezas, artesanía de nuestro país.



Tres ambientes en donde se decora con artesanía chilena. Imágenes reportaje Vivienda y Decoración, Sábado 25 de Julio de 2009. Fuente: www.emol.com

Capítulo 3: La Artesanía Chilena

3.1.- Definición artesanía

Nombre que se le da a los objetos realizados manualmente, sin utilizar técnicas industriales para su elaboración.

(www.matemagica.com/glosario.htm)

La artesanía como forma de expresión humana es la manifestación más significativa de la diversidad cultural, que es expresada por los artesanos, quienes reflejan su creatividad e identidad cultural a través de los objetos y artefactos que realizan.

(Artesanía, cultura viva, Sercotec/Pontificia Universidad Católica de Chile/ Consejo Nacional de la Cultura y las Artes)

La elaboración de objetos de forma cuidada e individualizada. Si en origen era la fabricación de herramientas y objetos útiles que se hacían de forma no industrializada, ahora se entiende además como la fabricación intencionadamente individualizada y en parte manual para imprimir a lo producido un sello "único".

(www.qusqsm.com/pep04.php)

El artesano es el intermediario entre el concepto y el objeto, y su producto es una obra única, no importa cuantas veces la haya repetido, porque su carácter artístico no disminuye en la repetición, por lo contrario, lo va haciendo mas maduro y depurado.

(Artesanía tradicional, Horacio Larrain/José miguel Ramírez/Isabel Baixas/ Celina Rodríguez/ Carlos Aldunate/ Nicolás Piwonka, ediciones universidad católica de Chile, segunda edición)

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."

(Simposio Internacional "La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera", Manila, Filipinas, 1997)

Entendemos que la artesanía es el acto de crear cosas con las manos, donde la utilización de maquinarias, es casi nula. La artesanía muchas veces además representa la identidad de cada pueblo o lugar donde se realiza, utilizando materiales locales, los cuales muchas veces, son únicos de su región.

La artesanía propiamente tal, no siempre está ligada a un pueblo o lugar, el simple hecho que sea producida de forma manual, y donde existe la utilización mínima de maquinaria, y debido a esto su producción sea lenta y detallada, hace que un objeto sea artesanal, la cual crea un valor agregado al objeto producido.

Según el consejo nacional de la cultura y las artes, la artesanía tiene un valor artístico, cultural, social y económico, con fines utilitarios, estéticos, artísticos y creativos, que se vinculan a la cultura, tradiciones, símbolos y significados religiosos y sociales, y a la vez conjugan elementos de la tierra, destreza, materiales y usos, que entregan en su hacer, los universos de la naturaleza unidos bellamente por la necesidad de crear.

3.2.- Artesanía tradicional

Según la fundación de artesanías de Chile, la artesanía tradicional es: Toda aquella que forma parte de la cultura material e inmaterial de un pueblo o comunidad. Constituye un Patrimonio colectivo que se desarrolla en un contexto histórico determinado, que se expresa en la continuidad de determinados patrones estéticos, definidos por diseños, forma, colores y técnicas que son heredadas de generación en generación y cuyas estructuras originales pueden ser mantenidas a través del tiempo o reelaboradas, conservando aquellos elementos distintivos que le otorgan identidad y sentido de pertenencia.

(www.artesantiasdechile.cl/artes/inicio.htm)

La artesanía permite reconocer la identidad de cada región o lugar, los objetos, desde sus materiales, sus formas, su colorido y sus usos, nos permiten establecer las características culturales de cada zona. La bondad o dureza del clima, la topografía, la cercanía o lejanía del mar o la montaña, la extensión del territorio y los materiales que se encuentran en él, son condiciones que determinan las distintas manifestaciones artesanales, tan diferentes entre un lugar y otro.

(Consuelo Núñez Álvarez, tesina de grado Universidad de Valparaíso, Septiembre 2007, Valparaíso, Chile)

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.

(Artesanía, cultura viva, Sercotec, Pontificia Universidad Católica de Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes)

Lo tradicional va ligado a la identidad cultural que posee un artesano y por ende su artesanía, donde está relacionada con un lugar, su origen, su pasado y su historia. Es un oficio que es transmitido de generación en generación, traspasando técnicas y conocimientos, para así perpetuar las tradiciones y culturas de un pueblo o comunidad.

La artesanía tradicional está ligada a un lugar o comunidad, donde a la cual se le asocia a algún material o técnica practicada por desde tiempos pasados. Los objetos artesanales tradicionales tienen un fin ya sea utilitario, rituales o estéticos.

3.3.- Expresiones artesanales en Chile

Chile cuenta con una gran diversidad de expresiones artesanales a lo largo y ancho de nuestro territorio, que dan cuenta de su riqueza patrimonial. Estas expresiones están clasificadas según las materias primas de mayor producción: **fibras textiles, cerámica y alfarería, madera, cestería, piedra, cuero y metal.**

En ellas se expresan el saber ancestral y el sincretismo cultural propio de nuestra historia, lo que permite proyectarlas en función de su conocimiento, valoración y fortalecimiento. La importancia del sector artesanal radica también en el aporte que significa en términos sociales, culturales y económicos para el desarrollo del país, ya que posibilita el reconocimiento de nuestra identidad, la valoración de una expresión humana y una actividad productiva sustentable.

La diversidad y riqueza de esta actividad en nuestro país, están caracterizadas por manifestaciones que conjugan elementos vitales, así como materialidades, significados y usos, haciéndola extensiva a un campo de desarrollo cada vez más amplio en su participación como expresión de identidad, patrimonio, creación y desarrollo cultural de un país. Es un camino de trascendencia en las manos de

hombres y mujeres que entregan a este mundo un mensaje humano, bello y útil, que les permite mantener esa relación directa con los elementos que nos constituyen, y entregarnos una respuesta clara e iluminada de lo que somos y queremos ser.

Arte textil

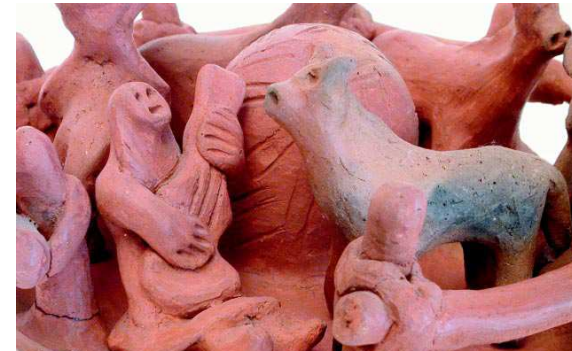
La artesanía textil es quizás, una de las más complejas de ejecutar ya que requiere de un conocimiento y nivel de oficio avanzado para lograr resultados satisfactorios. Éste se obtiene la mayoría de las veces, por traspaso generacional dentro de las familias de los tejedores. Por esta razón, más allá de las propuestas formales, es muy importante el valor de la experiencia por su relación con la cultura que le dio origen. El recurso textil es abundante a lo largo del país y las artesanías asociadas se presentan en todo el territorio con características distintas y, aunque es una actividad eminentemente femenina, existen excepciones de tejedores hombres, especialmente en telares a pedal de tradición hispana.



Cerámica y Alfarería

El trabajo con greda o arcilla tiene relación directa con el género femenino, las artesanas extraen la materia prima de manera manual y luego dan forma a una variada gama de piezas utilitarias con técnicas como la del "lulo" o rodete. El torno lo manejan en su mayoría hombres, en un tipo de objeto más seriado y

que se produce en mayor volumen. La cordillera de la costa es la principal proveedora de la materia prima, que se caracteriza por no ser del todo pura, ya que el suelo chileno es muy rico en cuarzo y hierro. Esto se expresa en el color final de las piezas, que tienden a tener sobre su superficie tonos rojizos muy intensos.



Madera

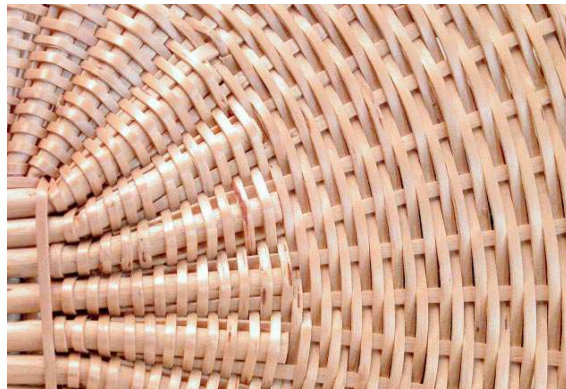
La madera se trabaja principalmente en la zona sur del país, donde está la mayor concentración del recurso en bosques nativos y centros de elaboración maderera. Nuestro país cuenta con una amplia producción de este tipo con una significativa explotación, sin embargo, a diferencia de lo que antes sucedía, actualmente muchos artesanos tienen problemas para abastecerse de madera, debido a problemas como escasez y disponibilidad, por ejemplo. Este noble material ha servido de materia prima para elaborar artefactos de distinta índole a lo largo de la historia humana; como utensilios domésticos, instrumentos musicales, juguetes, esculturas, entre otros. Actualmente los artesanos siguen creando la misma variedad de objetos, incorporando nuevas tecnologías y expresiones cada vez más contemporáneas.



Cestería

La cestería es una técnica de tejido que se asocia a un material fibroso, largo y flexible, generalmente de origen vegetal, y a una técnica de entrelazamiento de estos

materiales que se estructuran para dar origen a artefactos de formas planas o volumétricas. Las técnicas más utilizadas en cestería son el anudado para redes y mallas, entramado, aduja y trenzado.



Piedra

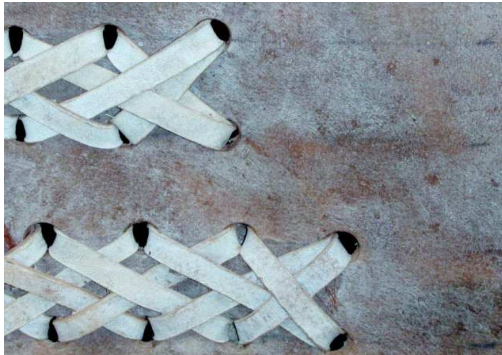
La artesanía en piedra se encuentra a lo largo del territorio en aquellos lugares donde es posible hallar canteras, este es un recurso no renovable donde su producción no depende de las intervenciones del ser humano. Las manifestaciones son variadas ya que, en primer lugar, dependen de las características materiales, plásticas y formales de la materia prima: color, textura, brillo, densidad y peso del material. Los lugares de producción se conocen más por las características de la piedra más que por las características estilísticas de los objetos, por ejemplo, "Combarbalá". Las piezas pueden ser funcionales u ornamentales y mayoritariamente son realizadas por hombres artesanos que utilizan herramientas específicas con fuerza y habilidad. En general, el trabajo con la piedra destaca las propiedades del material con técnicas que no contemplan acabados con pinturas o barnices.



Cuero

El trabajo con pieles curtidas o cueros, se desarrolla en aquellos lugares asociados a la actividad ganadera y campesina. Si bien es cierto hoy en día la mayoría de los artesanos compra las pieles naturales o artificiales y se dedica a la confección de los objetos, aún existe en algunas zonas rurales el tratamiento de pieles de vacuno, oveja, cabro, chivo e incluso pescado en la región de *Aysén*. El cuero puede trabajarse curtido o no, depilado o con el pelo, condiciones que afectan las

características del material. Tradicionalmente se asocia con el medio rural a la producción de aperos, es decir, los implementos para cabalgar: lazos, riendas, monturas, maneas, etc.



Metal

En el trabajo con el hierro, la plata, el cobre y otros metales son necesarias determinadas herramientas y lugares especiales donde procesar la materia prima, que el artesano adquiere mezclada y fundida según la variedad. Se pueden identificar dos ámbitos formales: la orfebrería tradicional, ligada a las culturas precolombinas y la forja artesana de tradición hispana.



3.4.- Artesanía y procedencia geográfica

A lo largo de todo el país, existe una amplia gama de materiales que se utilizan para realizar hermosos objetos que reflejan la identidad de cada zona:

a) Zona Norte

En esta zona del país, la artesanía se caracteriza principalmente por elaborarse en **lana de llama** o de **alpaca**. Con esta materia prima se fabrican principalmente **ponchos, gorros y alfombras**.



También se elaboran las **culebrillas** (adornos) y los **ikis**, estos últimos una especie de frazada de color café.

En **piedra** se hacen figuras como mujeres tejiendo a telar, reproducciones de iglesias o animales. En algunas zonas de la Región de Antofagasta, como Talabre y Caspana, se realizan en **madera de cactus** muebles, bandejas, iglesias, entre otros.

Más al sur se elaboran a base de **tatora** (fibra vegetal) canastos, paneras y adornos como pescados o animales característicos de la zona.

En el valle del Elqui (Región de Coquimbo), existe un pueblo conocido como **Chapilca**, donde se fabrica artesanía textil con técnica de amarras o ikat. Se hacen cobertores, bajadas de cama o ponchos, los que se tiñen con colorantes vegetales.

En el pueblo de **Combarbalá**, encontramos figuras de **combarbalita**. Los objetos más típicos realizados con este material son ceniceros, candelabros y vasos.

Además, en esta zona se elaboran **cántaros**, fuentes y **figuras zoomorfas** (forma de animal) de **greda**, que tienen influencia de la **cerámica diaguita**. En estos objetos predominan los colores negro, blanco y café.

b) Zona central

En la Región de Valparaíso se realizan artesanías en greda o arcilla, como son las ocarinas y objetos como collares y figuras elaboradas con conchitas y piedras. También se trabaja el cuero, que posteriormente es tratado con cal para darle un color blanquecino y una cierta rigidez. Con este material se elaboran carteras, billeteras, entre otras.

En **Pomaire**, pueblo de la Región Metropolitana, se fabrica en **greda** una gran cantidad de utensilios de uso doméstico y de decoración como son ollas, jarros, platos, bandejas, candelabros, etc. También en esta zona se trabajan metales, como cobre, bronce y fierro fundido. Con ellos se fabrican ceniceros, jarros, pedestales de lámparas, etc.

En **Doñihue** (Región de O'Higgins), se fabrican en **telar** y con **hilos de lana y seda**, **mantas** que usan los huasos para bailar cueca o para participar en el rodeo. Se caracterizan por un diseño de franjas y líneas simétricas en la espalda y en la parte delantera, o por llevar diseños característicos del país, como son el copihue y la uva.



En el pueblo de **Chimbarongo**, se elaboran con **mimbre** (fibra vegetal) canastos, chupallas, sillas, mesas, entre otros.

Además, en **Lihueimo**, cerca de **Santa Cruz y Palmilla**, se hacen figuras en arcilla, como, por ejemplo, huasos y chinas bailando, y pesebres.

En el **pueblo de Lajuela**, también en ese sector, se hacen los tradicionales **sombreros de huaso**. Estos son elaborados con un trenzado de siete a doce pajas.

En la Región del Maule, específicamente, en **Rari**, se fabrican en **crin** de caballo, figuras decorativas que se pintan con anilinas químicas. Los objetos más comprados son las brujas voladoras, los ramitos de flores y las mariposas.

En **Linares**, se hacen los **estribos**, una pieza fundamental cuando el huaso cabalga. Para construirlos se usa madera de quillay.

En la Región del Biobío, en Minas del Prado (cerca de Coihueco) se realizan en telares, alfombras o bajadas de cama tejidas a nudo y con figuras geométricas.

La alfarería de Pilén, que es elaborada solo por mujeres, se caracteriza por utilizar la greda de color rojizo y con ella se hacen figuras como pailas, fuentes, ollas, jarros, las que se cuecen en fogones en el suelo.

En Coronel, se desarrolla una artesanía poco tradicional, las miniaturas o réplicas de barcos o de cristos introducidos en una botella por medio de hilos.

La **cestería** de Hualqui se basa en el coirón o chupón seco (fibra vegetal) que se tiñe con vivos colores. Con esto se fabrican paneras, individuales, canastos y costureros.

Cerca de este sector, en Lindura Bajo (cercano a Hualqui), se desarrolla otro tipo de cestería, elaborada con paja de trigo.

En Quinchamalí, cerca de Chillán, se realizan figuras decorativas en arcilla. Esta queda de color negro luego de ser quemada al rojo vivo y después de ser revolcada en paja húmeda. Se caracterizan por llevar dibujos geométricos en blanco.

Las piezas más comunes son la guitarrera, los mates, las alcancías con formas de animales y el jarro pato.

c) Zona Sur

Los artesanos mapuches se caracterizan por elaborar objetos en **madera, piedra, greda, lana**, fibra de boqui pil-pil y plata.

En Liquiñe, se fabrican en madera, platos, cucharas, cucharones, fuentes, bandejas, etc.

Cerca de Temuco, en Metrenco, se realizan objetos de piedra, como morteros y esculturas representativas de esta etnia.

La cerámica en greda ha ido desapareciendo de a poco, y solo en algunos sectores, como en Roble y Huacho, se siguen haciendo figuras zoomorfas.

En Trarihue, se fabrican fajas de 10 centímetros de ancho y de 2 a 3 metros de largo y con figuras de tipo antropomorfas (aparición humana) y zoomorfas.

El material usado en la cestería en Mehuín Bajo es el boqui pil-pil, que se recoge del bosque nativo y luego se macera en agua durante varios días para sacar su corteza oscura hasta que quede la fibra. Los objetos obtenidos de esta materia prima son de uso tanto doméstico como decorativo.

La platería mapuche es la más conocida por los turistas y por la gente en general. Se inició con la fundición y martillado de monedas. Estas otorgaban prestigio y denotaban el estatus del hombre y sus mujeres dentro de la estructura social de esta etnia.



En la actualidad, las joyas más comunes y conocidas son:

- **Lloven**: cinta tejida donde se enganchan pequeños círculos de plata que se colocan en la cabeza.
- **Tupu**: gran alfiler de plata que se usa como prendedor en el chamal de la mujer mapuche.
- **Trapelacucha**: colgante pectoral que tiene varios eslabones que terminan en una cruz.
- **Kilkai**: cadena pectoral que se fija en los hombros y que está hecho en lana o algodón y sobre esta cuelgan círculos de plata labrados.
- **Chawai**: aros de forma redondeada o cuadrangular, provista de un arco que sirve de sustentación formando una sola pieza.

d) Artesanía chilota

La artesanía chilota se caracteriza principalmente por los textiles en telares que se hacen en Quinchao, Chaigüe y Llingua. Usan lana de oveja y la técnica de tejido se denomina tres tramas. Las prendas más comunes son alfombras, mantas, faldas, calcetines, chalecos y gorros. También se usan vegetales para el tejido, entre ellos el junquillo, la manila o pita, el chupón, el ñapu y el boqui.

En Ancud, se desarrolla una artesanía basada en el pegado de conchas de choros, cholgas, locos, lapas, caracolutos, etc. Con esto se representan figuras marinas: pescados, focas o lobos marinos, etc.

En Curaco de Vélez, un puerto cerca de Quinchao, se fabrica un instrumento musical conocido como el violín campesino. Tiene tres cuerdas, pero son más cortas que las del violín tradicional.

Es en la única zona donde se continúa haciendo y tocándolo popularmente.

Con fibras de ñapu, manila, quilineja, boqui, ñocha y quisal es elaborada la cestería en Chiloé, con fines domésticos y decorativos. De ahí son las cuelgas de pájaros, los cestos y los canastos.

Por otro lado, encontramos en esta zona hermosas réplicas talladas en madera del medio de transporte más usado en la isla, como son las lanchas chilotas (vela o motor).

En la Región de Aisén se produce artesanía en arcilla y cuero, siendo la localidad de Puerto Ibáñez donde se ha logrado un mayor desarrollo.

e) Artesanía de la Patagonia

En la Región de Magallanes se realizan diversos trabajos de artesanía, destacándose entre ellos los de cerámica, lana, joyas y madera.

Los textiles se hacen en telares con lana de oveja cruda. Las principales prendas son mantas, guantes, bajadas de cama, gorros y chalecos con diseños de pingüinos.

Las figuras en madera se fabrican principalmente con lenga. Algunas llevan pirograbados (tallado con punta de platino incandescente) de motivos regionales o de aborígenes como los onas o selk'nam. Otros son esmaltados o llevan aplicaciones metálicas de cobre y bronce.

La orfebrería se realiza especialmente en plata y cobre. Los principales diseños son aros con motivos de aves australes, colgantes de plata de los onas, máscaras fálicas de los alacalufes o kaweshkar.

Los diseños utilizados para las piezas de cerámica son extraídos de las pinturas rupestres y de los rituales onas (cuerpos pintados). Para elaborar estos productos generalmente se utiliza greda, que luego se pinta con esmaltes sintéticos o acrílicos.

3.5.- Tipología de artesanías

Antes que todo, cabe señalar la importancia de diferenciar ciertos conceptos que pueden causar confusión:

Producto artesanal ≠ Artesanía con identidad

Un producto artesanal es el producido 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 artesanía con identidad además de ser trabajada a mano encierra en su producción costumbres, tradiciones y cultura, las cuales suelen ser un fuerte reflejo de la identidad a nivel local o a nivel de país diferenciándose de otros tipos de artesanía que se realizan en el mundo. En ocasiones se mantienen intactas y se conservan técnicas tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región o pueblo. Se utilizan generalmente materias primas procedentes de recursos sostenibles y de la propia localidad. La naturaleza especial de artesanía con carga identitaria se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas, religiosa y social.

Es decir, un producto artesanal no necesariamente tendrá una carga identitaria. Un ejemplo de esto es la amplia gama de accesorios que se venden en las mal denominadas “ferias artesanales”, fabricados con materiales o técnicas que no son nuestras.

Podemos realizar una clasificación de las distintas expresiones de artesanía. Sus características nos pueden orientar sobre sus cultores, su estilo de vida, su proceso de producción y el tipo de mercado al que pueden llegar. Estas son:

Artesanía Tradicional

Aquí 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.

Artesanía Indígena

Es la que testimonia, a través de objetos con fines utilitarios y/o rituales, las creencias y sabidurías ancestrales de las personas que pertenecen a un grupo étnico.



Platería mapuche

Artesanía Rural

Sus características funcionales y las tecnologías tradicionales que emplean los recursos de la localidad, reflejan las formas de vida campesina. En estas artesanías es donde se logra la mezcla de la cultura indígena e hispánica.



Aros en Crin, Rari

Artesanía Urbana

Los artesanos urbanos están expuestos a la dinámica de cambios propia de la ciudad y al contacto permanente con nuevos materiales. En estas expresiones se aprecia la

influencia de escuelas de arte y de expresiones internacionales, que responden a la apropiación y recreación de los fenómenos de la moda.

Del Recuerdo

Producción de objetos artesanales elaborados especialmente como elemento de recuerdo de la visita a un lugar para la venta turística. Por lo general, su forma es relativa a algún elemento que identifica la localidad visitada, llevando un texto y/o la inscripción “recuerdo de...”



Aritos de concha

Manualidades

Producción de trabajos cuyas funciones pueden ser educativas, por ejemplo, capacitaciones que reciben diversos grupos de poblaciones como centros de madres o agrupaciones de apoyo. En ocasiones estos objetos dan origen a tradiciones artesanales urbanas.

Réplica

Proceso de producción de piezas generalmente para los museos, basado en la investigación y en los estudios de los procesos tecnológicos y de los contenidos simbólicos de artefactos cuyo valor cultural interesa rescatar.

Rescate

Acciones de investigación, estudio y puesta en práctica de las tecnologías y contenidos simbólicos de objetos cuyo proceso de producción se ha descontinuado. Pueden ser reutilizados por el mismo grupo cultural al que pertenece la expresión artesanal.



Joyas Marta Morrison, rescata técnica y material de una artesanía tradicional en paja teatina, en un formato más pequeño, aros.

Reproducción a escala

Réplica de objetos en dimensiones menores a su escala natural que intentan reproducir con máxima fidelidad el original. Muchas veces están dando testimonio de objetos y/o escenarios que están en vías de desaparición.

3.6.- Relación ARTESANÍA – DISEÑO

Antes que todo es necesario definir estos dos conceptos:

Artesano:

Fabrica objetos “a mano” o en serie con técnicas tradicionales. Experiencia empírica generacional. Productos ornamentales con valor estético, principalmente escultura, arquitectónicos o pinturas y cuadros decorativos. Trabaja por encargo de empresarios, comerciantes o por el mismo gremio. (http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/enfoque/a_arte.asp)

Diseñador:

Trabaja bajo las reglas impuestas por los mercados. Requiere creatividad en el desarrollo del proceso proyectual. Productos fabricados en masa y con nuevas tecnologías. Productos comercializados en mercados muy diversos. Experiencia obtenida por su formación académica. (http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/enfoque/a_arte.asp)

La mayor diferencia entre el diseño y la artesanía radica en la producción, mientras que la artesanía tradicional no solo se diferencia de su producción, sino que también en la finalidad.

La diferencia de la metodología proyectual entre diseñador y artesano consiste en las fases del proceso productivo, los pasos son diferentes al estar dirigidos a mercados diferentes.

El gusto personal del diseñador queda restringido a un código aceptado por una sociedad y cultura específica, resaltando que el diseño y su metodología

es una actividad social y colectiva que satisface una necesidad con objetividad, donde existe una etapa de análisis, que establece requerimientos a necesidades del mercado. La artesanía tradicional hoy, va mas allá satisfacer necesidades de personas, el crear va en seguir con la tradición de un pueblo, más bien con la necesidad trascender culturalmente, aunque no significa que esta, no haya nacido de una necesidad de un pueblo o comunidad.

El diseño es una técnica que dota a los productos o servicios de una utilidad y una estética que los hace atractivos y competitivos en el mercado, y que además posibilita que resulten fáciles de producir. Mientras que en la artesanía tradicional se crean piezas únicas hechas con sus manos, donde existe la experiencia heredada de generación tras generación.

En el diseño lo estético y funcional, son inseparables, a diferencia de que en la artesanía tradicional, no necesariamente estos dos conceptos van unidos. Existe un límite en el diseño, para lo estético, cuando algo pasa a ser solo ornamental o estéticamente bello, se transforma en un elemento de artesanía o de arte, y deja de ser diseño.

El diseño nace de la artesanía, son dos oficios muy ligados, es debido a esto que cuando se crean objetos de diseño, la sociedad los considera obras de artesanía “bien diseñadas”, se empieza a confundir la estética de los objetos bien diseñados con la cosmética, de ahí que la función y la armonía estructural de estos pierden valor, ya que muchas veces se cree que el diseño es un tipo de arte, aunque en la Bauhaus, muchos objetos de diseño, fueron considerados obras de arte, por su valor estético, lo que no le restaba valor a lo funcional.

El diseñador no tiene límites en lo tradicional al momento de experimentar con materiales, procesos y tecnología dentro de su actividad, él forma parte de la tradición dinámica. Al contrario la artesanía tradicional, busca perpetuar materiales y técnicas que se han realizado desde sus inicios, a pesar de que esta igual ha ido introduciendo nueva tecnología, esta ha sido mínima.

Otra gran diferencia entre el diseñador y el artesano , es que el diseñador posee una formación adquirida en una escuela, donde también aprende sobre el arte y oficios, para así adquirir una búsqueda ingeniosa dentro de su quehacer profesional, mientras que el artesano, adquiere sus conocimientos de un traspaso generacional, observando y haciendo.

Para la realización de un objeto de diseño o de artesanía tradicional son precisos conocimientos técnicos, creatividad, y cultura, cuyo proyecto culmina en un objeto o sistema para el bien común. El diseño busca innovación, mientras que la artesanía tradicional, como su nombre lo dice, busca tradición.

Conclusión:

El hecho de elegir materias primas locales, técnicas y oficios artesanales chilenos incentiva a buscar una identidad, algo que nos identifique y reafirme nuestro ser. El problema es que estas tradiciones se están perdiendo porque los artesanos son muy celosos en traspasarlas y enseñarlas a gente extraña, que no son de sus familias, y además porque las nuevas generaciones no están interesadas tampoco en seguir desarrollándolas. Las artesanías necesitan de **renovación y de trascendencia** para no olvidar la tradición, lo chileno, es por esto que como una forma de permanencia, para evitar que estas tradiciones se pierdan, es que nacen algunos diseñadores que de alguna manera mantienen esa tradición, ya sea rescatando alguna materialidad o alguna técnica tradicional, entregando valor sin alterar la esencia de lo artesanal, proporcionando raíces al objeto que diseña. Una forma de reeditar, renovar y actualizar el material o el proceso productivo, vinculándolo con los tiempos modernos, creando así una **“Identidad renovada”**.

La artesanía nos vincula con nuestro pasado y hace que pongamos atención en aspectos de nuestra cultura que antes no habíamos apreciado. Esto incluye

además gustos estéticos, la **búsqueda de objetos exclusivos, o la necesidad de destacar quiénes somos frente a los demás.**

De una y otra forma, las artesanías son objetos vinculados directamente a la identidad cultural de quienes las elaboran y de quienes las compran.

El Diseño puede plantear nuevas maneras de tratar los materiales, es decir puede plantear innovación en los procesos productivos, generando con ello nuevos productos o, al menos, nueva expresión plástica en los objetos. Con ello puede renovarse la identidad, algo que no deja de ser propio pero tiene una nueva expresión.

Nuestra disciplina puede ser relevante en preocuparse de nuestra identidad como chilenos que se está perdiendo reflejando nuestra cultura en las cosas que creamos, dándole un nuevo uso y valor a técnicas o materiales tradicionales. Es una veneración por lo auténtico, lo que conecta al individuo con su esencia. La conexión entre el hombre-su tierra-sus raíces.



“Hay muchas cosas que damos por sentadas y en la joyería hay mucho más de lo que vemos a simple vista. Mucha gente supone que son los materiales preciosos lo que hace que las joyas sean tan especiales, pero es el Diseño lo que distingue una pieza de oro de otra. Con un buen diseño, una onza de oro puede doblar su valor original”

Elizabeth Olver, *“El arte del Diseño de Joyería”*. Ed. Acanto, Barcelona, 2003

Capítulo 4: Vestir el cuerpo

El vestir es un hecho básico de la vida cotidiana, según los antropólogos, es común en todas las culturas humanas; ya que todos visten su cuerpo de alguna u otra manera, ya sea con prendas, pinturas, cosméticos o tatuajes. Eso demuestra que ninguna cultura deja su cuerpo al descubierto, todas tienen la particularidad de adornarlo, teniendo como propósito el fin de resaltando, embellecerlo o decorarlo.

“Nuestra habilidad de decoramos es lo que nos diferencia de los animales”³

4.1.- El ornamento corporal

Desde tiempos inmemoriales, el hombre ha sentido la necesidad de adornar su cuerpo. Hablar de los orígenes de la ornamentación es hablar del propio **origen del ser humano**.

Entre las indumentarias se rescata el ornamento corporal como medio de expresión y refuerzo del espíritu individualista del ser humano. Los adornos u ornamentos son signos que **comunican**. Instrumentos que tienen una función en sí mismos y que poseen un fin determinado.



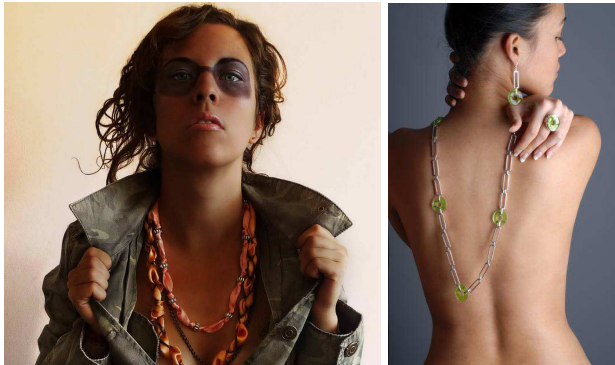
El cuerpo humano actúa como soporte, el cual se interviene con el fin de adornarse.

Un individuo nacido en una sociedad dada absorbe, usa, e le influyen las costumbres que constituyen su **herencia cultural**. De esta manera, vemos cómo un atuendo y/o maneras de decorarse del hombre se ven afectados por costumbres, religión, creencias, clima, lugar geográfico, sexo, etc, haciéndolo semejante o diferente de un pueblo a otro.

En la actualidad decoramos nuestro cuerpo para seguir la moda, por motivos estéticos, como símbolo de rebeldía, para identificarnos con un grupo social o para recordar eventos especiales.

Este adorno corporal comprende al cuerpo humano como **soporte**, un soporte que se interviene para ser adornado. El adorno, formalmente es una **modificación** de la estructura inicial.

³ Olympia Dukakis, en Steel Magnolias.

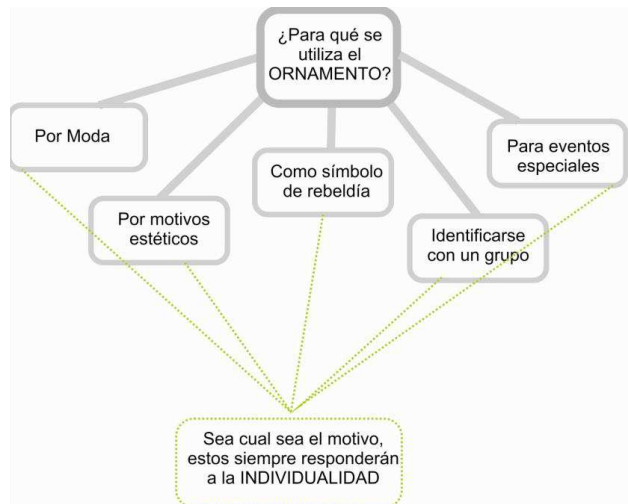


4.2.- Tipos de ornamentos

Las principales formas de decoración personal podrían ser reunidas en dos grupos, según su carácter de permanencia y/o irreversibilidad:

Corporal

Aquella que consiste en moldear e intervenir el cuerpo. Es permanente e irreversible. Ejemplo: tatuajes, escarificación, mutilación, deformación, piercing, branding (quemaduras), implantes.



Por lo tanto, el adorno corporal se constituye como un medio de expresión indirecta, y por lo tanto **comunicador**. Este nos presenta ciertas características del individuo que lo usa. Se constituye en un lenguaje de signos, símbolos de identidad que el observador debe codificar.

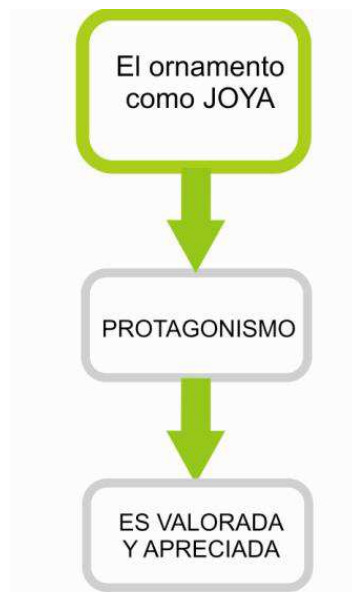


Externa

Consiste en agregar al cuerpo ropas u otros elementos ornamentales. Es momentánea y pasajera. Ejemplo: maquillajes, pintura, peinados y usos de objetos independientes como las JOYAS.

4.3.- El ornamento como JOYA

La palabra "joya" proviene de la palabra francesa "joie" que significa gozo. Su principal diferencia con las otras artes es que se relaciona muy estrechamente con el cuerpo humano, mostrando incluso parte de la intimidad de la persona. Generalmente también denominamos joya a algo o alguien que consideramos tiene un valor especial. Joya es por lo tanto, algo valioso.



Se puede decir entonces que las joyas, como objeto externo, constituyen una prolongación del ser. Son superficiales, pero producen un placer íntimo muy profundo. Hablan del ente, de la relación entre sujeto y objeto, se traza el límite entre lo público y lo privado.

4.4.- ¿Cómo nos vestimos las mujeres chilenas?

Análisis vestuario chilenas

Las chilenas no son propositivas a la hora de elegir su vestuario, sino que más bien, elegimos lo que está al alcance de la mano en las tiendas de retail o en el mall, es decir, no vamos más allá en el tema. No existe el concepto del producto único o del vestuario a medida, que es algo que nos permite usar ciertas prendas diferentes, con características distintas en cuanto a formas, materiales y texturas.

A pesar de lo anterior, el comprar generalmente en tiendas de retail o en el mall, considera otro factor que es el costo. Es en estos lugares donde se encuentra prendas al alcance de cualquier bolsillo y, por otro lado, las grandes tiendas y marcas masivas tienden siempre a adaptar las tendencias internacionales de la moda al mercado chileno, al gusto sobrio de las chilenas, a su estilo poco expresivo para vestir. Las tendencias internacionales llegan a Chile "suavizadas", adaptándose en cuanto a formas, paletas de color y texturas.

La mayoría privilegia el vestuario de colores oscuros, planos y neutros como el negro, blanco, beige y gris. El uso de estos colores sobretodo de los oscuros se debe a que se sienten más cómodas, refleja elegancia, estilizan la figura, son combinables y no pasan de moda. También y a diferencia de las mujeres centroamericanas se debe a factores de clima e idiosincrasia.

Dentro de este grisáceo y oscuro paisaje textil...hay mujeres que resaltan con sus complementos. Generalmente se da en usuarias más jóvenes (estudiantes universitarias) y profesionales jóvenes o adultas jóvenes de ciertas áreas profesionales creativas como el diseño, la publicidad, el teatro, el cine, etc. Que sí están muy dispuestas a innovar y que eligen tiendas, marcas o diseñadores para vestirse.

Capítulo 5: La joyería

LA JOYA es un objeto ornamental, que se fabrica generalmente con perlas, piedras y metales preciosos, aunque también se pueden utilizar materiales de menor valor como semillas y monedas. Se constituye como un adorno corporal externo, que se utiliza como complemento del vestuario. Entre los factores que determinan el valor de una joya se consideran: su valor estético, las técnicas de producción y la originalidad de la pieza.

En términos específicos, la joya entendida como alhaja, se define como un objeto de mucho valor y de excelentes cualidades y terminaciones, de metal precioso, revestido con perlas, piedras finas y otros añadidos, que sirve principalmente de adorno.

Semiológicamente esta palabra procede del árabe *halaga. Al*, es un artículo (el/la) y *hagah*, significa cosa necesaria o valiosa. Desde esta concepción, existen joyas que se consideran ornamentos simbólicos, donde prevalecen sus atributos mágicos por sobre el interés estético, dejando de lado cualquier tipo de especificación de materialidad.

LA ORFEBRERÍA es un término que proviene del latín *auri* (oro) y *faler* (fabricador), que significa “metalúrgico de oro”. Es el arte de trabajar los metales preciosos para realizar objetos bellos de diverso fin.

De una actividad puramente artesanal, en la actualidad a pasado a ser industrial, en la que la habilidad predominante manual ha dado paso a la utilización de las cada vez más sofisticadas herramientas y maquinas, que hacen más perfecta y productiva esta labor.

La orfebrería es una actividad extrovertida en la que el orfebre no puede apartarse, sus obras y su trabajo deben ser mostrados al público.

5.1.- Joyería en la historia

Desde tiempos milenarios, las joyas han jugado un papel relevante en la socialización del hombre frente al desarrollo de las diferentes culturas que han existido, constituyéndose como símbolos de carácter mágico, de poder, de belleza e incluso de pertenencia a un grupo o sociedad.

Los hallazgos arqueológicos señalan que las primeras manifestaciones del hombre orientadas al adorno del cuerpo surgen en el **paleolítico** como rúbricas distintivas, de carácter mágico y de protección. Su evolución desde el uso de color sobre el cuerpo hacia la confección de objetos decorativos conlleva la evolución de los materiales en técnica y oficio, desde los puramente orgánicos como caracoles, semillas, dientes, plumas, hacia los inorgánicos como los materiales y minerales.

Estos objetos tuvieron un carácter mágico y relacionado con sus funciones. A estos objetos se le daba un valor, de objetos preciados, objetos preciosos.

Ya en el **neolítico**, aparecen las clases sociales y los oficios, entre ellos la joyería. En la época de los romanos, griegos y egipcios, alcanza un gran florecimiento y una inmensa destreza tanto en la técnica como en la forma, donde poco a poco se dieron a conocer nuevos materiales y piedras cada vez más preciosas.



La expansión de la clase media en el **siglo XIX** supone también la del mercado de las joyas, al coincidir con nuevas técnicas y materiales que las hacen más accesibles. Al finalizar en siglo XIX surge el Art Nouveau, movimiento que considera la joya como un objeto de adorno con una significancia mítica. Las líneas son fluidas y florales, las formas sinuosas.

Los materiales utilizados como el hierro, cobre, plata, demuestran que la joya adquiere un valor artístico y pierde el valor intrínseco que tenía hasta entonces.

Rene Lalique, utilizó materiales según su belleza y no por su valor. Antes de su aparición, las joyas francesas eran consideradas como exhibición de riquezas, jerarquizando el material ante todo, por lo que el poder creativo del joyero quedaba disminuido.



En **1925** el Art Deco produjo formas geométricas abstractas y formas orientales de colores fuertes, al tiempo que experimentaban con materiales no preciosos.

Ya con la llegada de los difíciles **años treinta**, se volvió a formas artísticas mas figurativas expresadas a través del realismo y el naturalismo. Estos movimientos reflejan la agitación emocional de esas décadas, así como en particular el Surrealismo.

En cambio en los **años cuarenta y cincuenta** la fantasía reemplazo al realismo en arte. **Volvió el lujo**. La guerra y los años de recesión económica habían quedado atrás y se hacia ostentación del éxito.

En los **años setenta**, surge un movimiento antisistema. Con la aparición de los materiales baratos aparece la joyería barata, producida en serie, negación deliberada de la joyería como símbolo de estatus.

Se pasó de las joyas sólo para unos pocos privilegiados, a una joyería democratizada, cotidiana y para todo el mundo.

También en esta época el cuerpo humano se convertía en una parte importante de la joyería y dejaba de ser sólo el pretexto para colgar las joyas, iniciándose toda una revolución a la hora de enfrentarse a la elección de una joya.

En los **años ochenta**, la joyería y la antijoyería como movimiento artístico continuaron. Aquí el lujo y el estatus volvieron a reflejar el crecimiento económico de la época.

En la **década de los noventa** se vivió tanto una depresión como un auge económico, la tecnología penetró en todos los ámbitos acompañada de la palabra clave transparencia, y la claridad y simplicidad del diseño condujo al **movimiento minimalista**.

En nuestros días, las joyas que serán representativas del siglo XXI ya llevan algunos años conformándose, ya en la década de los setenta se dieron los primeros pasos hacia la comercialización masiva, logrando a través de la incorporación de nuevos materiales la popularización en su uso.

Estas no son tan ostentosas como las de siglos pasados, sino que, por el contrario, han evolucionado hacia formas más depuradas y contenidos más flexibles combinando materiales ricos con otros más modestos. Además de la ruptura con técnicas y materiales convencionales, hay una fuerte búsqueda de asignar a la obra de joyería un valor conceptual similar a la pintura o la escultura.

El **diseño** pasa a ser **protagonista**, la excelencia de la técnica en aras de mayor tiempo creativo.

Su desarrollo en la joyería ha desembocado en nuevas formas, que en muchas ocasiones no pueden ser seguidas a partir de materiales nobles, recurriendo por ellos a otros elementos, capaces de dar a las creaciones las formas y colores deseados, donde el aspecto más notable de la joyería contemporánea está caracterizado por la variedad de los nuevos materiales empleados.

La joyería contemporánea refleja cambios importantes en cuanto a moda y tecnología, consecuencia directa de una creciente evolución cultural y tecnológica, donde el diseño ha absorbido objetos del entorno para dar a luz a nuevas creaciones.

5.2.- La joya y sus posibilidades

Aunque nuestra forma de vestir ha cambiado mucho con el paso del tiempo, el concepto básico de la joya no lo ha hecho. Signo de una posición social determinada, riqueza, belleza y veneración religiosa, las joyas han servido para las mismas funciones en muchas culturas distintas desde el pasado más remoto hasta la actualidad. Estas son:

La joya como OBJETO DE INTERCAMBIO

La joya como OBJETO DE STATUS

La joya como OBJETO MÁGICO

La joya como OBJETO CAUTIVADOR

a) OBJETO DE INTERCAMBIO: En relación al comercio, las joyas se constituyen como elementos de intercambio. Desde el siglo XV al XIX en la vanguardia del comercio marítimo se intercambiaban por oro, marfil, aceite de palma e incluso por esclavos en una aventura enriquecedora muy vinculada a la colonización. Miles de joyas europeas pasaron a África, Asia y América.



Marfiles de intercambio

b) OBJETO DE STATUS: A través de la historia, el uso de la joya además de un valor ornamental, responde a una ostentación y a una forma de riqueza y poder.



Joyas de un wodaabe africano para mostrar status en la ceremonia de cortejo

c)OBJETO MÁGICO: También se les atribuyen características mágicas para quienes las poseen, siendo innumerables los ejemplos de joyería con valor de amuletos y ceremoniales. Las joyas han jugado el papel de talismanes en muchas culturas. Como fuente de suerte y de protección, y para apaciguar a los espíritus, ricos y pobres se adornaban igualmente con materiales más o menos costosos. Las joyas se utilizaban también en Asia para propiciar buenas cosechas. Se cree también que todas las piedras semipreciosas tienen poderes terapéuticos que se transmiten a quienes las llevan.



Amuleto

d)OBJETO CAUTIVADOR: Muchas veces las joyas son consideradas como un objeto vano, cuya función no es otra que poner valor a la persona que las usa, embellecer su apariencia o insistir en su status social. Pero más allá de apreciación superficial, las joyas llevan aparejado ser un objeto de culto, un objeto mítico, que tienen una significación según su forma y el entorno donde son llevadas, convirtiéndose en medios de expresión y refuerzo del espíritu individualista del ser humano.



El deseo de poseer, y lucir un adorno, está dado por el ansia de ser aceptado y admirado por el grupo con el cual se socializa. El usuario disfruta de su adorno mediante el reflejo de la admiración de los demás.

5.3.- Materiales y técnicas

En la actualidad, no existen materiales específicos para el diseño de joyería. Lo importante es el manejo y tratamiento que se le dé al material para lograr piezas atractivas y de calidad, como es el caso del plástico, que se transforma para conseguir joyas con valor agregado.

MATERIALES TRADICIONALES

Tradicionalmente, la joyería era un sistema para acumular riqueza y ostentar un status social acomodado. Por esta razón, los materiales tradicionales en el diseño de joyería son el **oro y el platino**, conocidos también como materiales “nobles”. Su uso, además, tiene una funcionalidad práctica, ya que ambos en su estado puro no se oxidan ni reaccionan con el cuerpo.

Para las personas que no pueden acceder al oro, existe una alternativa: la **plata**. Si bien, no es tan apreciada como el oro, es lo bastante escasa para tener prestigio.

MATERIALES SIMBÓLICOS Y NATURALES

Desde el comienzo de la joyería, se han utilizado **materiales naturales** para añadir color y para decorar las piezas de metal. Además, su elección se basa en el carácter simbólico de algunos materiales. Usualmente, este significado tiene directa relación con las características físicas del material en cuestión. Conocer el significado simbólico de los materiales es un recurso importante a la hora de proyectar el diseño de una joya, ya que es un elemento con una gran carga emotiva y valórica.

MATERIALES EXPERIMENTALES

La creatividad del orfebre no solo se concentra en la forma y las técnicas que emplea para llevar a cabo sus productos. Ya hace algunos años que se

manifiesta un notable interés por crear piezas de joyería con materiales poco convencionales, que a su vez se traduce en nuevas maneras de producirlas. Lo que le permite al orfebre explorar nuevos conceptos y formas, dando como resultado productos con valor agregado, ya que desafían lo tradicional innovando por medio de la transformación de materiales ordinarios en maravillosas piezas de joyería. Esto se puede lograr a través de la combinación de materiales tradicionales y alternativos, como la plata y el acrílico o con cinta; o simplemente generando nuevos materiales, como el **papel y el fieltro**.



TÉCNICAS

Debido a la gran cantidad de materiales que se manejan actualmente, los procesos y las técnicas en el desarrollo de joyas son tantos como materiales usados.

El joyero- artesano debe conocer las técnicas, tanto teórica como práctica, para poseer un amplio conocimiento que le permita y determinar cuál o cuáles son los procesos mas indicados para el desarrollo de un diseño en particular. Lo que además le permite identificar cuál es la técnica que le acomoda e inspira mas para seguir desarrollando. Consiguiendo así, un sello distintivo en sus obras.

5.4.- Tipología de las joyas

La tipología de las joyas se refiere a la clasificación del conjunto de piezas de joyería, las cuales no han variado considerablemente desde sus comienzos. La alteración más significativa es el de los nombres que éstas adoptan según la época y el país en las que se insertan.

a) Clasificación de las joyas según el sector y uso en el cuerpo

Se tratan de joyas que tienen contacto directo con el cuerpo. Estas varían según su ubicación en él, guardando relación con su significado, de esta manera podemos agrupar el surtido de joyas en 4 zonas:

CABEZA Y CUELLO

- Frente: corona, diadema
- Cabello: aguja, peineta

- Orejas: aros, pendientes
- Garganta: cadena, gargantilla, collar

PECHO

- Escote: colgantes

BRAZOS Y MANOS

- Antebrazo: esclava, brazalete
- Muñecas: pulseras, cadenas
- Dedos: anillos

PIERNAS

- Tobillos: tobilleras
- Dedos: anillos

También se puede hacer una clasificación de joyas que se utilizan sobre el vestuario:

SOMBRERO, SOLAPA Y CHALECO: broche, prendedor, condecoración, insignia, clip, reloj

CINTURON: cinturón, hebilla

CALZADO: zapato, hebilla

Y por último joyas que intervienen o alteran el cuerpo:

BODYPIERCING (perforación corporal)

EXPANSIONES DE PIEL

b) Clasificación de las joyas según materialidad, sistema constructivo, tema:

JOYERÍA TRADICIONAL

Realizadas principalmente en oro y plata, sin embargo acepta trabajar con materiales menos preciosos. De fabricación seriada, y técnicas más mecánicas, formalmente carece de originalidad, refugiándose en la seguridad de lo convencional. Diseños conservadores, donde lo importante es exhibir y resaltar las gemas y los metales.



ALTA JOYERÍA

De gran valor económico y gran manejo técnico en el uso de los materiales. Las piezas son generalmente exclusivas y consideran la complejidad de la técnica como valor estético. Aunque son de diseños tradicionales, estas joyas son altamente valoradas. Se caracterizan por la excelencia en la técnica en el uso de piedras preciosas y metales.



JOYERÍA DE FANTASÍA O BISUTERÍA

Joyas elaboradas con materiales de bajo costo, que generalmente simulan formas de otras piezas. Es la que más varía según los constantes cambios de la moda.



JOYERÍA ÉTNICA

Se caracteriza por utilizar técnicas y manufacturas menos acabadas o artesanales; por lo general, rescata los materiales de la localidad donde se elabora.



JOYERÍA POPULAR

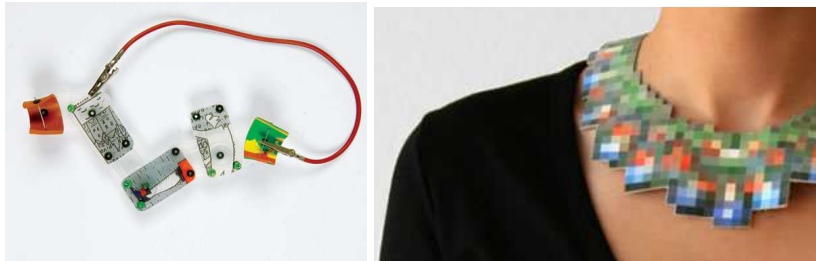
Conocida también como joyería artesanal u orfebrería. Emplea métodos y técnicas más primitivas, acabados menos perfectos y materiales locales o poco preciosos (madera, vidrio, alpaca, cuero, etc). De fabricación seriada considera piezas de uso masivo por su bajo valor económico. Rescata expresiones ornamentales no sólo de

un país o comunidad determinada, sino también plasma las creaciones de los propios artesanos.



JOYERÍA EXPERIMENTAL

Se refiere a la libertad en la elaboración de piezas de joyería, explorando nuevos conceptos, formas, materialidades y/o técnicas.



5.5.- Joyería en la actualidad

En la actualidad la joyería está trabajando nuevos conceptos para este arte; valores como **la expresividad, la provocación, la relación simbólica con el objeto**, etc; estos valores son intrínsecos del arte contemporáneo y han llevado a cambios en las técnicas y materiales.

Antiguamente la joyería se definía por el tipo de metal con que se trabajaba. Pero hoy no existe uniformidad de estilos, sino una unión, y una gran cantidad y diversidad de materiales y conceptos. Hoy se habla de la nueva joyería, joyería de arte o joya de diseño. Esta a su vez se puede dividir en dos tendencias; una la joya de diseño orientada al mundo de la moda y el diseño industrial, cuyo objetivo es responder a las demandas del mercado, y otra joyería que se compromete como una forma de expresión personal y que busca una complicidad con el usuario.

En general el escenario de la joyería es de búsqueda, los artistas constantemente están desarrollando nuevas propuestas, y se huele a una **intención de volver a los orígenes**, identificándose con culturas primitivas, ya sea en inspiraciones formales directamente o en un **cuestionamiento creativo a partir de la forma en que los antepasados concebían su arte**. Un principio esencial en esta nueva joyería es la idea de que la joya debe funcionar armónicamente con el cuerpo. Por lo tanto pensar en los movimientos de este y en el vestuario con que combinará.

La joyería actual puede lograr una trascendencia que tiene la **experimentación**, sin omitir o interrumpir las técnicas tradicionales, sino a su ampliación y adaptación a las necesidades expresivas actuales.

5.6.- La joyería experimental

La elaboración de joyería experimental, implica como proceso creativo el DISEÑO.

A nivel formal, está determinada por un concepto, que procede en la mayoría de los casos de un tema y de una investigación.

El concepto determina nuevas formas, colores y una nueva manera de expresión. Tiene un por qué de esa forma, de ese material, de los mecanismos que implementa, de la manera como va con el cuerpo, de cómo se va alternar, de las sensaciones que produce y de lo que va a transmitir. Es un todo, una relación de un objeto y un sujeto.

La calidad en el diseño sustituye el escaso valor del material. Con materiales y técnicas innovadoras y su ruptura con las convencionales, estas joyas adquieren una vida independiente y generan su propio entorno, como artefactos útiles, estéticos y valiosos en si mismos; mas que por el valor de los materiales en ellas utilizados.

En estos momentos con las joyas se quiere transmitir un sentimiento, una idea. Esta nueva corriente ha hecho que florezca una rama en el mundo de la joyería, la experimental o de diseño, en las cuales muchos artistas del siglo XXI han encontrado **un campo abierto para la experimentación, no sólo respecto a los materiales, sino también a formas, colores y usos.**

Las técnicas de construcción abarcan todas aquellas que puedan dar calidad expresiva a los materiales. No hay materiales establecidos ni técnicas definidas, existe plena libertad para la experimentación y la creatividad.

5.7.- Joyería chilena

La joyería chilena está marcada por la inclusión de materiales no convencionales, combina técnicas antiguas con modernas y la búsqueda de un lenguaje propio. La tendencia es hacia una orfebrería que rescata lo propiamente chileno.

Se distinguen en la joyería un trabajo que es expresivo, pero que aun resulta excesivamente controlado.

En nuestro país, la joyería como oficio tradicional está dando paso a la joyería de diseño, a la joya como pieza única, como arte. Por eso que hoy las personas se atreven encargarle una joya a un orfebre en vez de ir a una joyería. La tendencia es la joyería con diseño original. Las personas cada vez queremos un nexo nosotros y los objetos que portamos.

Maderas, fibras vegetales, cueros, entre otros son los nuevos materiales que se mezclan con los convencionales caracterizan la orfebrería chilena contemporánea. Materias primas típicamente chilenas que ennoblecen nuestras raíces. En el caso del crin de caballo y el cacho de buey, innovaciones en la artesanía que hablan de nuestra identidad. La valoración de lo nuestro es un movimiento bien fuerte en la orfebrería y se esta trasformando en una especie de imagen país

La joyería chilena se está caracterizando por enaltecer materiales, actualizar diseños tradicionales y rescatar raíces.

Materiales que han sido heredados de culturas ancestrales y tecnologizados por los artistas de hoy.

Chile cuenta con materias primas desconocidas en otras partes del mundo, lo que las hace perfectas para exportar

Aunque en Chile el concepto de “joyería de autor” no está totalmente desarrollado, artistas como Chantal Bernsau, Marta Morrison, Walka Studio, Vania Ruiz, Híbrida, entre otros, han ido creando un lenguaje propio, intentando construir para que la marca “joyas de Chile” llegue a ser importante en el mundo.

Chantal Bernsau

Desarrolla piezas que recogen materiales y técnicas tradicionales, y con ellos estimular el aprecio de lo artesanal entre los chilenos. Chantal intenta crear una “Identidad renovada” en donde actualiza y transforma diseños tradicionales.



Chuspa, inspiradas en las bolsitas tejidas para llevar hojas de coca de los atacameños

Marta Morrison

Sus piezas exclusivas se basan en la creativa combinación de plata con finos tejidos de paja de trigo y teatina. Sus diseños se inspiran en la cultura mapuche y en los elementos de la tierra. Su gran aporte cultural es la preservación de la técnica del tejido con paja de trigo y teatina utilizada antes sólo en la confección de la chupalla de huaso, buscando mantener y rescatar

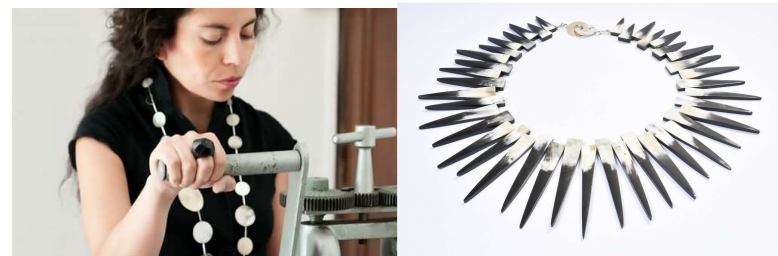
las diferentes maneras de tejer la paja que en la actualidad están desapareciendo y son muy pocos los artesanos que la ejecutan.



Joyas con inspiración mapuche en paja teatina con plata

Walka Studio

Nace formalmente el año 2003, siendo la primera propuesta en Chile en desarrollar innovación en artesanía, rescatando nuestros materiales tradicionales con un diseño de vanguardia. Aquí nacen delicadas joyas únicas, que reflejan las formas orgánicas de los materiales usados. Los diseños combinan lo tradicional con una mirada urbana, generando una importante tendencia en la artesanía, la moda y la joyería contemporánea (sustentabilidad cultural). Con respecto a sustentabilidad medioambiental su trabajo se centra en el empleo de materias primas, procesos y técnicas de producción limpias, como por ejemplo, el reciclaje que realizan con la viruta de cacho para usarlo como fertilizante orgánico.



Joyas con cacho de buey

Capítulo 6: La diferenciación y el protagonismo de los complementos en el vestuario

Antropológicamente, el hombre desde los tiempos más remotos ha manifestado la necesidad de adornarse para salvaguardar su INDIVIDUALIDAD, comunicándola a través de los ornamentos. Enfrentados a un superpoblado planeta estandarizado, todo el mundo trata de afirmar su personalidad. Cada objeto tiene que ser único, un artículo personal, individualizado. La persona hoy en día busca y exige la diferenciación de alguna forma. Esto también implica ese lenguaje visual que lo entrega la forma de gesticular, de comportarse, de vestirse, de adornarse, etc.; que se expresa a través de estos signos, y entonces el hombre va abriendo numerosos horizontes para encontrar ese lenguaje con el que siente le identifica.

El vestuario y los adornos corporales son uno de los medios mediante los cuales el hombre puede DIFERENCIARSE de otros, adquiriendo con esto, un sentido de IDENTIDAD. Prenda, cuerpo e identidad se entrelazan estrechamente, creando la totalidad identitaria de cada persona.

Cada individuo genera su propia manera de vestir, adoptando su particular y único modo de mostrarse frente a la sociedad, permitiendo con esto, un estilo distintivo entre una persona y otra. El vestirse es un ejercicio que ha ido cambiando, evolucionando a través del tiempo y contexto en que nos encontremos. El vestir es un acto propio del ser humano, el cual cubre su cuerpo con prendas que funcionan como una segunda piel, entregándole protección dentro de su hábitat, decoración para resaltar entre sus pares en sociedad o de manera simbólica como un conjunto de códigos no verbales que se encuentran comunicando en todo momento.

Dentro de este vestir el cuerpo, los complementos adquieren mucha importancia en la comunicación que se logra con la imagen personal de cada cual.

Un complemento es un elemento que acompaña al vestuario y le da un carácter al conjunto, muchas veces el complemento se transforma en lo resaltante dentro de la imagen integral, muchas veces inspirador de la tenida y PROTAGONISTA en la totalidad del vestuario.

Este puede ser decisivo en lo que se está reflejando, cualquier complemento revela el gusto y la personalidad del usuario, es decir, su forma de diferenciarse ante el resto.

Capítulo 7: El diseño emocional y simbólico

7.1.- El diseño emocional

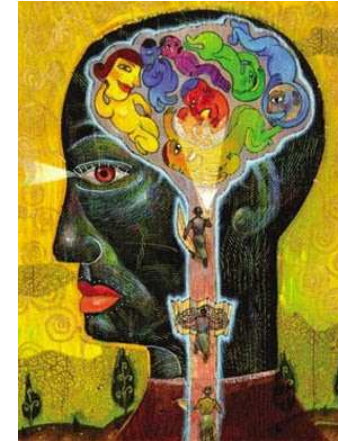
Antes de definir lo que es diseño emocional, es preciso destacar que el Diseño otorga 4 tipos de valor para el usuario, estos son:

Valor UTILITARIO Producto ayuda a lograr fines prácticos	Valor EMOCIONAL Producto que evoca emociones
Valor SOCIAL Lograr objetivos sociales, como posición social	Valor ALTRUISTA Sentido de ser justo o bueno/ ética

Tipos de valor para el usuario, adaptado de Holbrook (1999)

El valor emocional se define como el beneficio de un producto en términos de las emociones y sensaciones que provoca.

Entonces, el diseño emocional hace referencia a todo aquellos aspectos del diseño de productos que crean lazos con el usuario y que van más allá de lo racional.



El Diseño emocional se demuestra, por primera vez, siempre que nos encontramos con un objeto. Nuestra reacción viene determinada no sólo por lo bien que pueda funcionar, sino por el aspecto que tiene, si nos parece atractivo e incluso por la nostalgia que suscita en nosotros.

Recientes investigaciones han demostrado cómo los objetos que nos resultan atractivos funcionan mucho mejor. No nos limitamos a usar un producto, sino que establecemos una relación emocional con él.

Entonces, es evidente que el diseño evoca emociones

Las emociones que inspira un producto tienen que ver con los sentidos a los que apela y por ello dependen de cada diseño. La emoción surge al asociar los aspectos funcionales y la forma.

7.2.- El valor simbólico de la joya

Desde tiempos remotos, el ser humano ha sentido la necesidad de reforzar y destacar su imagen hacia el resto de la comunidad a modo de diferenciación. Esto lo ha logrado a través de adornar su cuerpo con pigmentos y/u objetos, a los cuales les adjudica un valor simbólico. Dependiendo de la cultura existen distintos símbolos, ya que según la experiencia, el lugar geográfico y el sistema de creencias de cada comunidad, se constituyen las bases de su comportamiento, sus tradiciones y sus costumbres. Esto provoca que se manifiesten variados elementos diferenciadores para cada cultura al momento de adornarse, surgiendo así diversas relaciones con estos objetos. Como manifestación de esto podemos encontrar el concepto de joya, ornamento corporal que se expresa con distintos atributos según el contexto en que se presenta.

Actualmente, en las sociedades occidentales se pueden encontrar joyas con una carga simbólica. Sin embargo, cumple el rol de ser, en la mayoría de los casos, un objeto ornamental-estético. En general la joya se concibe como un DESEO, originado por los intereses propios de cada persona. No obstante, aún existen culturas donde el ORIGEN SIMBÓLICO de este accesorio permanece vigente, como en nuestra cultura mapuche. En ella, la joya posee un valor por sí mismo. Es un elemento identitario que representa la visión de mundo de este pueblo. La joya mapuche se plantea como un amuleto que protege y confiere poder mágico- espiritual y belleza, en comparación con otras culturas de oriente, en que se plantea como un elemento informativo, de índole social, que regula las relaciones humanas y el comportamiento del individuo dentro de su comunidad.

La ornamentación corporal en este caso (mapuche), se constituye como una herramienta de comunicación no verbal que se sustenta en las características de los materiales empleados y los componentes iconográficos que se plasman en las joyas. La calidad y la riqueza del material utilizado no son la condición principal para la creación de joyas, sino que la maestría con la que se trabajan

los diseños y el mensaje que se le confiere a la joya le dan un **valor simbólico**, que a su vez le otorga una importancia más allá de lo estético, siendo este mensaje el factor de deseo que desencadena la necesidad de adquirirla.

Conclusión:

“Sentir más que entender, el qué se yo de un objeto, eso que nos hace querer tenerlo porque nos produce una suerte de amor a primera vista. Un valor agregado indudable”

Donald Norman: “Diseño Emocional, por qué amamos (u odiamos) las cosas cotidianas.

Un reloj heredado, una joya, hasta un souvenirs de un viaje son objetos que más allá de su precio tienen un valor que dan el apego y los recuerdos. El diseño emocional busca crear productos que te identifiquen. El valor sentimental muchas veces es una consecuencia y éste es el desafío que tenemos los diseñadores. Generar nuevas relaciones cuerpo-joya para ser aplicada en el desarrollo de la joyería y otros accesorios de moda actuales, formulando nuevas propuestas de diseño con el sentido primitivo que posee la joya, esto es:

el producto no sólo como un objeto de consumo, sino como una manifestación de la esencia de quien lo usa

Volver al valor simbólico que tenían esas joyas de antaño, o imitar a nuestro pueblo mapuche y el valor que le otorgan a ellas, no por su valor monetario, sino que por su carga emotiva o en este caso del presente proyecto, por la utilización de materiales o técnicas según su belleza y carga identitaria.

SINTESIS DE CONCLUSIONES

La manera de diferenciarse frente a esa masa cosmopolita en que vivimos y frente a lo que nos ofrece el retail es justamente a través de lo que nos es propio, **LO QUE NOS HACE ÚNICOS** y nos conecta con **NUESTRAS RAÍCES COMO PAÍS**.

El DISEÑO DE AUTOR ofrece al consumidor la posibilidad de **encontrar su singularidad** y lo que realmente lo **identifica**. Tiene una cierta sensibilidad, una percepción y una capacidad creativa para poder decir algo diferente dentro de esta moda que tiende siempre a lo masivo.

LA JOYERÍA CONTEMPORÁNEA DE AUTOR es un buen medio para innovar ya que es una expresión **versátil, flexible y donde se puede incluir materiales no convencionales**, además de **fusionar técnicas tradicionales con modernas** y la búsqueda de un lenguaje propio hace que se rescate lo propiamente chileno.

No debemos copiar ni adecuarnos a los que se nos muestra desde afuera. Debemos desarrollar la imaginación tomando y recreando lo nuestro, sin necesidad de seguir comprando lo que indican los diseñadores europeos. El deseo por elegir materias primas locales, trabajar técnicas y oficios artesanales chilenos para este proyecto nace con el motivo de incentivar la búsqueda de esa identidad que se está perdiendo, descubrir algo que nos identifique y reafirme nuestro ser, y podamos llevar como un “tesoro” en lo cotidiano.

Es aquí donde **LO NATURAL y HECHO A MANO** adquiere un sello único y diferenciador, el cual a su vez posee un valor simbólico que traspasa el objeto, convirtiéndose en representante de técnicas tradicionales y materialidades locales.



Apelar a la emotividad de los diseños de manera que el usuario pueda valorar más el producto y conservarlo durante más tiempo, no porque sigue una moda, sino porque tiene una carga emocional y simbólica que va más allá y que la hace atemporal frente a cualquier moda pasajera.

Volver a nuestros ancestros...

En América del sur los distintos grupos indígenas que existían antes de la conquista y bueno, los que aún están presentes, preparan sus joyas y adornos corporales, cuyas características decorativas y de policromía le daban mucha importancia, teniendo un papel **protagónico** en sus fiestas religiosas. Y una cualidad que existía en la América a la llegada de los españoles, es que los objetos artísticos convivían con los utensilios, ambos pertenecían a la vida cotidiana.



He aquí donde se apela a nuestros ancestros, a nuestras raíces tomando como referente a nuestra gente, los Mapuches y el valor simbólico que les otorgaban y siguen otorgándole a sus joyas. Vivimos en una cultura en que todo se desecha y de CAMBIO CONTINUO (*Fast fashion*), los objetos hoy han ido perdiendo justamente ese **VALOR SIMBÓLICO** que tenía por ejemplo el acto de ornamentarse.

La indumentaria en general incluyendo estos adornos corporales, tiene una función práctica, que es lograr una adaptación al mundo externo, causando un apoyo a lo **individualista** del ser humano y/o a la creación de comunidad.

Es clara la carga que llevan los ornamentos corporales, tanto para el creador como para el usuario. Actualmente usamos complementos en el vestuario que adornan nuestro cuerpo, con el mismo sentido de identidad con que pudieron haberlo usado los pueblos originarios, variando obviamente los significados sociales que estos tenían, pero en esencia el adorno a lo largo de la historia del hombre ha tenido una misma intención desde el punto de vista humano, como seres sociales que somos y seguiremos siendo. El de dotarnos de cierta personalidad o actitud frente a la vida, y de esta forma "protegernos" en nuestra calidad de seres extremadamente vulnerables a lo exterior.

Hoy en día uno se viste para la joya, o también simplemente podemos decir que la joya viste. Esta joya hace una **diferenciación**, es un complemento que tiene la suficiente prestancia para potenciar y destacar una tenida. Se puede poner un básico negro y todo el carácter lo otorga la joya.

En la joyería experimental que se está trabajando hoy en día, su valor no recae en la materialidad sino en la técnica de elaboración y en la idea o pensamiento que trasmite, considerando el diseño como eje central en el proceso creativo. Sin embargo en esta propuesta del presente proyecto, además del diseño, la materialidad y el manejo de ella serán tan valiosos como la forma que este tenga, ya que la motivación

nace justamente desde lo que inspira el material y del lugar geográfico de donde proviene, inspirando así el proceso de diseño. En conclusión, el Diseño a través de la joyería experimental que trabaja con estos nuevos materiales o materiales “no convencionales” para la joya, serán un medio para explorar nuevos lenguajes y todo lo que el material de por sí expresa. En este sentido el material como una fuente de expresividad libre en toda su dimensión, abre a diversos formatos y técnicas bajo concepciones estéticas.

Con esta expresión tan natural y primitivo del material en la joya, se exteriorizará ese afán de distinción que tenemos los seres humanos en los tiempos actuales tan masificados.

La colaboración entre la artesanía y el diseño genera un fenómeno de retroalimentación. El diseñador se inspira en el trabajo del artesano. El artesano le enseña y ayuda al diseñador a extraer del material todas sus posibilidades a fin de potencializar el proceso de diseño. El diseñador reinterpreta y propone nuevas formas y maneras de tratarlo contemporáneamente.

DISEÑO DEL PROYECTO

Título descriptivo

Diseño de **Joyería de Autor** como reflejo de **identidad chilena, protagonista** en el vestuario femenino

Definición del proyecto

Proyecto de **diseño de autor** que nace del resultado de la investigación y **experimentación textil** con otros materiales chilenos. Propone **romper** con las convencionales maneras de percibir una pieza de joyería asociada generalmente a un valor monetario y materiales lujosos, innovando justamente dentro de la **joyería** chilena actual que aún mantiene sus formas y usos excesivamente controlados. Con esta desestructura de los formatos y materiales tradicionales, además de asignarle contemporaneidad a la obra de joyería se le entrega un **valor conceptual y simbólico** que se lo da el Diseño como eje central en el proceso creativo. Se presenta la joyería textil como fuente de **expresividad** en toda su dimensión, **imponente y protagonista** como medio de refuerzo del espíritu individualista del ser humano y como medio de **valoración de lo local** buscando nuevos lenguajes expresivos que apoyan el afán de distinción del ser humano en los tiempos actuales tan masificados. Quien compre una pieza sepa que no sólo se está llevando un objeto de diseño, sino también una manera diferente de mirar el mundo identificándose con lo que es nuestro...llevar un pedacito de Chile en el cuerpo como algo valioso...**una joya.**

Entorno interno

a) **Visión:** Contribuir al diseño joyería mediante resaltando valores como lo hecho a mano, la utilización de materiales nobles y técnicas ancestrales aplicados a complementar con vanguardia a la mujer urbana y natural de hoy, permitiendo la reflexión de las usuariass de los productos que adquieren, fomentando la historia de los productos, su inspiración de qué modo están hechos y quien los confeccionó, valorizando la toma de conciencia en su forma de vida reflejado en los productos que elije, contribuyendo a la importancia medioambiental y valoración de lo local.

b) **Misión:** Satisfacer las demandas actuales de la búsqueda de diferencias que represente un estilo de vida basado en lo natural, complementando con diseños únicos que combinan innovación y personalización a mujeres que gusten de la exclusividad. Dar continuidad en el tiempo y reconquistar a las chilenas.

Objetivos del proyecto

Objetivo general

A través de este proyecto se busca generar un emprendimiento de diseño que se sitúe en torno a la constante búsqueda y experimentación con **materias primas propias y reconocibles como chilenas**, de manera que contribuya a la valorización de lo local a través del diseño con **técnicas asociadas al ámbito artesanal pero de una forma actualizada e innovadora**. Plasmando los significados implícitos de nuestros aspectos locales, llevando estas materialidades naturales a un presente vanguardista que valora lo natural, de manera formal y conceptual, realizando y fusionando técnicas y materiales, convirtiéndolas en símbolos sociales y representativos.

Se pretende generar con esto diferenciación y renovación en la oferta existente en los mercados actuales, gestando así un emprendimiento sustentable en el futuro, responsable con el medio ambiente y la sociedad.

Objetivos específicos

Establecer una **reinterpretación** de la observación de lo natural de la tradición, diseñando un sistema de complementos únicos y hechos a mano, realizados a partir de la **fusión** de materialidades artesanas chilenas **enalteciendo su nobleza natural** en piezas únicas, cargadas de **expresión, relevancia y protagonismo** que tiene en la totalidad del vestir femenino. Rescatando su contenido simbólico, y tomando el valor de una JOYA.



Perfil usuaria / Target

(Para realizar el trabajo de investigación de nuestra usuaria fue necesario hacer una recolección de datos en terreno, mediante fotografías y observaciones de campo)

Mujer entre 25 y 50 años perteneciente al segmento clase media alta (abc1,c2 y cúspide c3)

Se trata de una mujer moderna, independiente e inserta en el ámbito laboral que es conciente de su estética. Ya no es una mujer uniformada, sino que se preocupa de no llevar las mismas piezas todos los días y sobretodo busca la exclusividad en ellas. **Su vestir está marcado por los accesorios** que ésta ocupa y que generalmente juegan un rol protagónico en el conjunto. Tiene un perfil que no pasa desapercibido en el ámbito que se desenvuelve. Es atrevida y resalta en su vestuario la producción visual. Cuando caminan por la calle o entran a un restorán, estas mujeres no pasan inadvertidas, tienen onda, carácter y estilo propio. **No obedecen a las modas de turno**, y sin darse cuenta, se convierten en referentes y precursoras de tendencias.

Pertenecen a un público no masivo, que consume productos exclusivos que la **diferencien e identifiquen frente al resto**. Adquiere este tipo de productos porque representa principalmente su estilo de vida y porque **valora la estética artesanal**. Amante del Diseño, prefiere prendas y accesorios únicos y con historia.

Posee una noción por el **rescate y carga valórica** que este accesorio posee, lo que demarca un cierto nivel cultural. **Conoce, valora los materiales y técnicas de lo que compra**, de su factura hecho a mano como pieza única y de su historia que hay detrás.

Este tipo de mujeres disfruta de la naturaleza, valora la tranquilidad, practica deportes que sugieren bienestar social, tienen intereses artísticos y un deseo de permanecer original y exótico, lo que es representativo de una mujer

cosmopolita y vanguardista, ya que están al tanto con las nuevas tendencias pero no las siguen bastante, siempre son **selectivas** a la hora de preferir productos y servicios. Por lo mismo buscan siempre diferenciación ante todo y no les importa el costo a la hora de comprar en boutiques y tiendas de diseño. Ellas persiguen el obtener productos de mayor calidad, en donde la sofisticación esté presente, mediante aspectos como materialidades, texturas, aplicaciones y exclusividad. **Tiene poder adquisitivo** para auto complacerse con una pieza bella para ella y para enriquecer su vestuario.

Existe un grupo de mujeres que quizás no pertenezcan a este rango socioeconómico tan alto, pero que al igual que las que tienen más poder adquisitivo, antes de comprar objetos tecnológicos o la moda, eligen comprar una pieza única y bella para ellas, por su carga valórica, su confección manual, porque aprecian esos objetos más allá de lo que cuesten. En algunos casos no pueden llegar a comprarse más de una pieza pero ésta la llevan como un tesoro y la adaptan a cada tenida nueva.





MOODBOARD TARGET

Análisis vestuario chilenas

Gracias a las visitas en terreno se pudo observar que la mayoría de las mujeres chilenas privilegia el vestuario de colores oscuros, planos y neutros como el negro, blanco, beige y gris. El uso de estos colores sobretodo de los oscuros se debe a que se sienten más cómodas, refleja elegancia, estilizan la figura, son combinables y no pasan de moda. Por decirlo de otra manera "se van a la segura". También y a diferencia de las mujeres centroamericanas se debe a factores de clima e idiosincrasia.

Generalmente arman su vestuario con el uso de accesorios superiores como pañuelos, lentes, aros, collares. El accesorio es el que le da el factor diferenciador al vestuario o ciertas variaciones de color dentro de este vestuario neutro.

Dentro de este grisáceo y oscuro paisaje textil...hay mujeres que resaltan con sus complementos. Mujeres ligadas al Arte y al Diseño o que gustan de estas manifestaciones



Estilo de vida y gustos

Frecuenta lugares donde pueda pasear y quedarse un buen rato a recorrerlo, en donde se centran teatros, museos, cafés, restaurant, ferias de antigüedades y libros; tiendas de diseño y de artesanía específicamente en el Barrio Lastarria, Barrio Bellas Artes, Barrio Bellavista , Barrio Italia y Pueblito Los Dominicos. También lugares más exclusivos como Alonso de Córdoba e Isidora Goyenechea donde también se desenvuelven laboralmente. Visitan Ferias de artesanías y exposiciones de diseño como Ropero Paula o la Expo lanas buscando objetos más exclusivos y que no encuentra en el retail.

Público indirecto: turistas extranjeros, que transitan por el área comercial donde se situará la venta de estas piezas, atraídos por aquellos elementos representativos y simbólicos del lugar que visitan, y que desean adquirir un objeto con materiales y técnicas chilenas para llevarla como recuerdo del país.

Estas mujeres, gusta del diseño al vestirse, no en marca, sino en originalidad, exclusividad y diferenciación frente al resto. Es un público que gusta de reflejar un estilo natural y étnico desde su vestuario hasta la ambientación de su hogar. Todo su entorno cultural y social influye marcadamente en lo que eligen al momento de comprar, ya que ella los ve como pequeñas obras de arte, que se complementan con su entorno y se ajustan a su estilo de vivir. Otro punto importante es que en los lugares que visita se centra todo lo que a ella le gusta y necesita, llenando todos sus intereses artísticos y de entretención. Ella vive el barrio y lo recorre durante todo el día.

OTRAS VARIABLES

Variables geográficas:

La mayor concentración de este tipo de público se encuentra en la Región Metropolitana, sin embargo están presentes también a nivel regional, en ciudades cercanas como Viña del Mar y Valparaíso que viajan a la capital en busca de estos productos que no encuentran en sus ciudades. Se pretende situar los productos en centros turísticos u hoteles en regiones ya que este grupo viaja y también para captar un público extranjero.

Variables demográficas:

Ingresos abc1, c2

Vive en comunas como Providencia, Las Condes, Vitacura, La Reina o en sectores más tradicionales de Santiago.

Variables conductuales:



COOLBOARD TARGET

PARTES INTERNAS INTERESADAS

- Diseñadora administra la Tienda/taller
- Asesoría externa: contador

ADMINISTRACIÓN

- Capital inicial (ahorro)
- Banco Estado
- Productos
- Fondos concursables (como Capital semilla)
- Concurso Nacional de Artesanía y Diseño CREA

INVERSORES

RR.HH

- **Diseñadora:** administradora general de la empresa. Además se encarga de idear, diseñar y confeccionar los productos
- **Artesanos:** patrimonio cultural inmaterial, lo cuales proveerán de materias primas para los productos. Invitados especiales de la tienda para trabajar y realizar talleres de sus artesanías al público que la visita.
- **Vendedor(a)Tienda:** encargado de mostrar, asesorar al cliente y vender el producto.

PARTES EXTERNAS INTERESADAS

CLIENTES

- Mujer entre 25 y 50 años
- Profesionales/independientes
- Extracto socioeconómico C1
- Educación completa/profesional
- Gustos por las Artes, el Diseño y la Artesanía.

GOBIERNO

- Municipalidad: obtención de la patente

PROVEEDORES

- Artesanos

ALIANZAS
ESTRATÉGICAS

- Red Artesanos Fundación Artesanías de Chile
- Otras marcas del rubro
- Ferias, expo y seminarios
- Hoteles a nivel nacional(Ej: Explora)
- Revistas
- Web

COMPETIDORES

- Marta Morrison
- Chantal Bernsau
- Vania Ruíz
- Híbrida Diseño
- JuanaSacra

MAPA STAKEHOLDERS

Modelo de negocio

PARTES INTERNAS INTERESADAS

Administración

- Diseñadora administra la Tienda/Taller
- Accesoria externa: contador

Recursos Humanos

- Diseñadora: Administradora general de la empresa. Además se encarga de idear, diseñar y confeccionar los productos.
- Artesanos: Patrimonio cultural inmaterial los cuales proveerán de materias primas para los productos. Invitados especiales de la tienda para trabajar y realizar talleres de sus artesanías al público que la visita.
- Vendedor(a) tienda: encargado de mostrar, asesorar al cliente y vender el producto.

Financiamiento

- Capital inicial (ahorro)
- Banco Estado
- Productos
- Fondos Concursables (como Capital Semilla)
- Concurso Nacional de Artesanía y Diseño CREA

PARTES EXTERNAS INTERESADAS

Clientes

Mujer entre 25 y 50 años
Profesionales / Independiente

Extracto socioeconómico abc1, c2 y c3
Estilo sofisticado étnico
Gustos por las Artes, el Diseño y la Artesanía

Proveedores

Artesanos

Alianzas estratégicas

- Red Artesanos Fundación Artesanías de Chile
- Otras marcas del rubro
- Ferias, expo y seminarios
- Hoteles a nivel nacional (Ej: Explora)
- Revistas
- Web

Gobierno

Municipalidad: Obtención de la patente.

Competidores

- Marta Morrison
- Vania Ruíz
- Chantal Bernsau
- Hibrida Diseño

Canales de distribución

Tienda/ Taller

Se expondrán y comercializarán los productos de diseño. Pero a la vez se podrá tener acceso al área del taller donde se generará una instancia de interacción con el cliente (**Diseño de la Experiencia**)

Tienda Plataforma Artística (talleres, eventos folklóricos, etc)

Se invitarán a los artesanos que fueron partícipes de la creación de las colecciones como proveedores de las materias primas, a realizar talleres en la tienda para dar a conocer los oficios artesanales que ellos realizan. Servirá como un gancho para atraer clientes a la tienda y para que el público pueda aprender in situ de las distintas técnicas que los artesanos manejan. Podrán conocer las materialidades, tocarlas, manipularlas y fabricar alguna pieza con la ayuda del artesano, encantándose y **valorando el trabajo hecho a mano, con cariño y dedicación** tal cual están hechos nuestros productos. Ellos a su vez podrán

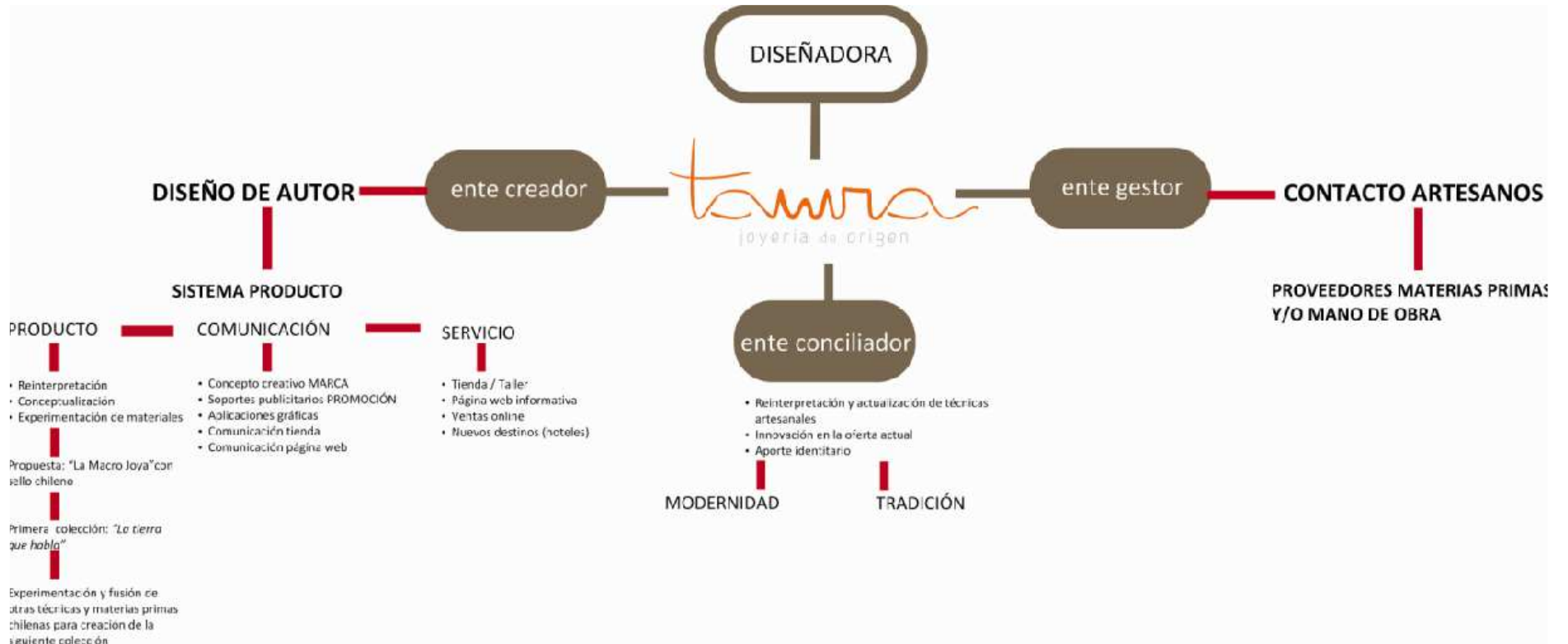
transmitir sus conocimientos y experiencia, podrán crear redes y lograr hacerse conocidos (**La artesanía tiene un rostro**). Será un espacio donde habrá música chilena y exposiciones.

Página Web Informativa

Además de la tienda, los productos serán expuestos y vendidos a través de la página web de la marca, por lo que el producto podrá ser adquirido por un mercado más amplio. Por este medio se dará a conocer los productos, las colecciones, los horarios de los talleres y de los eventos; y todo lo que tenga relación con la empresa. Todo esto es una forma de acercar al cliente y mantenerlo informado de las novedades de la empresa, generando así fidelidad y compromiso. Será además una plataforma educativa con material sobre la Artesanía Chilena, su tierra, su gente, sus oficios.

Además de la página web, se utilizarán plataformas sociales virtuales complementarias como Twitter, Facebook, Flickr para generar propaganda y ventas, y como medio para enterarse de las opiniones y sugerencias de las clientas.

Estructura interna- actores



Análisis FODA

<ul style="list-style-type: none"> ● El rescate y la revalorización de lo artesanal a través del diseño. ● Alto contenido cultural y carga valórica por el uso de técnicas y materias primas que nos identifican como chilenos ● El uso de un material poco común, y tradicional, para la creación de complementos. Enaltecimiento de materiales no tradicionales para la creación de una joya. ● El nuevo uso que se le dio a la materia prima, para la creación de productos. ● Producto único y exclusivo. ● La producción hecha a mano, de los productos, la cual la hace más detallada. ● Surge un público indirecto al cual también le interesarían los productos: turistas extranjeros. ● Utiliza el mismo lugar tanto como para fabricación, como para la venta de los productos (Tienda / Taller). ● Al estar el taller en el mismo lugar de venta, permite realizar arreglos a los productos rápidamente si surgiera algún problema. ● Acercamiento Cliente/Artesano/ Diseñadora. ● Difusión de los productos, además de venta y entrega a regiones a través de la página web. 	<p style="text-align: center; font-size: 48px; font-weight: bold;">F O</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Existe un público creciente que se interesa por la artesanía moderna, donde el diseño forma parte. ● Productos únicos y 100% chilenos, por lo tanto tiene más potencial exportador. ● Productos que fusionan tres materias primas iconos de nuestro país, con técnicas artesanales y que no se han llevado antes a la joya (materiales no tradicionales). ● No existe en el mercado competencia directa. ● Santiago posee una gran población, por ende una gran diversidad de gustos. Además de que alberga un público con un ingreso económico, que le permite invertir en necesidades no básicas. ● Chile promueve iniciativas y proyectos de emprendimiento a través de fondos concursables, que permitirían financiar este proyecto.
<p style="text-align: center; font-size: 48px; font-weight: bold;">D A</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La producción manual hace que el número de productos elaborados sea menor. ● Por el hecho de ser un producto único o por lo menos limitado en su producción, no puede fabricarse en serie para abaratar costos. Es por eso que su precio será más elevado a lo que se ofrece en el retail. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Las múltiples ofertas en el mercado de accesorios de bajo costo. Preferencia por el pago con tarjetas (retail) ● Existe un creciente mercado con respecto a la artesanía y el diseño, por lo cual la competencia puede ir creciendo con los años.

Entorno externo

Factor demográfico:

Según el Instituto Nacional de Estadísticas de Chile INE, La Región Metropolitana en el año 2010 concentra una totalidad de 6.883.563 habitantes, de los cuales **3.525.410 son mujeres** y 3.358.153 son hombres.

Chile: Cantidad de población de mujeres a lo largo del país durante el año 2010, según grupos quinquenales de edad.

Grupo etario	Nº de población femenina
35 - 39	618.028
40 - 44	618.799
45 - 49	630.576

Región Metropolitana de Santiago: Población de mujeres habitantes de Santiago, según grupos quinquenales de edad.

Grupo etario	Nº de población femenina
35 - 39	254.877
40 - 44	251.758
45 - 49	259.694
50 - 55	227.201

Se encuentra cerca de sectores como Valparaíso y Viña del Mar, en donde también se encuentra un público al que le son atractivos estos productos, siendo de fácil acceso el ir a Santiago en busca de productos de diseño exclusivo.

Factor económico:

Santiago de Chile es la capital económica y administrativa del país. El público al que están enfocados los diseños, posee el poder adquisitivo necesario para comprarlos.

Factor tecnológico:

Los avances en la tecnología permiten un fácil y expedito acceso a las comunicaciones, permitiendo desarrollar una difusión de la marca a nivel nacional e internacional.

Mediante el uso de internet es posible estar al tanto de la moda mundial, a las nuevas tendencias que están rondando el mundo de la joyería de autor. Como empresa contamos con el equipamiento necesario de maquinarias para el óptimo desarrollo de los productos. Es posible contar con soportes comunicacionales como una página web, que den a conocer nuestro trabajo como diseño de autor.

Factor sociocultural:

Aporte a la disciplina del diseño a nivel nacional, mediante la creación de una empresa que desarrolle esta área y la implemente como modelo de negocio para un emprendimiento.

En la Región Metropolitana, en sectores específicos como Barrio Italia, Barrio Lastarria, Barrio Bellas Artes, Barrio Bellavista, Los Dominicos, alrededores del Parque Forestal se concentra el público al que se enfoca nuestra empresa, ya sea de manera permanente (viven ahí) o de manera momentánea (frecuentan esos lugares). Como una manera de acercar el diseño a la sociedad, se están desarrollando periódicamente actividades culturales como ferias y desfiles, en donde es posible participar y dar a conocer la empresa.

Factor político-legal:

El Gobierno de Chile subsidia a las pequeñas y medianas empresas, a través de la entrega de capacitaciones y capital, con el fin de fomentar la generación del emprendimiento a nivel nacional. Mediante estos programas estatales se facilita a personas y a profesionales a generar una oportunidad de perfeccionarse en áreas como administración, finanzas, comercialización, etc. Todo esto con vistas a fomentar y potenciar el desarrollo de la nación. Algunos ejemplos de fondos concursables son crédito CORFO micro y pequeña empresa y Capital Semilla.

Factor ambiental:

Para la comercialización de los productos, se piensa desarrollar una construcción física (tienda). Se pensó el emplazarla en la comuna de Providencia, específicamente en el Barrio Italia. Esta decisión se tomó a causa de ser área muy acogedora, en la que se puede transitar peatonalmente observando su tranquilo entorno, sus paisajes, sus bellas casonas patrimoniales y fachadas del siglo XX. La tranquilidad que envuelve este lugar, lo hacen desvincularse del común ajetreo y bullicio de otras zonas de Santiago, haciendo pensar al visitante que no se encuentra en la Región Metropolitana sino en otro lugar, alejado de ella.

Sistema producto



PROYECTO DE DISEÑO

Propuesta de Diseño

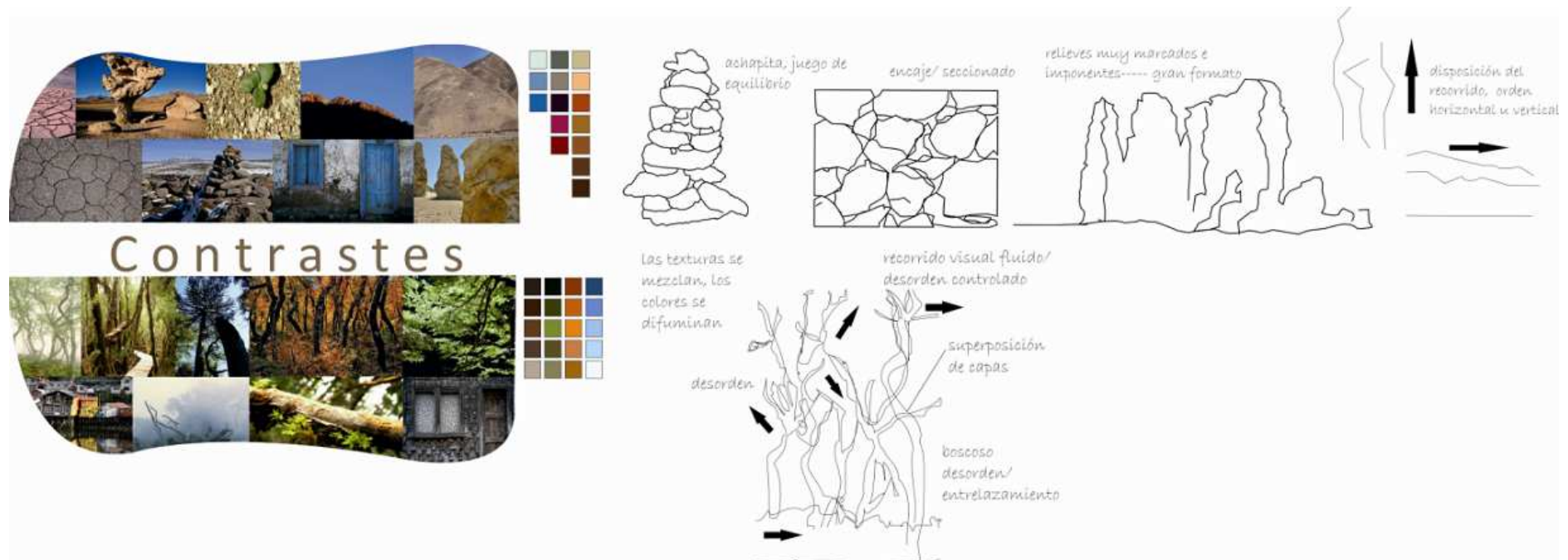
Chile es un **país de contrastes**, desde lo social y cultural, hasta su geografía tan variada que nos puede llevar desde el desierto más árido del planeta, hasta los glaciares milenarios del fin del mundo. El presente trabajo de creación juega justamente con estas **dicotomías y analogías** que se establecen entre el **norte-sur**, el **orden-desorden**, lo **ancestral-contemporáneo**, lo **etno-urbano**, el **pasado-presente**, lo **rústico-sofisticado**, para diseñar joyas inspiradas en nuestra gente y en nuestra tierra, en la **diversidad de sus paisajes y colores**. Esta propuesta se construye como una proyección del cuerpo, una extensión escultórica de las **formas orgánicas** provenientes a modo de inspiración de formas naturales con un cierto **protagonismo en el vestir**. Ya no estamos tratando con accesorios simples, como complemento del vestuario, sino con señales reconocibles de una personalidad definida y de su universo creativo, de **identificación con lo que es nuestro**.

Propuesta Conceptual

Descubrir el cuerpo femenino, jugando con su **“geografía”**, sus curvas y su belleza, exaltando sus gestos por medio de **volúmenes, formas y texturas** que evocan paisajes chilenos. El cuerpo como **instrumento comunicador** y soporte de un **recorrido visual protagonista** en la totalidad del vestuario, una **analogía** de un recorrido por Chile.

Génesis Formal

“Chile País de Contrastes”. Esta es la inspiración de la primera colección “La tierra que habla”, que surge de la observación de los paisajes chilenos, tan contrastantes unos de otros en sus texturas, colores, formas y volúmenes. Las piezas están planteadas para generar recorridos visuales y táctiles, a través de texturas y colores evocadores de la naturaleza, característicos de la Zona Norte y Zona Sur (dicotomía). Se juega con las curvas femeninas, los relieves de su “geografía” como soporte, potenciando estos recorridos visuales y formales como si fuera un recorrido por estos paisajes.

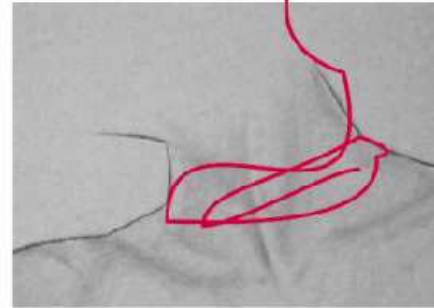


Recorrido NORTE

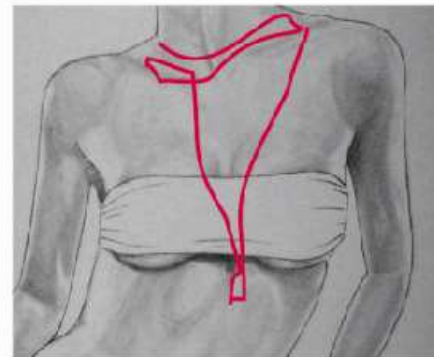
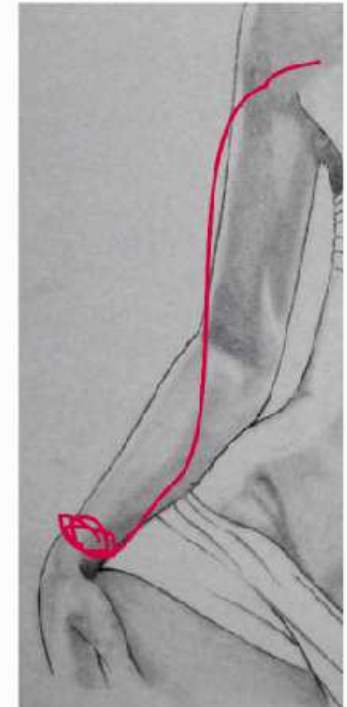
Recorrido SUR



SUPERIOR



INFERIOR



MEDIO

Se propone una prolongación de las piezas tradicionales en donde el complemento abarque nuevas zonas en un recorrido continuo por el cuerpo femenino. Cada pieza se podrá utilizar sola o en conjunto con otras.

Se definen como estructura tres nuevas tipologías:

SUPERIOR: cabeza / cuello

MEDIO: cuello/ espalda/torso

INFERIOR: brazo/mano



Orden por capas en el horizonte
 Contrastes de colores bien marcados



CONTRASTES

de color
 de formas
 de texturas
 de materiales



Desorden controlado
 Mezcla y difuminación
 de colores



MOODBOARD INSPIRACIÓN

Estructura Colección

Se propone el concepto de la “macro joya”; **macro**, porque obtiene variabilidad a través de la vinculación de formatos, teniendo la capacidad de acoplarse con otra pieza, expandirse y abarcar otras zonas del cuerpo. **Joya**, porque toma el valor de algo importante y valioso, una pieza en que sus materias primas fueron elegida y trabajadas con dedicación.

Macro/“Dos joyas en una” = Una de menor formato + una más arriesgada (se acoplan, pueden ocuparse en conjunto o por separado)

Media= Joya de menor formato de una sola pieza

Micro= aros, anillos, prendedor, pulsera, tocado (conjuntos de las otras piezas)

Por una necesidad de variar y de versatilidad que requiere la usuaria en su vestuario diario, se propone la MACRO JOYA, que juega con el desmontaje de piezas, constituyéndose así piezas de gran formato. Pasa a ser una JOYA COMPLEMENTO, ya que ésta se expande y se prolonga por el cuerpo. Debido a la característica que tiene la lana (material base de la propuesta) de abrigar, pasa a ser un complemento que no sólo es estético, sino funcional. Un complemento con valor de una joya.

Colección : “La Tierra que Habla”			
Líneas	N° total de complementos	Tipología complemento	Materialidad
Norte: <i>Chapnati</i> (“puesta de sol” en kunza)	8	Macro: 2 (de dos piezas) Media: 2 Micro: 4	lana + cerámica + cobre
Sur: <i>Lemuy</i> (“boscoso” en mapudungún)	8	Macro: 2 (de dos piezas) Media: 2 Micro:4	lana + maderas nativas + plata



Elección de materiales

Los distintos lugares de Chile otorgan los materiales y el imaginario para estas piezas de joyería. Se relacionan elementos variados y de distintas procedencia, que conviven armónicamente generando metáforas que aluden a un recorrido por Chile.

Las principales cualidades buscadas en las materialidades a utilizar son:

- Que sean recursos naturales
- Materiales vigentes por generaciones
- Material dúctil, que permita su fácil manipulación
- Materia prima disponible en todas las temporadas del año.
- Pertenecientes a los recursos naturales de nuestro país.
- Que permitan el desarrollo de lo hecho a mano.

Según esto, para esta primera colección se hace una selección de 3 materialidades que se asocian a cada zona (Norte y Sur), ya sea por su procedencia geográfica, alguna manifestación de artesanía asociada a esa materialidad y/o simplemente por su textura y color que evoca a la zona.

Estas son trabajadas con técnicas tradicionales pero DESCONTEXTUALIZANDOLAS Y FUSIONÁNDOLAS ENTRE SÍ creando una Identidad Renovada en una propuesta de diseño.

Norte: LANA + CERÁMICA + COBRE

Sur: LANA + MADERAS NATIVAS + PLATA

Se selecciona **la lana** porque pertenece a la materia prima con mayor producción y utilización productiva para el ámbito producto textil. La

joyería que se propone es una joyería textil de base que se fusiona y se relaciona con estos dos otros materiales propuesto, viéndose muy interesante su integración. Esta materialidad es interesante como herramienta a experimentar debido a la abundancia existente en nuestro país. Asimismo existe una diversidad de tipologías (vellón, fieltro, hilada), lo que sumado a sus características de maleabilidad permite una fácil manipulación y agrega valor a la cadena productiva de las lanas.

Fieltro: un objeto con identidad desde el confin de la tierra. Es el tejido más antiguo de la humanidad. Un paño elaborado artesanalmente con lanas escarmenadas, unidas gracias a la presión y el calor. El fieltro es liviano, suave, caliente y fácil de transportar, cumpliendo la funcionalidad de abrigar además de lo estético.

Se selecciona la **cerámica gres** por su origen de arte rupestre que se dio en el norte del país. Además de sus características de color y textura opaca que evocan el desierto.

El **cobre** es el metal más importante de nuestro país, sin embargo las piezas artesanales son escasas en variedad. Con un carácter esencialmente urbano, se destacan las técnicas de golpeo en ollas y utensilios hechos con planchas de cobre unido y terminados a golpe de martillo; el repujado en objetos decorativos asociados a las artesanías del recuerdo o souvenir. En el ámbito de la orfebrería, si bien es el metal más importante y el cual se relaciona con nuestro país, sigue siendo poco utilizado en esta área, opacado por el uso de la plata que puede ser asociado a otros países, no necesariamente a Chile. Además de su notable bajo costo en comparación con la plata.

Las **maderas nativas** se seleccionan porque se dan generalmente en los bosques del sur. Son maderas con historia y algunas tienen el valor de ser recicladas, es decir son descontextualizadas de su antiguo uso para ser reconfiguradas, como es el caso del **alerce**, una madera de un bello color rojizo que destaca por sobre las otras maderas nativas. Maleable, blanda, liviana la hacen un material ideal para ser trabajado en joyería. En general, se destacan las características tan propias de la

madera, se trabajan dejando a la vista sus vetas, color en bruto y mostrando que son tan distintas unas de otras. Así se otorga una variación visual en el recorrido.

La **plata**, si bien no es un material propiamente chileno, se asocia a la joyería mapuche. Además es un metal vigente en las tendencias actuales de la moda y el desarrollo de complementos.

Cada uno de estos recursos se mezclarán según los requerimientos de cada línea perteneciente a la colección. La unión de estos materiales, testimonian sus valores estéticos y simbólicos que tienen mediante su **fusión no tradicional**.



MOODBOARD COLORES



NEUTRALIDAD DEL VESTUARIO



contraste

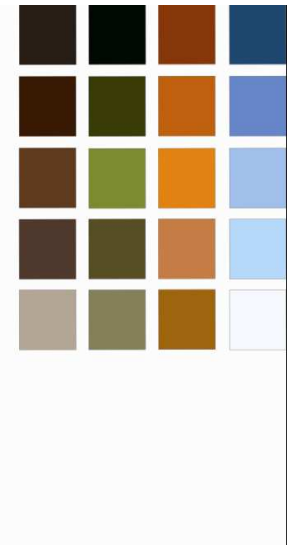


PROTAGONISMO DEL COMPLEMENTO

colores que contrastan con la neutralidad, otorgados por los materiales



Carta Cromática

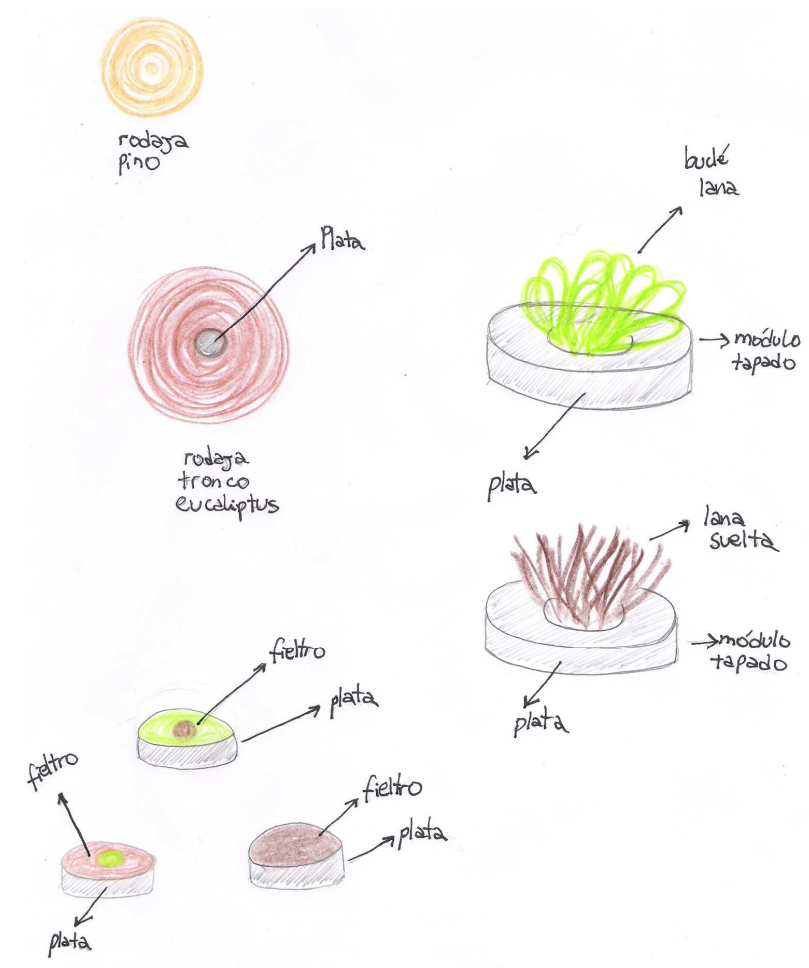
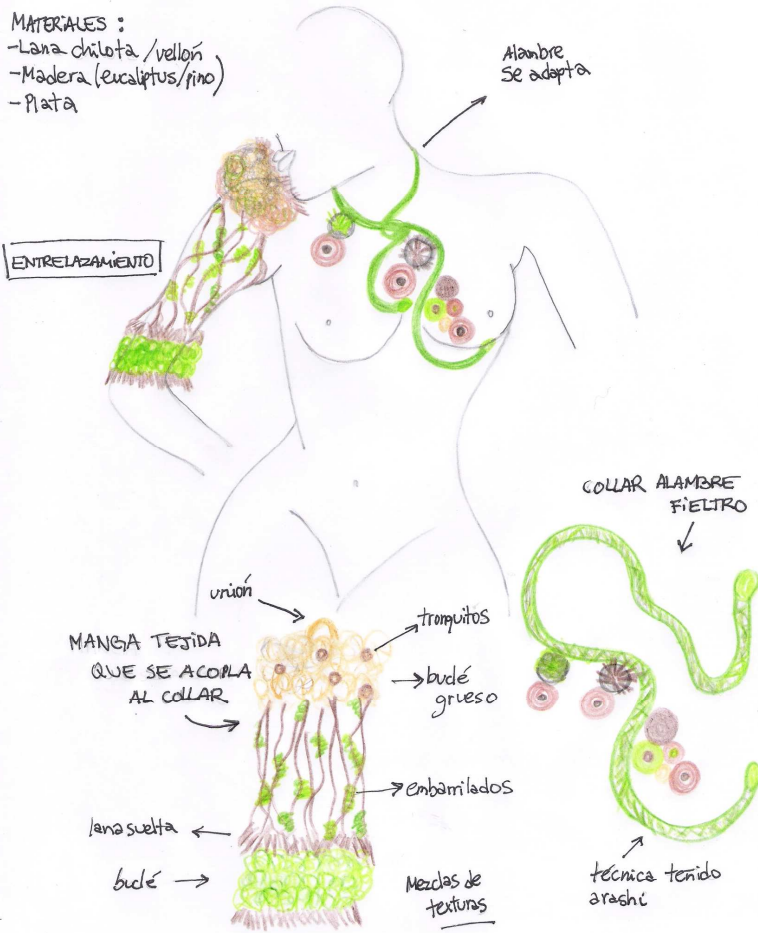


Primeros bocetos

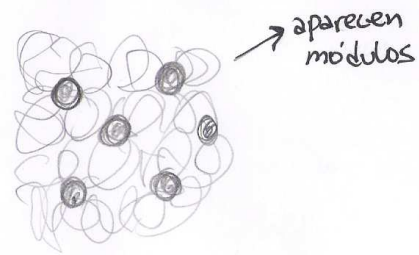
Línea Lemuy

MATERIALES:

- Lana chilota / vellón
- Madera (eucalipto/pino)
- Plata

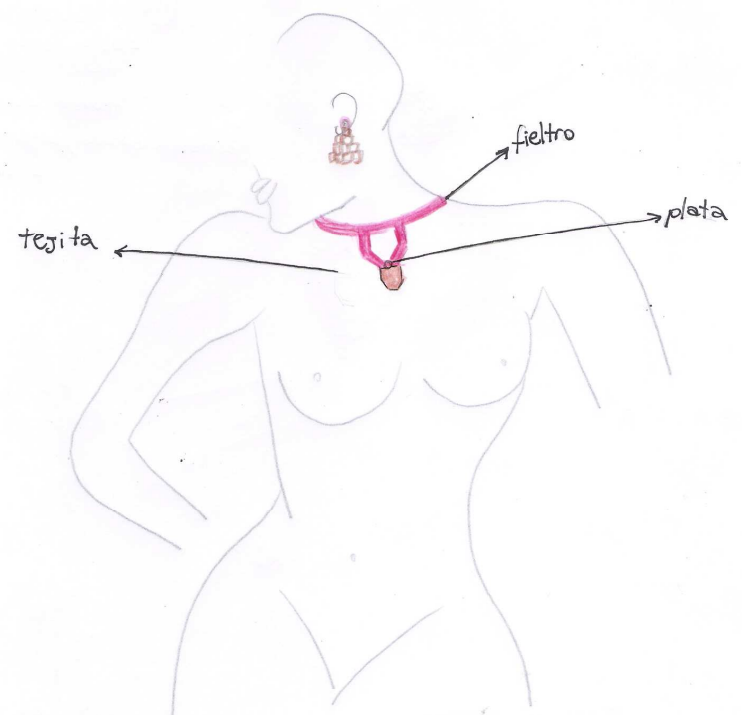
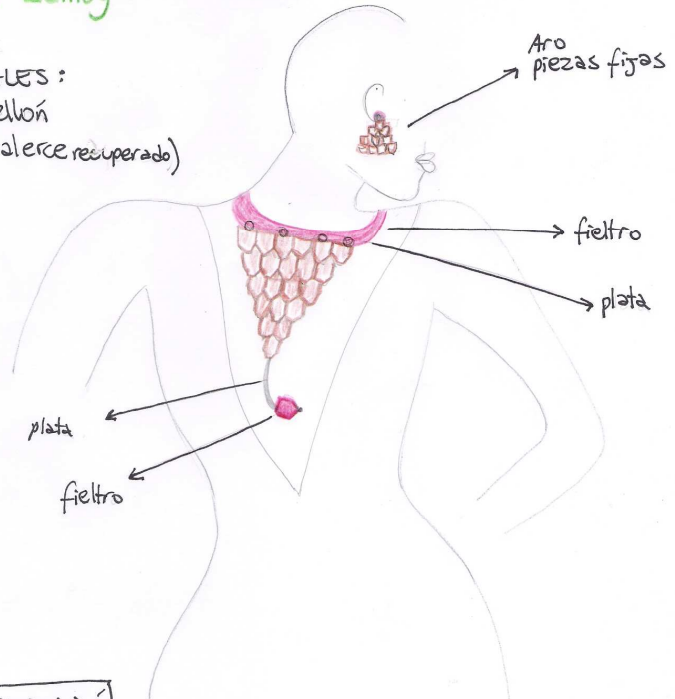


Inspiración / ENTRELAZAMIENTO / MEZCLA DE TEXTURAS

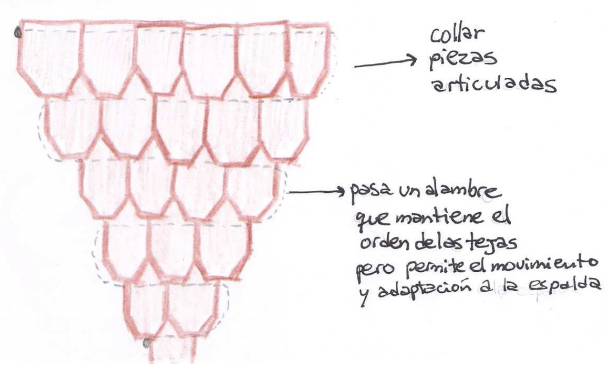


Línea Lemuy

- MATERIALES:
- Lana vellón
 - Madera (alerce recuperado)
 - plata

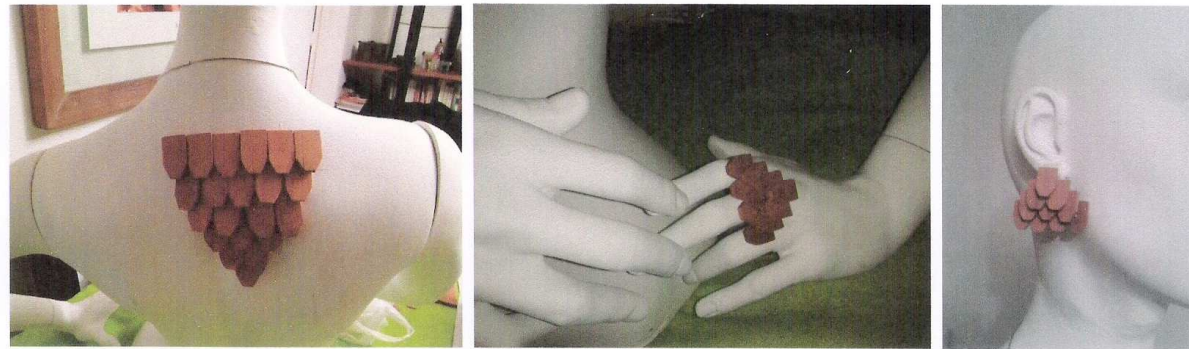


Superposición



inspiración / SUPERPOSICIÓN
↑

recuperación
↑
tejas alerce



↓
collar espalda

Avance joya colección "Lemuy"

↓
anillo

↓
aros

Línea "Chapnati"

- MATERIALES:
- Lana velloón
- Cobre

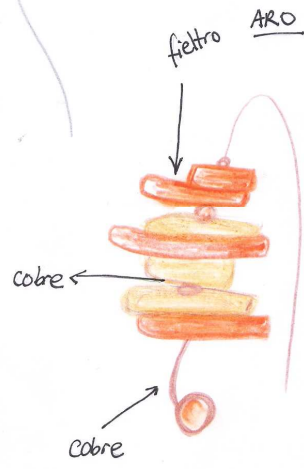
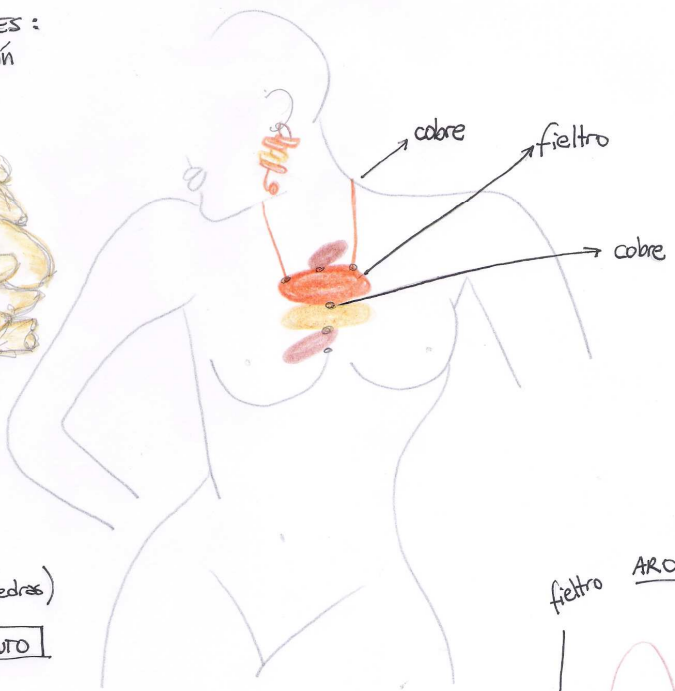


Jugar con el equilibrio

apachita (torre de piedras)

APILAMIENTO

ANILLO



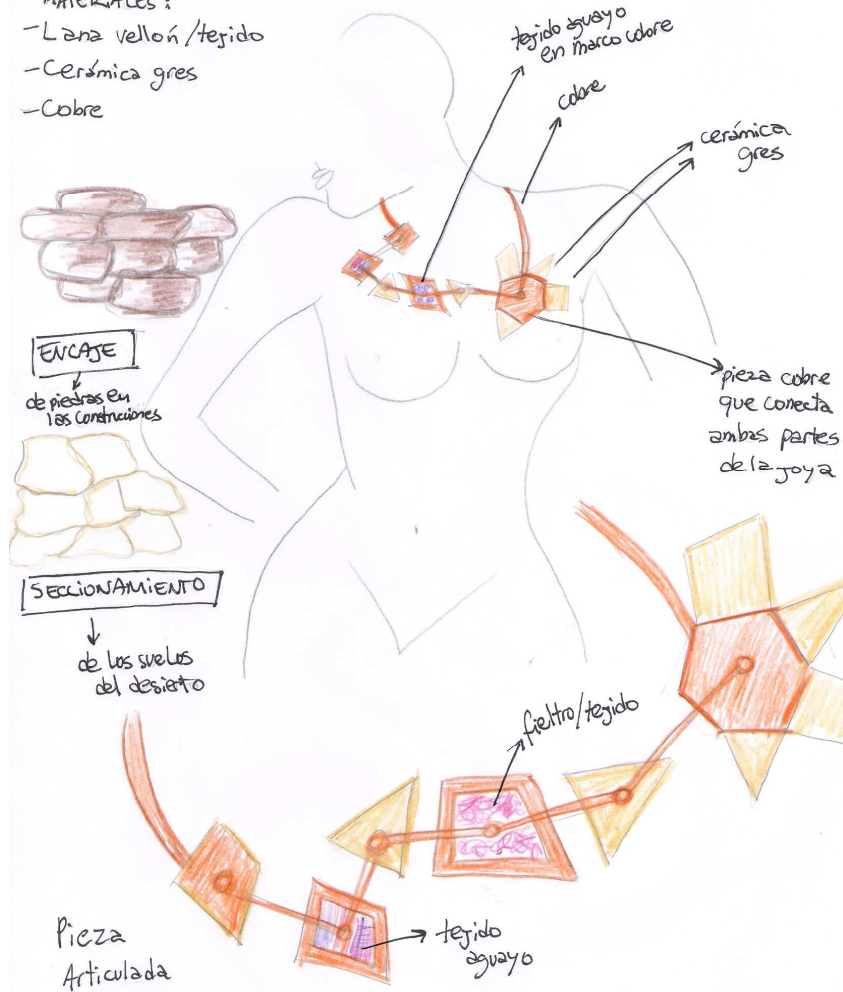
Inspiración / Juego de equilibrio / Apilamiento



Línea "Chapnati"

MATERIALES:

- Lana velloñ / tejido
- Cerámica gres
- Cobre



Inspiración / SECCIONAMIENTO DE LOS SUELOS / ENCAJE DE PIEDRAS EN LAS CONSTRUCCIONES





→ articulado "se adapta" para que encaje

seccionamiento

Comunicación Marca

PANTONE MARCA

 PANTONE SOLID COATED
C:0 M:77 Y:100 K:0 Pantone 1655 C
R:238 G:90 B:33

 PANTONE SOLID COATED
C:49 M:36 Y:37 K:22 Pantone 444 C
R:128 G:128 B:129

TIPOGRAFÍA SLOGAN MARCA
Jalane_light



tawra
joyería de origen

Tawra significa “lana” en aymará, se elige este nombre porque la lana es el material protagonista y potenciado en esta marca de joyería textil. Se trabaja con una lengua de un pueblo originario ya que esta propuesta hace referencia a nuestros orígenes, a nuestras raíces y al contacto con la naturaleza

El slogan “joyería de origen” puede tener una doble interpretación. Por un lado se hace referencia a lo identitario y por otra parte se puede crear una analogía con la manera en que nos paramos frente al mundo como mujeres modernas...todas somos originalmente protagonistas de nuestras vidas y lo reflejamos en lo que llevamos.

La neutralidad del vestuario en contraste con el protagonismo del complemento, en este caso la W está destacada sobre la neutralidad que otorga el otro color.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- 1.- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, SERCOTEC, Pontificia Universidad Católica de Chile. "Artesanía, Nuestra Cultura Viva". Introducción. Págs.5-11
- 2.- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes,"*Chile artesanal, patrimonio hecho a mano*". Estudio de Caracterización y Registro de Artesanías con Valor Cultural y Patrimonial. Colección patrimonio, 2008.
- 3.- Elizabeth Olver, "*El arte del Diseño de Joyería*". Ed. Acanto, Barcelona, 2003.

Revistas

- 1.- Altomonte, Guillermina. (Marzo 2011). *El imperio del retail*. Revista Paula, volumen 1067, 84- 88.
- 2.- Beuchat, Sofía. (Marzo 2011). *Entrevista a Alessandro Massarini "Cómo emprender en moda y no morir en el intento"*. Revista Mujer La Tercera.
- 3.- Beuchat, Sofía. (Marzo 2010). *Reportaje "Los ánimos de la moda 2010"* Revista Mujer La Tercera.
- 4.- Andrade, Magdalena. (Septiembre .2011). *Reportaje "Los rostros de la nueva joyería chilena"*. Revista Ya, El Mercurio.

Páginas web

- 1.- www.emol.com. Imágenes reportaje Vivienda y Decoración, Sábado 25 de Julio de 2009

Visitas a terreno

- 37° Muestra de Artesanía Tradicional Internacional, Nov. 2010, Parque Bicentenario Vitacura , Santiago.
Ropero Paula, 26 al 29 de Mayo 2011, Santiago.
Raíz Diseño, 30 al 2 de Oct. 2011, GAM, Santiago.
Barrio Lastarria
Barrio Italia
Barrio Bellavista