

DOCTORADO EN DISEÑO

TESIS DOCTORAL

TENDENCIAS SOCIALES DEL DISEÑO GRÁFICO EN CHILE: DISCURSOS SOBRE EL PATRIMONIO CULTURAL, SOCIAL Y NATURAL.

Análisis de los proyectos de título de la carrera Diseño Gráfico de la Universidad de Chile (2000-2015)

Mg. Daniela González Erber

Director

Dr. Alberto Díaz Araya

Junio, 2020



Facultad de Diseño
y Comunicación

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a mi compañero y gran amor, Marcelo Garretón Bascuñan. Por acompañarme en esta larga y difícil tarea, por ser mi escucha y mi co-investigador a honores, por su paciencia, por tantas postergaciones y batallas superadas, por su amor incondicional y por contener a nuestros hijos, cada vez que falté. No tengo palabras para agradecer tu gran entrega. Tu apoyo en cada etapa de mi proceso, lejos de nuestro país, no lo olvidare nunca. Fuiste y sigues siendo un pilar fundamental en mi vida. Te amo.

Antu y Amaru, mis amados hijos, que tempranamente tuvieron que comprender lo que significa una tesis. Les pido perdón por cada momento que no estuve y por acompañarme a un país desconocido, que sin duda los ayuda a crecer. Ambos me llenan de orgullo, por su valentía y acompañamientos sin reparos. Son seres maravillosos. Solo nosotros sabemos lo lindo y difícil de este largo camino que hoy concluye. Sin duda un sacrificio familiar para todos. Los amo.

Gracias a mis padres, Sybille y Omar, por darme todo lo que hoy soy. Por enseñarme con vuestra propia experiencia cual es el camino. Por el amor y la preocupación que siempre me han brindado. También ustedes fueron postergados en esta loca carrera que fue el doctorado, perdón por eso. Si hoy soy capaz de terminar este proceso, es por lo bien que me criaron y por cada palabra de aliento cuando lo requerí. Ustedes también sufrieron conmigo. Gracias a ambos por todo.

A mi director de tesis Alberto Díaz Araya, gracias por creer en mí y brindarme tu apoyo intelectual. Tu experiencia con los patrimonios y la investigación, sin duda es extraordinaria y fue crucial en mi proceso. Gracias por encausar mis caminos cada vez que perdí el norte, sin eso no habría logrado los niveles de profundización alcanzados.

Agradezco a la Universidad de Palermo, por permitirme descubrir un mundo de conocimientos. Gracias a cada profesor, que con sus exhaustivas correcciones y opiniones, permitieron en mí un desarrollo intelectual no transitado antes. Cada uno aportó en mi crecimiento.

A mis hermanas Carola y Sueli por estar siempre presentes, y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa y de nuestras vidas. También agradezco a Rigoberto Beltrán y Julieta Arias, por amar a mis padres y por el apoyo incondicional de siempre.

A todas las personas que me han apoyado y permitido que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Finalmente agradezco haber nacido en Chile y su hermoso territorio. Hoy lo quiero aún más y valoro cada rincón que lo conforma. Sus patrimonios son para mí una fuente de inspiración y un mundo de conocimientos por descubrir.

Esta tesis contó con el apoyo del proyecto Fondecyt N°1181844.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
---------------------------	---

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	20
------------------------------------------------	----

1.1. Planteamiento del problema de estudio	21
1.2. Preguntas de investigación.....	27
1.2.1. Pregunta principal	27
1.2.2. Preguntas complementarias	27
1.3. Hipótesis	28
1.4. Objetivos del estudio.....	28
1.4.1. Objetivo general.....	28
1.4.2. Objetivos específicos	28
1.5. Justificación del estudio	29
1.6. Conceptualización teórica y delimitación del objeto de estudio.....	45
1.7. Estado del arte.....	56

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO	70
----------------------------	----

Primer apartado temático:

EL DISEÑO GRÁFICO COMO OBJETO DE VISIBILIZACIÓN SOCIO-CULTURAL

2.1. El diseño gráfico y su dinámica identidad.....	71
2.1.1. La conformación: sus primeros referentes, ideologías y debates	71
2.1.2. La consolidación disciplinar: su investigación, métodos, lenguajes y discursos..	81
2.1.3. La identificación: su saber, su ser y su hacer, más de una identidad	89
2.1.4. Sus nuevos límites: El diseño gráfico como operador y gestor cultural.....	93
2.2. El diseño gráfico como instrumento de desarrollo económico, social y cultural .	98
2.2.1. El diseño gráfico piensa socialmente en el mercado, el consumo y la venta: industrias creativas y culturales	98
2.2.2. El diseño gráfico piensa socialmente las identidades, culturas y patrimonios ...	103
2.2.3. El diseño gráfico piensa, define y construye problemas sociales relevantes para el crecimiento humano, la innovación y el desarrollo territorial	108
2.3. El objeto estudio y espacios de intervención de una disciplina sociocultural	112
2.3.1. Un acercamiento al objeto de estudio del diseño gráfico	112

2.3.2. Contexto sociocultural como campo de conocimiento y aplicación del diseño .. 114

Segundo apartado temático:

**EL PROYECTO DE DISEÑO COMO OBJETO DE UN PROCESO COGNITIVO
CREATIVO Y COMPLEJO DE CARÁCTER SOCIAL**

2.4. La construcción compleja del pensar creativo, en sociedad.....	118
2.4.1. La reflexión interna en la solución de problemáticas proyectuales.....	118
2.4.2. El método de proyecto: una estrategia de cognición creativa y social	121
2.4.3. Temas, discursos y tópicos del proyecto de diseño que emerge en sociedad.....	124
2.5. Tramas socioculturales: la reconfiguración a través del proyecto de diseño.....	130
2.5.2. El vínculo del diseño gráfico con el patrimonio cultural y la retórica: una construcción discursiva del proyecto	133

Tercer apartado temático:

**EL CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL COMO INSUMOS DE UN PENSAR HUMANO
Y PATRIMONIAL EN EL PROYECTO DE DISEÑO**

2.6. El contexto sociocultural de Chile: una invitación para el pensar proyectual en patrimonio cultural	136
2.6.1. Contexto sociocultural y económico de la disciplina del diseño: Modernidad, Posmodernidad y modelo económico capitalista.....	136
2.6.2. Estado-Nación como articulador de identidad, cultura y patrimonio de Chile... 143	
2.6.3. Los devenires de la cultura en Chile: Su diversidad, construcción, apagón y apogeo, a partir de la década del setenta	155
2.6.4. El territorio como identidad cultural y su administración	161
2.7. El pensar proyectual, en patrimonio cultural: su enseñanza y aplicación, desde los enfoques constructivista, instrumentalista y finitista	165
2.7.1. La educación disciplinar como transmisor de paradigmas, conceptos, cultura y patrimonio, desde un enfoque instrumentalista y finitista.....	165
2.7.2. La universidad y la disciplina del diseño en la gestión del patrimonio cultural. 170	
2.7.3. Teoría fundamentada o <i>Grounded Theory</i> : La escuela constructivista y la enseñanza del patrimonio en la disciplina del diseño.....	178

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... 181

3.1. Enfoque metodológico de la investigación.....	182
3.2. Delimitación del problema de investigación.....	185
3.2.1. Geográfica	185
3.2.2. Temporal.....	187

3.3.	Descripción detallada del método de investigación.....	190
3.3.1.	Diseño de la investigación.....	190
3.3.2.	Objeto de investigación: unidades de análisis	191
3.3.3.	VARIABLES/ Atributos; Dimensiones/Sub-variable; Indicadores; Categorías y Sistema de valores.....	194
3.3.4.	Técnica de análisis e instrumentos de recolección de información.....	201
3.3.5.	Aplicación de las fichas de análisis	207
3.3.6.	Descripción del análisis de los datos:	209
CAPÍTULO IV:		
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS		
4.1.	Caracterización general de los resultados	212
4.1.1.	Orientación temática: Tesis patrimoniales y tesis no patrimoniales.....	212
4.1.2.	Orientación temática detallada de la totalidad de tesis.....	228
4.1.3.	Orientación geográfica de las tesis en patrimonio.....	237
4.1.4.	Orientación patrimonial de la temática en tesis sobre patrimonio.....	248
4.1.5.	Orientación temática específica de cada categoría patrimonial.....	260
4.1.6.	Finalidad de la estrategia patrimonial.....	293
4.1.7.	Propuesta de solución a la intervención patrimonial	305
4.1.8.	Destinatario del mensaje o público objetivo.....	320
CAPÍTULO V:		
CONCLUSIONES		
5.1.	Discusión, comentarios y conclusiones	330
BIBLIOGRAFÍA		344
ÍNDICE DE TABLAS		368
ÍNDICE DE FIGURAS		371

INTRODUCCIÓN

“El patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio”

(UNESCO, 2014, p.132).

La presente investigación se enmarca en la búsqueda de una apertura disciplinar del diseño hacia campos socioculturales, es decir, en un giro que posibilita a esta disciplina vincularse con los patrimonios culturales, sociales y naturales de un país, abordando temáticas que escapan a aquellas tradicionalmente posicionadas por las exigencias del mercado. Nos situamos, por tanto, desde una perspectiva que concibe al diseño en un nuevo rol con mayor relevancia social.

Históricamente se ha concebido el diseño gráfico como una disciplina caracterizada por una tradición de identidad mercantil, lo cual podría justificarse en sus orígenes, pues su conformación disciplinar se da en el período de la Modernidad y está vinculada con la Revolución Industrial (Margolin, 2012); con los alcances que tuvo la máquina, la manufactura, la mercantilización y la tecnificación. En esta línea, su consolidación se asume para la segunda posguerra en estrecha relación con las reformulaciones del capitalismo, además del posterior desarrollo económico y social de la segunda etapa de la sociedad de consumo (Devalle, 2009; Mosqueda, 2009). Consecuentemente, se genera “un diseño gráfico totalmente dependiente de la producción mercantil y de objetos de consumo que, sin embargo, carece de profundidad, porque sólo es realizado para conquistar el mercado con fórmulas ya probadas” (Mosqueda, 2009, p.154). Por tanto, esta disciplina representa una práctica moderna, se trata de una consolidación impulsada por la búsqueda equilibrada entre nuevos modos de producir y la apariencia de los objetos (Devalle, 2009).

Hoy en día el diseño gráfico responde a esta tradición y decide construir un pensar anclado en aspectos socioculturales muchas veces invisibilizados, no solo como un repetidor o traductor de la sociedad, sino que en un constante interactuar de ambos – sociedad y diseño– que repercute en cómo se constituyen (Mosqueda, 2009). En este sentido, y como destaca la diseñadora Rosana Bazaga, “el patrimonio cultural pertenece a ese tipo de realidades invisibles que necesitan canalizarse hacia la sociedad a través de mensajes visuales” (2017, p.13), que no solo revalorizan a los bienes patrimoniales vulnerables, sino que también crean

identidad mediante la construcción o rescate de símbolos locales. Un planteo que en el caso de Chile es impulsado principalmente por los componentes sociales y las libertades personales recuperadas tras el retorno a la democracia; que implica una invitación social para la disciplina, al compás de la indiscutible vorágine del patrimonio cultural en el país y el nuevo milenio, en un contexto de leyes culturales estatales que comienzan a permear las instituciones gubernamentales (CNCA, 2005; Subercaseaux, 2006; y De Cea, 2012).

De este modo, la nueva naturaleza patrimonial promueve otras construcciones teóricas, además de novedosas visiones educativas que se terminan declarando abiertamente vinculantes al patrimonio cultural. Esta situación decanta y permea a maestros, visiones y misiones universitarias y –especulamos- a la propia formulación y finalidad de los proyectos de tesis del diseñador gráfico.

En la presente investigación analizamos los proyectos de título del diseñador gráfico en un análisis encausado al contenido textual –latente y manifiesto- que intenta evidenciar un nuevo hacer social para la disciplina. En nuestro cometido, no consideramos expresiones icónicas ni signos gráficos de los proyectos de título, pues vemos que estos son una extensión e intervención disciplinar. Por tanto, buscamos aperturas cognitivas que nos permitan ampliar los terrenos de intervención social y discursiva del diseño. Así, nos preguntamos: ¿Qué se perfila para el hacer y el ser social de la disciplina de diseño gráfico, al interpretar la formulación de mensajes y conocimientos sobre patrimonio cultural, social y natural en los proyectos de título de la Universidad de Chile 2000-2015?

Respondemos bajo el supuesto de un distanciamiento disciplinar de esta praxis de tradición mercantil signada por la lógica capitalista, y un tránsito hacia nuevos caminos desde la perspectiva de un diseño social, posiblemente vinculado con la construcción de identidad y los patrimonios.

En efecto, el objetivo central de nuestra investigación radica en analizar el contenido textual –latente y manifiesto- en la formulación de proyectos de título o tesis del diseñador gráfico de la Universidad de Chile durante el periodo 2000-2015, para develar desde su formulación proyectual un nuevo hacer social en patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, indagando en sus temáticas, orientaciones geográficas, propósitos, propuesta de solución y destinatarios.

Esta investigación analiza un resultado integral –saberes- de la formación del diseñador gráfico en Chile: sus proyectos de finalización de carrera, esto es, sus tesis. Analizamos el caso de la Universidad de Chile, institución estatal ubicada en la zona centro del país, específicamente en la capital de la Región Metropolitana, Santiago. Además, nos situamos en el período específico que va entre el año 2000 y 2015.

Indagamos los proyectos de título del diseñador gráfico de la esta casa de estudios para visibilizar en ellos sus tendencias temáticas y patrimoniales, las orientaciones geográficas de sus temáticas patrimoniales, los propósitos formulados en los objetivos, las propuesta de solución en objetivos, los destinatarios determinados en los beneficiarios de los proyectos, y el discurso construido a partir de la interpretación textual de títulos, objetivos, beneficiarios, resumen y/o introducción.

Al atender al patrimonio cultural, vemos posible que los resultados proyectuales constituyan una forma de realidad patrimonial en la interpretación de valoraciones y consideraciones sobre la cultura local, regional y nacional. Nos interesa aclarar una perspectiva formativa y una praxis orientada a un *diseño social*, y corroborar que la construcción de identidad patrimonial, en los proyectos de diseño, considera los ámbitos locales, regionales, nacionales e incluso translocales del patrimonio.

Entendemos que los debates, perspectivas y resultados del diseño, son consecuencia de las circunstancias culturales, sociales y políticas de un período y un espacio. Esto se suma a una disciplina que reconstruye discusiones éticas y redefiniciones identitarias.

El recorte temporal de este estudio está marcado por su carácter principalmente político, en tanto corresponde a un periodo de transformaciones institucionales y legislativas en el campo de las artes y la cultura. De este modo, nuestra investigación presta atención a estos cambios considerando el ámbito patrimonial, las perspectivas regionales y los impactos en la educación superior y el diseño gráfico en Chile. Por tanto, representa una oportunidad para observar las consecuencias del proceso de reconstrucción democrática y cultural vivido en Chile a contar del año 1990. Nuestra intención es detenernos en la construcción democrática y cultural del país a la luz de la disciplina del diseño, con el propósito de comprobar su repercusión en el movimiento de la disciplina hacia un nuevo aporte social.

Para la visibilización de esta contribución, se investiga un artefacto que integra los saberes propuestos por la educación universitaria estatal del diseñador gráfico en Chile.

Hablamos de las tesis o proyectos de finalización de carrera, los que consideramos un reflejo de la formación y sus propuestas ideológicas, además de ser un resultado cultural, social e individual con experiencias propias de cada proyectista en su contexto. Esto puesto que la educación se orienta a cuestiones del patrimonio cultural, y la disciplina reconoce las necesidades humanas más inmediatas en el contexto nacional, regional y local que rodean la institución universitaria en estudio.

Un nuevo milenio y el primer año de gobierno de Ricardo Lagos: 2000-2006, marcan el comienzo de nuestro recorte temporal. De tal forma, iniciamos nuestro análisis a partir del año 2000. La contundente apertura cultural nos resulta irrefutable, pues representa un eje central de este mandato. Desde la disciplina observamos el significativo avance de la institucionalización cultural, su difusión y financiamientos públicos. Todos impulsos y fomentos orientados a la reconstrucción cultural de Chile.

Por lo demás, este recorte temporal comienza el año en que se decreta el Día del Patrimonio Cultural – mediante Decreto N°252 del 2 de mayo del 2000-, constituyéndose como una oportunidad para celebrar, recordar, conocer, visitar y valorar nuestro patrimonio nacional.

Es así que desde el 2000 en adelante, Chile comienza una etapa de concreción de su institucionalización cultural, a través de la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes –CNCA- el 2003, dando paso a eventos como su Primera Convención Nacional de Cultura en 2004, y concreta la definición de una política cultural para el periodo 2005-2010; todo en el marco del mismo gobierno, con nuevos fondos públicos concursables en estas materias, y algunos ejemplos alineados al fin de la censura previa, como la promulgación de leyes de calificación cinematográfica. Además, Chile es reconocido en materia internacional con cuatro nuevos sitios patrimoniales en la lista de patrimonio mundial: Iglesias de Chiloé, 2000; Área Histórica de la ciudad-puerto de Valparaíso, 2003; Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura en 2005 y Campamento Sewell en el 2006. También es incentivada y diversificada la investigación en diversas materias del ámbito cultural, dando continuidad al concurso abierto desde 1998, titulado *Haz Tu Tesis en Cultura*, orientado a estudiantes investigadores de universidades nacionales e internacionales que con sus aportes generan un conocimiento en el campo cultural del país (CNCA, 2016).

Desconocemos si estas decisiones culturales dejan huellas en las disciplinas y su formación universitaria, aunque sí reconocemos que la sociedad chilena comienza a identificar y valorar su cultura y patrimonio como parte de la propia identidad nacional, y vemos que es el Estado el encargado de democratizar y hacer accesible la cultura y el patrimonio del país para todos.

Cerramos nuestro espacio temporal en un nuevo y distinto auge cultural, durante el año 2015 en el segundo gobierno de Michelle Bachelet: 2014-2018. Durante este año las disciplinas artísticas o ligadas a los servicios creativos en Chile -Arquitectura y Diseño, entre otras - retomaban su posición y se diversificaba su enseñanza e interés en ellas. Chile, además, concreta un aumento en el reconocimiento de sus pueblos originarios. Mientras en el escenario mundial se impulsan políticas culturales a través de la UNESCO, dando un giro en la mirada que se tiene de la cultura, en una vinculación con la promoción de la ciencia, la educación, el medio ambiente, la cohesión social y el desarrollo sostenible. Este auge y cambio paradigmático permite entender a la cultura como capital humano, social y creativo, que permite, el desarrollo económico del país.

Para el año 2015 la cultura se entiende como fundamental en el desarrollo social. Aunque las comunidades exigen mayor participación del Estado para terminar con desigualdades y discriminaciones, se trata de un tiempo en el que se define un nuevo escenario para la diversidad cultural, las relaciones pluriculturales y el cultivo de la memoria (CNCA, 2014).

El contexto país nos invita a tomar el año 2015 como año de corte para nuestro estudio pues se trata de un espacio propicio para el desarrollo, valoración y difusión del patrimonio cultural. Concretamente, las carreras de diseño asumen varios de estos cambios en sus visiones, misiones, perfiles y programas; sin embargo, desconocemos su concreción en los proyectos de diseño, un momento de decisiones y responsabilidades.

Los nuevos auges culturales permiten y abren caminos para la investigación. Un gran ejemplo de este momento y la urgencia de crecer en estas líneas se da en el año 2015 con la continuidad de las convocatorias del concurso *Haz Tu Tesis en Cultura*, con un crecimiento de la investigación en el campo cultural del país de tal forma que se refuerzan los reconocimientos patrimoniales con el aumento en estas temáticas, como en la creación artística y los pueblos originarios y migrantes (CNCA, 2016).

En definitiva, se abren nuevos canales entre la producción creativa y la ciudadanía, como el *Programa de Intermediación Cultural*. Circulan y se difunden bienes y servicios culturales en un momento de impulsos al desarrollo del territorio y el turismo, principalmente mediante el patrimonio natural y cultural. Con la apertura de nuevos reconocimientos y actividades patrimoniales, tales como barrios y zonas típicas; artesanos y oficios tradicionales; y patrimonio cultural indígena.

En resumen, en este espacio temporal de 15 años, entre 2000-2015, Chile trabaja por el desarrollo de su cultura, su identidad y el reconocimiento de su patrimonio en un marco particular, inscrito en la vorágine del patrimonio cultural chileno, como componente social y cultural de este milenio y el auge de las teorías internacionales de un diseño social, como componente disciplinar. Todo se suma a los propios debates de la disciplina y a su reconocimiento como un sector que cumple un papel estratégico en la difusión, rescate, generación de valor y diferenciación de su cultura; tendencia que esperamos destramar a partir de los proyectos de título del diseñador gráfico de la Universidad de Chile, en la génesis de mensajes que podrían perfilar una identidad nacional, enunciada desde el diseño gráfico. En otras palabras, una construcción discursiva de un pensar, con carácter social y cultural, en la consideración patrimonial desde el diseño.

Observamos la formación del diseñador gráfico en Chile en un contexto social, cultural y político, como una práctica situada en un territorio, en un país, en una nación. En definitiva, en un entorno particular. Espacios repletos de culturas, identidades y símbolos específicos. Partimos del supuesto de que la educación disciplinar, en sus proyectos finales, admite un distanciamiento del objeto, para introducirse en territorios y nuevas preocupaciones socioculturales y políticas. Es en el resultado proyectual que considera al patrimonio donde verificamos una apertura disciplinar. Intentamos destacar que los proyectos de diseño hoy no solo posibilitan la creación de productos estéticos para su cultura, pues vemos en ellos un gran potencial para la consideración de demandas, necesidades y representaciones locales y nacionales. Una posibilidad para el diseño de ser un aporte social a través de sus proyectos, en la construcción o visibilización de un patrimonio cultural nacional. Nos intriga este pensar y su conformación, al igual que conocer los aspectos que destaca de su cultura. Para ello consideramos a su formación disciplinar en un contexto social específico, al igual que remarcamos posibles experiencias de vida en sociedad.

La disciplina del diseño construye relaciones entre las personas y sus entornos, o entre los individuos y la sociedad. En esta construcción se enfrenta a innegables demandas sociales -por cierto cambiantes- que la invitan a ser parte de la sociedad a través de nuevos proyectos de creación. Vemos que la sociedad modifica o se abre a nuevas valoraciones, y creemos que la disciplina se cuestiona otros tópicos, mientras atiende requerimientos estatales, sociales, culturales y empresariales. Entonces, sería ingenuo pensar que la formación disciplinar abandone las perspectivas mercantiles en una sociedad inserta en un modelo capitalista. Ahora bien, podemos permitirnos especular sobre un diseñador involucrado en aspectos socioculturales, aunque sea discutible si esta orientación posee fines económicos, sociales, culturales e incluso políticos.

Los procesos industriales y su masificación fomentan el desarrollo del modelo capitalista, que prolifera con fuerza en nuestra sociedad. Su masificación y el aporte del diseño en la venta, el mercado y los consumos, decantan en debates interesantes para la disciplina: es su función ética dentro de un sistema capitalista de producción y mercantilización la que se ve cuestionada. Especulamos sobre posibles rupturas paradigmáticas que podrían permitir al diseño transitar por otros modelos, que hoy principalmente se orientan a la estética aplicada. En una disciplina con potencial para entenderse como una ciencia social y humana aplicada.

El recuento histórico permite afirmar que el diseño siempre ha estado determinado por el contexto y las tendencias del poder económico, político y socio-cultural. Es justo entonces que sus diseños, servicios, productos y proyectos, surjan de un capital social y cultural. Y no es extraño que la disciplina sea un resultado de esta cultura material de producción y, por cierto, de una ideología capitalista; un desborde en la cultura de masas y la sociedad de consumo. Lugares que permiten cuestionamientos y debates disciplinares, además de la inspección de otro hacer, uno inserto en los campos sociales y culturales con el ser humano como centro.

Las perspectivas sociales invitan a preguntarse la manera en que la disciplina asume los retos sociales, culturales y económicos y la forma en que estas nuevas tendencias se reflejan en sus proyectos. Específicamente, nos focalizamos en la recuperación de lo local, regional, y nacional; es decir, el patrimonio social, cultural y natural de la nación. Todo en el espectro de la disciplina del diseño gráfico, con sus interpretaciones y mecanismos de gestión para el mismo.

La investigación se orienta a visibilizar la presencia de patrimonio cultural en los proyectos de finalización de carrera, documentos académicos que se transforman en un resultado de la formación, un artefacto del diseño, que conlleva una interpretación contextual, y que da soluciones comunicacionales a las problemáticas patrimoniales.

Determinamos el rol que cumplen las instituciones productoras de servicios de educación y cultura, como es el caso de la universidad Estatal y sus disciplinas e intentamos descifrar algunos insumos culturales como parte del proceso, los que pueden venir desde la disciplina, la sociedad, la cultura y el propio individuo, como parte de la apropiación y construcción cultural.

De esta manera, para el caso específico de esta investigación, nos adentramos en la disciplina del diseño gráfico y la observación de resultados de la formación, en la etapa de finalización de carrera, en un intento por evidenciar los caminos que toman los estudiante de último año de diseño gráfico en Chile, con especial atención en la manera particular de enfrentar y gestionar al patrimonio cultural, ya sea como un recurso social, cultural o económico. Al respecto, consideramos que la disciplina está siendo llamada a una gestión patrimonial, orientada a proteger, valorar, difundir y conservar estos bienes. Tarea que en su mayoría es asumida por la administración pública.

Claramente, en la sociedad actual es el valor económico el que se ha destacado, por sobre el valor cultural y social. Esta jerarquía, también suele presentarse en el complejo patrimonial, con un gran interés por esta temática en el mercado globalizado. Su aporte económico, directo o indirectamente, al país y a los entornos del patrimonio también han permitido su consideración.

Hemos argumentado la relevancia de la temática patrimonial y vislumbramos ciertos contextos y problemáticas particulares en torno a este y su encuentro con la disciplina del diseño gráfico. Al respecto, los motivos que incitan esta investigación, por un lado están en ser un aporte en la discusión de un *diseño social* y un desperfilamiento de su aporte con mayor tradición, el comercial. Vemos en los patrimonios un campo bastante explorado, situación que cambia en su cruce con la disciplina, dejando una vacancia cognitiva, que en el mejor de los casos se acerca a un registro del patrimonio gráfico.

La profundización de este estudio se sitúa en aspectos ligados a la formulación proyectual, y no a un análisis de los productos gráficos que se desprenden del proyecto de diseño.

Justamente ahondamos en los procesos cognitivos que se reflejan en los procesos proyectuales, en la búsqueda de una retórica más social y con una base cultural.

Es la *teoría fundamentada* la que nos aporta en este camino investigativo, a través de la escuela constructivista y su mirada de una edificación social y psicológica de los aprendizajes, los conocimientos o la interpretación de la realidad. Advertimos en el proyecto de diseño un nicho de acciones y significaciones, como huellas de la sociedad, la cultura, la disciplina, su formación y actores, de tal modo que intentamos la comprensión hermenéutica de un tipo de documento académico poco explorado: las tesis o proyectos de finalización de carrera, y las condiciones sociales propias de este objeto de estudio, en busca de las representaciones interpretativas de la realidad social.

Vemos en este estudio aportes significativos para la reestructuración identitaria de la disciplina con espacios de intervención más amplios, en una nueva conciencia para el ser diseñador y con indudables aperturas en su hacer. En el horizonte de un paradigma ecológico, que hoy no solo encara a la disciplina y su praxis sino que también, posibilita nuevas miradas sociales, que se contraponen al modelo capitalista neoliberal ligado a los consumos y la mercantilización.

La relevancia de esta investigación radica en permitir y evidenciar el avance en un modelo de diseño social, y entrega insumos para comprender el flujo que el diseño hace con su cultura patrimonial. Además, se esmera en transparentar otros espacios de intervención e investigación como objetos de estudio para la disciplina.

Nos acercamos y evidenciamos algunos cambios en la manera de entender este campo disciplinar, con matices que permiten pensar en reestructuraciones identitarias para la disciplina. Discutimos algunos aspectos éticos, cuestionados por los propios actores de la disciplina y alineados con debates socioculturales.

El interés que ponemos en los fines proyectuales radica en un *ser diseñador*, que intentamos construir en un discurso para la disciplina a partir de las interpretaciones de significados y acciones patrimoniales, elaboradas en los proyectos de diseño.

La estructura de este escrito es un trabajo investigativo que se inicia justamente con una propuesta de investigación. Delimitamos y conceptualizamos la realidad objeto de estudio,

situándonos en la temática del patrimonio cultural, como un razonar presente en las tesis o proyectos de finalización de carrera.

En el *capítulo I* presentamos la justificación y formulación de la problemática a investigar. Esto incluye: el planteamiento del problema, preguntas de investigación -principal y complementarias, hipótesis, objetivos del estudio -general y específicos-, justificación del estudio, conceptualización teórica y delimitación del objeto de estudio, estado del arte, descripción general de la metodología y descripción general del marco teórico.

En el *capítulo II*, exponemos las referencias teóricas de la investigación. Este marco teórico se compone de tres apartados temáticos, siendo el primero de ellos: *El diseño gráfico como objeto de visibilización socio-cultural*, tema que es desglosado a su vez en tres ámbitos de construcción teórica: El diseño gráfico y su dinámica identidad, el diseño gráfico como instrumento de desarrollo económico y sociocultural, y finalmente, el objeto de estudio y los espacios de intervención de una disciplina socio-cultural.

La estructura temática propuesta profundiza sobre la disciplina del diseño situada en sociedad, argumentando la manera en que esta disciplina observa y analiza su entorno social, pues vemos que de esta interacción el diseñador es capaz de restituir artefactos que permiten su relación con la sociedad de forma tal que las construcciones o representaciones que se producen a través del diseño, van considerando aspectos de los individuos, de las geografías, de las identidades e influencias estéticas, entre otros aspectos.

Por tanto, se profundizan temas que nos hablan de la conformación de la disciplina con sus primeros referentes, ideologías y debates. También sobre su consolidación como disciplina, estudiando su investigación, métodos, lenguajes y discursos. En definitiva, intentando conformar una identidad para la disciplina del diseño gráfico.

Conocemos sus límites y nuevas inclusiones como operador y gestor cultural. Una vez aclarados los aspectos más esenciales de la disciplina, vemos el cruce del diseño con la sociedad para lo cual nos situamos en el mercado, el consumo y la venta, luego en las identidades, la cultura y los patrimonios, y finalmente en la construcción de problemas sociales relevantes para el crecimiento humano, la innovación y el desarrollo territorial. Nos acercamos a su objeto de estudio y a los contextos socio-culturales como campo de conocimiento y aplicación del diseño.

Un vez aclarados los aspectos más relevantes para comprender al diseño gráfico, en su conformación y flujos sociales y culturales, nos ubicamos en nuestro segundo apartado temático: *El proyecto de diseño, como objeto de un proceso cognitivo creativo y complejo, de carácter social*, donde se expone la construcción compleja del pensar creativo en sociedad, y las tramas socioculturales reconfiguradas a través del proyecto de diseño.

Destacamos al proyecto de diseño por ser nuestro objeto de estudio y lo miramos a partir de una construcción interna y compleja. Es decir, la reflexión interna expresada en la solución de problemáticas proyectuales. Profundizamos en el método de proyecto, como una estrategia de cognición creativa y social, y exponemos sus temas, discursos y tópicos, que emergen del proyecto de diseño en sociedad.

Hacemos una reflexión de base filosófica en torno al proyecto de diseño, enmarcando el desarrollo de sus procesos en contextos sociales y de creación, y finalizamos este segundo apartado temático, observando el vínculo del diseño gráfico con el patrimonio cultural y la retórica como una construcción discursiva del proyecto. De esta manera, elucidamos aspectos del proyecto de diseño que nos permiten comprenderlo y abordarlo, con una mirada social y cultural, sin dejar de ser una construcción individual del diseñador.

Para concluir con el *capítulo II*, en nuestro tercer apartado temático, hablamos del contexto social y cultural, como insumos de un pensar humano y patrimonial, en el proyecto de diseño. De esta gran temática se desprenden dos aristas: por un lado el contexto sociocultural de Chile, como una invitación para el pensar proyectual en patrimonio cultural, y por el otro el pensar proyectual en patrimonio cultural, su enseñanza y aplicación, desde los enfoques constructivista, instrumentalista y finitista.

En la primera temática se profundiza en los contextos socioculturales y económicos de la disciplina del diseño. Nos detenemos en la Modernidad, la Posmodernidad y el Modelo económico capitalista; contextos y modelos que se han cruzado con el diseño. Es indispensable adentrarnos en el Estado-nación como articulador de identidad, cultura y patrimonio de Chile, vislumbrando los devenires de la cultura en el país. Un camino que en su cruce con la cultura nos conduce a su diversidad, construcción, apagón y apogeo, a partir de la década del setenta, en un territorio administrado y cargado de identidad cultural.

Luego de identificar algunos contextos relevantes para la disciplina del diseño gráfico, nos ubicamos en el pensar proyectual en patrimonio cultural. Nos detenemos en su

enseñanza y aplicación desde los enfoques constructivista, instrumentalista y finitista. Es decir, que la educación disciplinar es asumida como una construcción de conocimientos, basada en aprendizajes previos –individuales y colectivos-. En efecto, este aprendizaje ostensivo enriquece el aprendizaje formal. Estos enfoques permiten observar la educación disciplinar como trasmisora de paradigmas, conceptos, cultura y patrimonio. Mientras el alumno de diseño conecta sus conocimientos previos con el repertorio de paradigmas de la subcultura del diseño, asumiendo teorías y modelos científicos –que desde la mirada instrumentalista- son herramientas para manejarse en el mundo del diseño. En otros términos, la educación disciplinar permite el tránsito desde la pre-ciencia a la ciencia normal. De tal forma, entendemos que la educación gestiona el patrimonio cultural y la universidad y disciplina del diseño, asumen esta tarea, permeada de intereses sociales generales y condiciones macropolíticas. Pero que a la vez permiten la apertura a otras definiciones de la disciplina, conducentes a la apertura de nuevos paradigmas en donde el patrimonio y las identidades tienen cabida.

Finalmente esta construcción patrimonial, que es proyectual, disciplinar, cultural, social e individual, genera un conocimiento. La vinculación con la Teoría fundamentada o Teoría ampliada, mediante la escuela constructivista y la enseñanza del patrimonio en la disciplina del diseño, nos permite entender la construcción de este razonar. Son aprendizajes, que desde la óptica constructivista, conllevan procesos mentales que permiten los nuevos conocimientos.

Siguiendo con la estructura de este documento, el *capítulo III* plantea la metodología propuesta. En primer lugar, se describe de forma general el enfoque teórico metodológico utilizado, así como la delimitación geográfica y temporal de este estudio. Luego se hace una descripción detallada del método de investigación que incluye: tipo de análisis, objeto de investigación, unidades de análisis, variables, dimensiones e indicadores, diseño o técnica de observación con los instrumentos de obtención de información, la aplicación de las fichas de análisis y la descripción del análisis de los datos.

El *capítulo IV* refiere al proceso de análisis de la información. En él se expone la categorización del patrimonio cultural presente en los trabajos de finalización de carrera y su enfrentamiento con la teoría. En efecto, se establecen las evidencias de la investigación, presentando el análisis y discusión de: la orientación temática -tesis patrimoniales y tesis no patrimoniales-, orientación temática detallada de la totalidad de tesis, orientación geográfica

de las tesis en patrimonio, orientación patrimonial de la temática en tesis sobre patrimonio, orientación temática específica de cada categoría patrimonial, finalidad de la estrategia patrimonial, propuesta de solución a la intervención patrimonial y destinatario del mensaje o público objetivo; momento en que esclarecemos al proyecto de diseño y estamos en condiciones de asumir un discurso disciplinar, a partir de nuestras interpretaciones y hallazgos.

El *capítulo V* da cuenta de las conclusiones y comentarios finales, sintetizando la conformación de un discurso para la disciplina del diseño gráfico, desprendido de la interpretación del objeto de estudio.

Finalmente, esperamos que esta investigación sea un aporte en nuevos conocimientos para la disciplina, orientados a pensar y proyectar un diseño social preocupado por el patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación.

CAPÍTULO I
PLANTEAMIENTO DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema de estudio

Antes de plantear nuestra problemática, es preciso señalar que hablamos de una disciplina que desde su aporte social, se torna insuficiente aún para el mundo contemporáneo. De ahí que el diseño en general y el gráfico en particular, se cuestionan su ser y su hacer, es decir su propia identidad o perfil disciplinar. Este debate trasciende a su enseñanza, su práctica, su objeto de estudio, su terreno de acción, los problemas que aborda, entre otros cuestionamientos disciplinares, que le permiten repensar su identidad profesional. Esto a propósito de lo planteado por Durán y Mancipe (2018), quienes advierten un firme vacío teórico en relación a la manera en que la profesión del diseño debe afrontarse en Latinoamérica. A pesar de lo expuesto, o de lo insipiente e insuficiente de su actuar social, vemos al diseño como un instrumento para el desarrollo social y cultural de alguna localidad, región o país.

Así, incorporar las necesidades humanas dentro de sus preocupaciones comienza a ser urgente para reivindicar el carácter social de la disciplina. En efecto, Zapata (2016) advierte sobre la necesidad de enriquecer la responsabilidad social del diseño, fortaleciendo su dimensión ética. Desde esta posición, el diseñador emprende a la tarea de desarrollar propuestas y proyectos con responsabilidad social, lo que afianza su rol en la sociedad y amplía su terreno de acción a un diseño social que reconoce nuevas necesidades. Justamente, creemos que este pensar más humano extiende el espacio de intervención social de la disciplina y genera nuevos conocimientos y propuestas en sus proyectos.

De esta manera, emerge un tipo especial de proyecto: uno de orientación social, pero con una dirección particular hacia un pensar y una construcción de identidad nacional, una manifestación que se da a través del rescate y valoración del patrimonio sociocultural/natural protegido y no protegido en Chile. Nos referimos a las propuestas proyectuales de orientación social en temática patrimonial, presentes en los proyectos de título del diseñador gráfico de la Universidad de Chile, durante el periodo del 2000 al 2015.

El proyecto de diseño en sí es un proceso de cognición difícil de destramar. Sin embargo, esta construcción compleja de un pensar creativo genera un conocimiento desde la proyección, la transformación y la simbolización de la realidad social y cultural. Un nuevo saber que emerge en el proyecto de diseño y que deja huellas de un ser y un hacer de la propia disciplina. Efectivamente, son una clara muestra de la construcción de un saber a

resolver. Precisamente la deconstrucción y análisis de la etapa de formulación de un proyecto de diseño nos permite visibilizar la reconfiguración de las tramas culturales y sociales que en ellos se desarrollan.

Ciertamente, nos interesa comprender esta construcción proyectual de un pensar específico orientado a nuestra cultura y sociedad. Hablamos de un pensar en patrimonio sociocultural/natural protegido y no protegido en Chile como un espacio de intervención para el diseño social. Un área que, al ser ocupada, construye mensajes de identidad nacional a partir del patrimonio valorado y el pensar proyectual. Mientras, reorienta el ser y el hacer de la disciplina, hacia las necesidades humanas y sociales más urgentes. Así, amplía y modifica su atención de tradición casi exclusiva al mercado, la venta y el consumo.

Indudablemente, el diseño gráfico como disciplina y profesión se origina y desarrolla en un terreno de acción marcado por la producción en masa, la venta, el modelo mercantil y el consumo. A partir de este terreno de acción han surgido sus principales aportes. Esto la perfila como una profesión necesaria en el desarrollo económico y social de su país (Álvarez y Morales, 2015). Sin embargo, esta función social -de orientación mercantil- desemboca en soluciones de diseño orientadas a la necesidad de consumir, como principal foco. Así las reales o más profundas necesidades humanas van quedando postergadas, frente a las necesidades del mercado. En otras palabras, el diseño se vio envuelto por el modelo mercantil, así comenzó a crear productos para generar necesidades muchas veces inexistentes. De alguna manera, la funcionalidad deja de responder a una necesidad real y comienza a regirse desde la venta.

Indudablemente, diversas publicaciones, como la de Guijosa (2008) indican que incluso la formación profesional del diseñador se ha permeado por la hegemonía de la perspectiva empresarial; aunque la advertencia del autor más bien se orienta a un rol diferente para el diseño, uno que “requiere de un nuevo cuerpo de conocimientos y actitudes más acordes con las exigencias sociales” (Guijosa, 2008, p.133).

En efecto, el proceso de instrucción del diseñador, aún en la actualidad sigue cambiando y obliga a la disciplina a una rápida adaptación a los nuevos medios y formas de comunicar, de educar y de aportar socialmente. Así lo deja entrever Ariza (2007) al indicar que a partir de que el diseño se ubicó socialmente como una actividad, su instrucción o educación ha estado en el dilema de estimar los pilares más apropiados para su enseñanza, es decir se ha

cuestionado qué y cómo transmitir este conocimiento. Además, la educación vive una dualidad de objetivos, por un lado dirigidos hacia la mundialización, mientras simultáneamente busca múltiples enraizamientos particulares (Delors et al, 1996).

Efectivamente, el diseño asume las críticas de una disciplina que en su formación, producción y fines, contribuye al exceso y al consumo. Así, se da a la tarea de intentar relevar su compromiso frente a una mejor humanidad, a través de la proyección de propuestas de comunicación visual orientadas a ese fin (Zapata y Carvajal, 2016). De alguna forma el diseño facilita las funcionalidades sociales. De hecho “el diseñador trabaja para otra gente reforzando la objetividad y apoyando los valores sociales colectivos, todo dentro del pluralismo de la experiencia humana” (Ariza, 2007, p.52).

Así, en el debate se transita de un diseño que solo se responsabiliza por la forma de los objetos materiales hacia uno que asume una visión integradora (Julier, 2010). Es decir, que modela relaciones y estructuras sociales (Arbeláez, 2016).

Este cambio o ampliación del espectro de visión se puede comprender a través de la propuesta de Krippendorff (2006) sobre la *trayectoria de la artificialidad*. De hecho, este recorrido es una evidencia del cambio que el diseño experimenta en relación a su espacio de intervención. Es decir, además de figurar los objetos tangibles –productos-, incluye otro tipo de artefactos, los intangibles: bienes, servicios, identidades, interfaces, proyectos, discursos, etc.-.

En esta misma línea, basándonos en Buchanan (1998), Julier (2010) y Arbeláez (2016), diremos que la visión del diseño pasa de ser la de una disciplina que restringe sus competencias a los objetos a otra que se orienta a la “configuración de sistemas, entornos, ideas y valores” (Julier, 2010, p. 77). En aquel camino, el diseñador identifica, comprende y responde, desde la comunicación visual, a problemas que nacen y se orientan a la sociedad. Es justamente esta la mayor decisión del diseño (Frascara, 2006). Sin embargo, aunque vemos el cambio, no hay evidencia clara del proceso de construcción o del razonar en la formulación de estos proyectos sociales emergentes en los procesos de titulación.

Asumimos la ubicación de visualizar los movimientos de la disciplina hacia un rol social y humano y creemos que es su establecimiento en este rol lo que permite la exploración y el enfrentamiento de nuevas necesidades o problemáticas abordables desde el diseño gráfico. Es en esta búsqueda que se enfrenta a un nuevo tipo de aporte social: el de la construcción

de identidad nacional, que comienza a ser una preocupación y necesidad para Chile principalmente una vez retomada la democracia en 1990, en un contexto de una vorágine del patrimonio cultural chileno, como componente social e identitario de este milenio. Además de un florecimiento y apertura cultural, una renovación valórica y un reconocimiento internacional, a través de la UNESCO, de la cultura, las identidades, los patrimonios y las libertades.

A partir de la necesidad país, de los cuestionamientos de la propia disciplina junto al auge de las teorías internacionales de un diseño social, del florecer cultural y la renovación valórica en Chile y de los reconocimientos internacionales a los cuales Chile adhiere, es que se valora y considera al patrimonio sociocultural/natural protegido y no protegido en las propuestas, temas y elecciones proyectuales del diseñador gráfico en formación. Aunque no son las causas de esta aparición nuestra principal preocupación, sino más bien las formas de razonar al patrimonio y las intenciones de ser un aporte social, en la construcción de identidad nacional, a través del diseño y el patrimonio. En otras palabras, una formulación proyectual que construye identidad desde el proyecto de diseño.

Así, su función social se afianza en nuevos terrenos de acción que amplían su objeto de estudio independientemente de los requerimientos de las esferas económicas. El diseño extiende sus límites y se permite mirar más allá, tanto en su ser como en su hacer (Del Valle Ledesma, 2003). Se afirma, por tanto, que las funciones sociales que el diseño asume, varían en relación a las necesidades determinadas por un tiempo y espacio social y cultural.

Justamente, creemos que estos proyectos sitúan al diseño gráfico en un foco más amplio de intervención, extendiendo su objeto de estudio e involucrando otras áreas del saber. Este producto teórico-visual en la formación disciplinar del diseñador gráfico, es la intención consciente y proyectual de aporte social. Esto, ante una necesidad o demanda determinada en el área del patrimonio sociocultural/natural, como un factor de identidad. Este camino permite que el diseño se aparte, en momentos, de una práctica que se orienta principalmente a las grandes esferas económicas. Dicho de otra forma, el diseño amplía sus límites y se permite mirar más allá, tanto en su praxis como los pilares que la sustentan como disciplina. Así, el proceso de simbolización del patrimonio se transforma en una oportunidad, como un nuevo campo de acción para la orientación social del diseño. Es más, “la noción de patrimonio es hoy central a la experiencia y circunstancias de nuestras sociedades multiculturales y a la producción de sentido dentro de ellas” (Criado-Boado y Barreiro, 2013,

p.5), instancia en la que el diseño puede convertirse en un aporte para la construcción de este conocimiento, desde su particular mirada.

Efectivamente el rol social del diseño es nuevamente orientado. Así la nombrada disciplina requiere un incremento de su cuerpo de conocimientos; adoptar nuevas actitudes y romper los antiguos paradigmas, para negociar otros nuevos (Guijosa, 2008). En este proceso de construcción teórica varios autores han aportado, con nuevos enfoques a partir de un diseño social, más humano y que opera en y con su cultura. (Ledesma, 2003; Krippendorff, 2006; Guijosa, 2008; Julier, 2010; Soliz, 2012; Arbeláez, 2016; Zapata y Carvajal, 2016 y Gaitto, 2018, entre otros).

Sin embargo, una cosa es observar los cambios paradigmáticos y teóricos orientados a un rol social, y otra, comprender la aplicación de estos cambios en los proyectos de titulación. Su análisis nos dará luces de la manera en que esta problemática – de construcción de identidad nacional, a través de un pensar proyectual, que valoriza y rescata un patrimonio sociocultural/natural protegido y no protegido- es abordada y orientada. De alguna manera es la deconstrucción del objeto de estudio del diseño a través del proyecto.

Mónica Arbeláez (2016) nos señala que para poder comprender este desplazamiento es preciso indagar en la disciplina desde sus metodologías, desde lo que caracteriza su práctica y desde la naturaleza de los problemas que aborda. Basándose en Julier (2010), Krippendorff (2006) y Buchanan (1985), esta autora añade que:

Los ámbitos de intervención del diseño en el presente siglo se han ampliado de tal manera que la antigua concepción de la disciplina, subordinada a la lógica de producción masiva de artefactos y mensajes, es insuficiente para describir su actual alcance (Arbeláez, 2016, s. p).

En efecto, indagar los proyectos de título o tesis del diseñador gráfico, como un proceso cognitivo visible, una estrategia proyectual y un “artefacto intangible” (Krippendorff, 2006) del diseño, nos permite visibilizar interrogantes, razonamientos, metodologías, prácticas, temáticas, objetos de estudio, problemas y propuestas de solución proyectual, entre otros aspectos. Además, son una evidencia de los ámbitos de intervención del diseño, y de lo que el diseño es y hace. Al respecto, se indica en el documento: “*Tesis de la Universidad de Chile: Pauta para su preparación y presentación* que:

La definición de Tesis tiene más de una acepción: su raíz está en el griego thesis que significa conclusión, proposición que se mantiene con razonamientos. Otras fuentes definen el término

como el estudio escrito que el aspirante al título profesional o académico debe presentar a la comisión universitaria para su aprobación. La Universidad de Chile, exige a sus egresados una tesis, memoria o seminario de investigación. (Universidad de Chile, 2010, s.p.)

Relevamos su importancia -la del proyecto de título, como nuestra unidad de análisis- pues vemos en él, una instancia que convoca competencias procedimentales, actitudinales y conceptuales del diseñador gráfico en formación. Igualmente, estos proyectos registran una parte importante de la creación de un conocimiento disciplinar.

Este tipo de proyecto de título es considerado, para este estudio, como la evidencia del ser, del hacer y de la creación de conocimiento de la disciplina en estudio, además de ser un proceso cognitivo de construcción de un pensar patrimonial y proyectual. En otras palabras, un razonar proyectual que genera un conocimiento y que se asume como una praxis más de la disciplina. En este sentido, nos interesa la etapa de formulación proyectual, como una propuesta de solución proyectada desde el pensar creativo. En particular prestamos atención a la manera en que el razonar el patrimonio sociocultural/natural, emerge desde el proyecto, como una propuesta de solución. En esta posición de indagación nos preguntamos por las orientaciones temáticas y geográficas de los proyectos, por sus propósitos, por las soluciones propuestas, los tipos de destinatarios y finalmente por el discurso construido a través de la interpretación textual de los mismos.

Creemos que en nuestra época el diseño no se restringe ni a la producción ni a la estética como único fin; más bien abre caminos hacia nuevos roles sociales, que le permiten proyectar, simbolizar y entregar nuevos mensajes. En este sentido la disciplina del diseño comunica, y es dentro de esta comunicación que finalmente se proyecta o asume una función social. Esto, en una sociedad donde prevalece el consumismo y la hegemonía empresarial. Desde ahí, el diseño se plantea pensar diferente y transfiere este pensar a sus proyectos. En definitiva, ponemos el foco sobre un razonar proyectual específico, que se destrama en el proyecto de título, a partir de las valoraciones y consideraciones que se hacen de los patrimonios sociales, culturales y naturales, en el ámbito local, regional, nacional e incluso translocal. En otras palabras, la dimensión sociocultural de un mensaje que modifica el semblante social de la disciplina, mientras reconstruye un perfil de identidad nacional, enunciado desde el diseño gráfico. Así, trazamos nuestro camino de investigación a través de la concreción de la siguiente interrogante: ¿Qué se perfila para el hacer y el ser social de la disciplina de diseño gráfico, al interpretar la formulación de mensajes y conocimientos sobre

patrimonio cultural, social y natural en los proyectos de título de la Universidad de Chile 2000-2015?

1.2.Preguntas de investigación

1.2.1. Pregunta principal

¿Qué se perfila para el hacer y el ser social de la disciplina de diseño gráfico, al interpretar la formulación de mensajes y conocimientos sobre patrimonio cultural, social y natural en los proyectos de título de la Universidad de Chile 2000-2015?

1.2.2. Preguntas complementarias

1. ¿Qué orientación temática se evidencia al interpretar textualmente la denominación de los proyectos de título de diseño gráfico de la Universidad de Chile, en sus distintos momentos evolutivos 2000-2015?
2. ¿Qué orientaciones geográficas se evidencian de la interpretación textual, de la denominación de los proyectos de título de diseño gráfico, de la Universidad de Chile, direccionados al patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, en sus distintos momentos evolutivos 2000-2015?
3. ¿Con que propósitos se formulan proyectos de título de diseño gráfico, orientados al patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, en la Universidad de Chile 2000-2015?
4. ¿Cómo se responde a las problemáticas sobre patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, abordadas en los proyectos de título del diseñador gráfico de la Universidad de Chile 2000-2015?
5. ¿A qué tipo de destinatarios se dirigen los mensajes, las propuestas o los diseños de estrategias de visibilización del patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido, revelados en la interpretación textual de los beneficiarios de los proyectos de título del diseñador gráfico de la Universidad de Chile 2000-2015?.
6. ¿Qué discurso se construye – como aporte al perfil de preocupación social del ser y el hacer disciplinar - al interpretar textualmente títulos, objetivos, beneficiarios, resumen y/o Introducción, formulados en los proyectos de título de diseño gráfico de

la Universidad de Chile 2000-2015, en patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido?

1.3.Hipótesis

Las tendencias temáticas en patrimonio cultural, social y natural, presentes en los proyectos de título de diseño gráfico de una universidad Estatal durante el periodo 2000-2015, conforman un perfil disciplinar con preocupación social, cuando sus responsabilidades proyectuales incorporan retos en pos de la construcción de la identidad nacional, identidades regionales, y/o translocales. Este nuevo hacer –enmarcado en el desarrollo humano por sobre el del mercado- distancia a la disciplina de su función más tradicional, y paralelamente reconoce nuevas necesidades, reconstruye mensajes y discursos pro patrimoniales, y concreta su ser en una praxis humana, hacia un diseño social y cultural.

1.4.Objetivos del estudio

1.4.1. Objetivo general

Analizar el contenido textual –latente y manifiesto- en la formulación de proyectos de título del diseñador gráfico de la Universidad de Chile 2000-2015 para develar, de su formulación proyectual, un nuevo hacer social en patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, indagando en sus temáticas, orientaciones geográficas, propósitos, propuesta de solución y destinatarios.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Determinar la tendencia temática y patrimonial formulada en los proyectos de titulación del diseñador gráfico de la Universidad de Chile 2000-2015, indagando en la denominación de sus títulos.
2. Determinar la orientación geográfica, de las propuestas en temática patrimonial cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, formuladas en la denominación de los proyectos de titulación del diseñador gráfico de la Universidad de Chile: 2000-2015.
3. Establecer los propósitos formulados en los objetivos de los proyectos de titulación del diseñador gráfico de la Universidad de Chile 2000-2015 cuyo eje temático es el patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación.

4. Conocer las propuestas de solución formuladas en los objetivos de los proyectos de titulación del diseñador gráfico de la Universidad de Chile 2000-2015 cuyo eje temático es el patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación.
5. Conocer a los destinatarios propuestos en los beneficiarios de los proyectos de titulación del diseñador gráfico de la Universidad de Chile 2000-2015 cuyo eje temático es el patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación.
6. Comprender el discurso construido en torno a las temáticas de patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido, a partir de la interpretación textual de títulos, objetivos, beneficiarios, resumen y/o introducción, formulados en los proyectos de título de diseño gráfico de la Universidad de Chile 2000-2015.

1.5. Justificación del estudio

La discusión sobre el terreno de acción y el objeto de estudio del diseño, como disciplina, aún es tema de debate en su dinámica conformación. (Julier, 2010; Durán y Mancipe, 2018). Además, “el campo del Diseño Gráfico se encuentra –en términos formales– poco teorizado” (Devalle, 2009, p.51). Así, la nombrada disciplina ha tomado teorías y enfoques principalmente europeos y/o norteamericanos (Devalle, 2009; Durán y Mancipe, 2018).

El diseño se ha sustentado en pilares muy diversos, tanto para su formación como para su praxis y conformación. Es lógico, entonces, la diversidad de orientaciones que en cada momento social y disciplinar han permeado su ser y hacer. Un camino en momentos más cercano al arte puro, a la arquitectura, al arte aplicado, a la forma, a la estética, a la producción en masa, a la funcionalidad, a la comunicación visual, entre otras. Esto último es una muestra de lo contradictorio que llegan a ser los espacios que ocupa el diseño en nuestra sociedad contemporánea. El diseñador industrial japonés Kenji Ekuan refiere al estancamiento en las ideas y actividades del diseño:

Da la impresión de que el diseño se ha replegado para dedicarse sólo a la contemplación, mientras el mundo debe lidiar con muchos problemas graves, incluyendo los que atañen al medio ambiente, el bienestar social, los desastres naturales y el tráfico. Y si se dejan las cosas en este estado, el tiempo simplemente pasará, sin que ocurra absolutamente nada. Para asumir un compromiso respecto del curso predominante de nuestro tiempo, y para lograr desempeñar un papel importante, parece ser necesario que el diseño redefina sus objetivos y diseñe una nueva estructura organizativa para sí mismo (Ekuan citado en Margolin, 2005, pp. 137-138)

Concordamos con el autor y consideramos que justamente es en esta redefinición de objetivos desde donde emerge un nuevo debate. Hoy la discusión trasciende a su campo de acción, como una disciplina proyectual, que se moviliza en nuevos territorios. Esta ampliación de su espacio de intervención, permite a la disciplina profundizar su acción social y habilidades para la transmisión cultural. Precisamente este camino de servicio social orienta a la disciplina a nuevas funciones que aplica en sus proyectos. Para Carmela Forés, el diseño tiene y ha tenido la necesidad de reflexión sobre “lo social” como consecuencia de la deshumanización que el modelo económico actual ha provocado: “No obstante, los caminos transitados por la esfera de lo social han sido bastante dispares, cuando no, opuestos” (2017, p.3).

Desconocemos la manera en que este nuevo destino social es asumido por la disciplina y sus proyectos. Es más, tampoco existen estudios que nos señalen las nuevas temáticas o problemáticas que la disciplina, en su formación y formulación proyectual, abordaría. Menos aún sobre los procesos proyectuales generados en los proyectos sociales. Entonces, resulta interesante observar la habilidad y la construcción de un pensar en el proyectista al definir una problemática social relevante y cómo, en definitiva, construye y resuelve un tipo de problema social mientras propicia un cambio para la sociedad y la disciplina.

Exponer estos nuevos enfoques aporta en la ampliación de las fronteras disciplinares, es decir sobre la propia identidad, perfil u objetivos del diseño. Además, se transforma en una oportunidad para visibilizar las opciones y horizontes del futuro diseñador y sus proyectos, mientras que su práctica y experiencia proyectual desplaza y consolida los espacios de la disciplina. En otras palabras, nos permite repensar la profesión del diseño en prospectiva.

Es preciso indicar que la investigación científica, advierte una ampliación temática en el abordaje de sus problemas. Además, de un cambio de enfoque (Julier, 2010; Krippendorff, 2006) y variadas líneas de intervención desde el diseño social (Del Valle Ledesma, 2014). Así lo afirma esta última autora, al indicar que la sola expresión de “diseño social” o “diseño para la sociedad” albergaría numerosas líneas “que expresan concepciones diferentes del diseño y de la intervención social” (Del Valle Ledesma, 2014, p.98).

Este vacío en el conocimiento nos permite indagar la orientación social, a partir de los mensajes, conocimientos y discursos, formulados en los proyectos de título de la formación disciplinar. Asimismo, “Libros, artículos científicos o periodísticos, programas de estudio

universitarios o alternativos, llamados a concursos han hecho del diseño social tema y problema” (Del Valle Ledesma, 2014, p.98). De igual forma, Ortiz (2016) basado en Geoff Mulgan y Giovany Cajaiba, revela la importancia de investigar el campo paralelo de la innovación social. Esto porque se le ha prestado poca atención, generándose solo generalizaciones vagas y pocas estrategias que la apoyen, a diferencia de la innovación en los negocios y la tecnología. Ortiz, parte de la premisa que:

1) Es fundamental crear soluciones que estén enmarcadas bajo la lógica del crecimiento humano en vez de la lógica del mercado, 2) la innovación social es una alternativa real para facilitar dicho cambio, y 3) representa una oportunidad para que diseñadores/as exploren cómo, mediante la práctica de su disciplina, pueden contribuir a realizar soluciones estratégicas, a retos complejos como los de carácter social (Ortíz, 2016, p.15).

De sus palabras vislumbramos una oportunidad para la disciplina del diseño y creemos oportuno dilucidar y destacar sus propuestas y estrategias de solución en materia social. Por su parte Durán y Mancipe, nos señalan que la disciplina del diseño ha logrado conectarse con la innovación social en variados aspectos, confirmando la pertinencia del diseño en nuestros contextos. Así mismo ejemplifica estos puntos de conexión, a través del “diseño centrado en el usuario, el pensamiento de diseño, el co-diseño, la co-creación y gestión estratégica de diseño” (2018, p.176). Desde esta perspectiva creemos que cuando el diseñador enfrenta los retos de carácter social, genera ideas y estrategias innovadoras. Esta práctica disciplinar lo encamina hacia un rol social que se amplía a través de su propia praxis.

Nos posicionamos desde un diseño que, en su función social, se ubica en la construcción de identidades nacionales. A partir de esta categorización, creemos que a través de la formulación proyectual se cuestiona, problematiza, conceptualiza y representa al patrimonio sociocultural/natural. En este escenario cognitivo, la disciplina manifiesta y ubica sus competencias proyectuales en la transmisión del patrimonio cultural nacional, mientras asume un rol social consciente.

Su deconstrucción – la del proyecto- podría visibilizar un diseño gráfico patrimonial sociocultural/natural. Un planteo que se da a partir de sus consideraciones y valoraciones. De hecho, “la aplicación del método proyectual conduce a bucear y a revalorizar la propia identidad, imprescindible para agregar al producto valor de mercado, social y cultural” (Ayala y González, 2006, p.40). Una oportunidad para una disciplina que aplica esta estrategia – la del método proyectual- en la solución de los problemas que enfrenta.

Creemos que el abordaje del patrimonio sociocultural/natural, ya sea nacional, regional, local o translocal -en los proyectos de título del diseñador gráfico- es un resultado y un reflejo parcial, pero integral de la formación, una muestra y un proceso proyectual que sirve de orientación para futuros proyectos sociales. A propósito de lo señalado por Margolin, quien advierte una *crisis de imaginación* y una escasez de proyectos orientados socialmente, a partir del diseño; situación que impide contar con una fuente de estímulos o inspiración para los diseñadores: “Si bien tales proyectos existen, están, en su mayoría, excluidos de los cursos académicos de diseño, así como de las publicaciones profesionales” (2005, p.141). Sin embargo, advertimos que desde hace un tiempo este tipo de proyecto social -orientado a la construcción de identidad nacional, mediante el recate patrimonial- emerge como realidad en los proyectos de título del diseñador gráfico.

Justamente, Bazaga nos habla de la difusión del patrimonio cultural, como uno de los roles que el diseñador gráfico adopta, y además explica que:

Se trata de una función social en la que el diseñador puede contribuir a la divulgación de conocimientos o conceptos, poniendo en contacto a los receptores de un determinado mensaje con cierta realidad histórica, industrial, arquitectónica, etc., ya sea con la creación y producción de material divulgativo, o con el diseño de sistemas de comunicación icónicos o de señalética para centros de interpretación, museos o entornos (Bazaga, 2015, p.94).

Concordamos con el autor, y además encontramos en su afirmación un nicho para la búsqueda y el análisis de ese nuevo conocimiento, con sus aportes conceptuales y de creación, intentado destramar estos mensajes e interpretaciones sobre el patrimonio.

En efecto, la enseñanza del diseño y la disciplina en sí, reconocen sus funciones, dentro del contexto social en el que se desenvuelven. Pero, la historia del diseño, nos muestra que sus funciones se van modificando o ampliando (Krippendorff, 2006). En este escenario, la enseñanza y la formulación proyectual, se adaptan a las exigencias y necesidades sociales, plasmando un nuevo discurso de orientación social. Nos apoyamos en Antoine, Aránguiz y Montt, quienes se refieren al rol del diseño en la sociedad de una manera más amplia:

Una de las funciones de los estudios de diseño dentro de la pedagogía del diseño es reconocer el papel más amplio del diseño en la sociedad, y así poder empezar a hacer sitio para los discursos sobre este tema dentro de los debates más amplios sobre teoría social, sobre todo aquellos que se centran en el paso de la sociedad industrial a la posindustrial, de una cultura moderna a otra posmoderna. (Antoine, Aránguiz y Montt, 2018, p.239)

Si consideramos aspectos del entorno específico inmediato, no sólo como fuente de inspiración, sino, también como demandas sociales a escuchar, le otorgamos una significación distinta. Entonces, la nombrada disciplina reacciona a partir de la formulación de proyectos. Desde este espacio de proyección, propone y resuelve a través de un diseño atento a la sociedad y cultura específica que lo rodea; es decir, un diseño que además de atender al patrimonio cultural nacional, se proyecta como un operador cultural, que asume una función social. En palabras de Margolin “los diseñadores tienen la capacidad de concebir y dar forma a productos materiales e inmateriales que pueden resolver problemas humanos en gran escala y contribuir al bienestar social” (2005, p.144).

En este horizonte ubicamos a la formulación y al diseño en patrimonio cultural nacional. De ahí que lo categorizamos como un agente cultural y social. Además, su aporte no se restringe sólo al rescate y difusión de la cultura de un país, se trata de su contribución a la redefinición de la misma desde la óptica del diseño gráfico. Esta redefinición nace desde la propia formación, aunque direccionada por la sociedad y su cultura. Así, su desafío está en reivindicar el carácter social del aprendizaje. Este cambio implica, según Margolin, el desarrollo de una nueva conciencia en los practicantes del diseño. En otras palabras “Repensar nuestra identidad como profesionales”, dado que para este autor, y coincidimos con él “los viejos modelos de la práctica no están funcionando” (2005, p.140).

De hecho, al indagar sobre el diseño gráfico patrimonial cultural de una nación, nos ubicamos en un diseño social como un aporte a la cultura de una sociedad o comunidad específica. De ahí que se busca investigar sobre la manera en que el diseño gráfico en patrimonio cultural emerge desde la formulación proyectual. Se trata de hacer visible un nuevo horizonte; uno que la disciplina considera, en favor del patrimonio cultural nacional, como un aporte a su función social, en la construcción de identidades.

El diseño es una disciplina que hace años ha centrado sus esfuerzos en una formación fundamentada y direccionada al mercado. Es más, en palabras de Margolin “los practicantes se han inclinado a desarrollar sus propias agendas de investigación, dirigidas a aquellas formas de producción orientadas a los mercados” (2005, p.343). El desarrollo de productos y servicios que son un aporte en la cadena económica y que están dirigidos a los consumidores ha llevado a olvidar en muchos casos las nuevas exigencias que se enmarcan en el desarrollo humano; de una sociedad que se modifica constantemente y que demanda

nuevas valoraciones e innovaciones, direccionadas a las necesidades humanas, más inmediatas.

Para Melenje (2014), la disciplina debe dar un giro, tanto en su reflexión como en sus prácticas e investigaciones, y permitirse así la búsqueda de nuevas perspectivas, funciones y campos de estudio. Todo esto con el objeto de transitar caminos desconocidos que amplíen las viejas interrogantes.

En las últimas décadas, el abanico formativo y los proyectos del diseñador comienzan a ampliarse. En dicho contexto, se traslada a nuevos territorios de acción, que escuchan las voces de un diseño social, sostenible, ecológico, cultural y centrado en las personas y su territorio, entre otros espacios de acción. En definitiva, un diseño atento a los cambios socioculturales y que vive en armonía con su hábitat o naturaleza, de modo que sea un aporte ante las necesidades sociales y humanas. Por tanto, el diseñador debe tener la capacidad de identificar los problemas que aquejan a nuestra sociedad, desde su particular mirada, como un reto a resolver. Se trata de una búsqueda que moviliza la práctica del diseño. Al respecto, apoyamos la idea de Frascara sobre un cambio en el abordaje de los problemas que el diseñador asume:

Muy comúnmente se define al diseñador como solucionador de problemas, pero esto presupone que alguien trae el problema para que el diseñador lo resuelva. La definición del problema, sin embargo, es la mayor decisión de diseño; es la que establece prioridades y dirige recursos. Es necesario entonces que, además de reaccionar a los pedidos de clientes, los diseñadores se ocupen de analizar el medio en que viven e identificar los problemas que necesiten ser enfrentados por el diseño (2006, p.19).

Para comprender al diseño gráfico en patrimonio cultural -como foco de estudio- es preciso ubicarlo en anteriores clasificaciones. Es así que lo situamos dentro del diseño social. De esta manera, para entender la necesidad de un diseño social para la disciplina, es preciso mencionar los cuestionamientos de diversos autores, quienes desde hace varias décadas nos proponen nuevos focos de acción y de formación en la disciplina del diseño.

Desde la década de 1920, Buckminster Fuller plantea un enfoque sostenible que más tarde, Víctor Papanek, diseñador industrial y antropólogo, retoma en su libro *Design for the Real World. Human Ecology and Social Change* (1985) hablándonos de un diseño ecológico, sostenible o responsable. El autor abre una nueva línea de pensamiento entre los diseñadores: el pensamiento ecológico, un preámbulo para el eco-diseño. De hecho el autor critica a los

diseñadores por el despilfarro, y por su alianza a la cultura del consumo capitalista. Posteriormente Papanek (1995) propone a un diseñador que puede ser una síntesis de diversas disciplinas de origen socioeconómico y político, además de un aporte a la sostenibilidad de la vida del planeta. En síntesis, Víctor Papanek aporta a la dimensión social y ambiental del diseño; aunque su visión no tuvo un gran impacto en la profesión, manteniéndose en un lugar secundario (Margolin, 2005, Forés, 2017).

En la búsqueda de autores más actuales que intentan observar y ubicar al diseño en nuevas perspectivas, destacamos a María Del Valle Ledesma (1997, 2003 y 2014). Esta autora reflexiona sobre la forma en que el diseño gráfico se expresa en la era del individualismo, y lo postula como un agente de cambio social, incluso lo sitúa como un operador cultural y una voz pública. Nos invita a comprender la cartografía como método de estudio aplicado al diseño social, en oposición al diseño orientado al mercado. Este estudio registra las prácticas del diseño social a través de la identificación, análisis y selección de los criterios de organización de tal cartografía. Se trata de “cómo efectuar el pasaje desde una serie de hechos aislados -las distintas intervenciones de *diseño social*- hacia un nuevo estado de mayor generalidad, en el que todos esos hechos se resignifiquen” (Del Valle Ledesma, 2014, p.100).

Es cierto que el diseño social posee matices diferentes según cual sea el contexto en el que se utilice. Sin embargo, en el campo del diseño, se entiende como una actividad profesional y económica y no como caridad o trabajo voluntario. Por el contrario; es un aporte al desarrollo económico local, entre otras cosas. Sin embargo, hablaremos de *diseño social* a partir de los hallazgos planteados por Del Valle Ledesma (2014).

De este último estudio, destacamos principalmente su categorización del diseño social, con especial hincapié en una de sus categorías, aquella que se orienta a: “intervenciones de diseño en una comunidad destinadas a colaborar en la construcción de identidades, en el conocimiento integral del territorio como modos de legitimar el saber colectivo propio de la comunidad” (Del Valle Ledesma, 2014, p.102). Bajo esta categoría del diseño social, identificamos la formulación de un diseño gráfico patrimonial cultural.

Clarke (1983) reconoce la década de los sesenta como el momento crucial en el que el diseño, como disciplina, cuestiona su rol social y económico en la fabricación de bienes de consumo. Seis décadas después, este debate sigue estando vigente, pero en un contexto

donde ignorar las problemáticas desprendidas del consumo pareciera ser al menos cuestionable en el rol social y actual de la disciplina.

En los aportes a nuevas formas de observar y cuestionar al diseño, Soliz (2012) desarrolla el concepto de diseñador y lo relaciona con la cultura. Toma de referencia a Del Valle Ledesma (2003) y reflexiona sobre los discutidos encasillamientos o intentos por delimitar a la disciplina: como arte, comunicación, o función social. El autor desarrolla su propuesta a partir de lo que es diseño para luego indicar como debería ser y no es. Piensa al diseño como estructura, desde donde es posible redescubrir procesos y actores. Además, ve a esta estructura como posible de ser quebrantable, con procesos y elementos que pueden modificarse. Concretamente, observa al diseño como estructura más que como definición.

El aporte más significativo de Soliz (2012) se sitúa en indicar que el diseño posee dos tipos de elementos: *los impersonales* (o no humanos) conformados por el proyecto, el objeto mental y el objeto tangible, y los elementos *personales* -o humanos- conformados por el contexto de origen, el contexto de diseño y el contexto de llegada. Es justamente el contexto de origen -entendido como una realidad específica de cada proyecto- el que nos sitúa en la cultura local, regional, nacional o translocal. Desde ahí emerge el proyecto de diseño gráfico en patrimonio cultural.

Igualmente, Margolin se refiere a un *modelo social* de diseño y nos advierte sobre la poca teorización sobre este tema a diferencia del *modelo orientado al mercado*. Este último modelo, tiene la capacidad de adaptarse fácilmente a “nuevas tecnologías, a circunstancias políticas como sociales, y a las estructuras organizativas y de procesos” (2012, p.62). Podemos interpretar la existencia de un mejor escenario para el modelo orientado al mercado. Sin embargo, esto no es un impedimento para el desarrollo del *modelo social*.

Margolin (2012) introduce además la necesidad de educar y preparar a los diseñadores no sólo para el mercado sino también para una sociedad en necesidad. Tomamos esta propuesta como guía para nuestra búsqueda: nos interesa relevar los proyectos de título que nacen -en y de- la formación del diseñador gráfico pues son aquellos que escuchan las demandas y necesidades de su entorno socio-cultural y natural, como objetivo consciente. Proyectos que emergen en un contexto formativo específico. Una orientación social, que ubica sus resultados en la construcción de identidades nacionales a través del cuestionamiento, la

problematización, la conceptualización y la representación proyectual del patrimonio cultural nacional.

Las nuevas tendencias para la disciplina nos hablan de la necesidad de una formación, una práctica y un ser del diseño, con responsabilidad social. Un perfil que busca trabajar para las personas. En consecuencia, la disciplina comienza a discutir sobre la incorporación de nuevos valores y focos de acción para la profesión. En este escenario, Dosio (2012) nos indica que el diseño amplía sus fronteras en una extensión que asume conceptos de otros campos del saber. Es decir, un enfoque interdisciplinar más complejo, con aplicaciones en cuestiones sociales que influyen en el desarrollo económico y social de la comunidad. De hecho, se solicita que el diseño enfrente las nuevas problemáticas sociales de manera interdisciplinar, tomando tendencias socioculturales, tecnológicas y ambientales.

Dosio (2012) apela a una educación multidisciplinar e interdisciplinar. Una que posibilite al estudiante de diseño afrontar los requerimientos de las sociedades contemporáneas tales como el multiculturalismo, la discriminación, la vivienda, por mencionar algunas cuestiones sociales y humanitarias. La autora deja cabida a un diseño que, entre otras cosas, atiende a las diversas culturas desde la formación. Una lectura que nos facilita pensar en un diseño con cierta identidad cultural. Uno que apela principalmente a cubrir necesidades sobre la propia cultura de una sociedad o comunidad. Esto nos permite ver un diseño patrimonial cultural que, a nuestro entender, forma parte del diseño social.

Creemos que el diseño, como disciplina, construye identidad a través de sus prácticas proyectuales, tanto formativas como profesionales. Es legítimo, entonces, que Moreno (2015) espere que la formación del diseñador incorpore en su saber profesional o académico, al conocimiento que se adquiere en nuestra vida diaria. Precisamente, lo que Soliz (2012) llama *contexto de origen*. En otras palabras, nuestro entorno cultural más inmediato. Aquel que la formación refuerza y ante el cual el diseño se transforma en un aporte a partir de la formulación de sus proyectos.

La educación disciplinar responde -desde sus proyectos de título- a las problemáticas del *contexto de origen*. Nos referimos, puntualmente al patrimonio nacional, regional, local y translocal. En rigor, mientras la formación se orienta a la transferencia y conservación del patrimonio, también genera un legado que desde el proceso de enseñanza-aprendizaje, aporta a la construcción de identidad nacional y disciplinar.

El diseño se permite girar hacia nuevas temáticas sociales. Se vincula con su patrimonio cultural, como una forma de preservarlo, transformarlo, transferirlo, generarlo y descifrarlo. Así, y de la mano de los debates, vemos la manera en que el diseño, se convierte en un agente cultural, que aporta a la reposición patrimonial nacional, regional, local y translocal a partir de sus contextos más inmediatos de formación.

Aclaremos que el aporte específico de esta investigación es contribuir en primera instancia a la reflexión sobre el rol que cumple el diseño y los practicantes de esta disciplina como actores sociales y operadores culturales. Además, colabora en la construcción teórica en relación a los nuevos enfoques o perspectivas que nos hablan de un diseño social, uno con responsabilidad social o con una función social. También busca ser un aporte en un área poco indagada, como lo es el diseño gráfico patrimonial cultural, como el diseño social. Pero principalmente busca destramar un pensar para hacerlo público, y así aportar en el abordaje de futuros proyectos sociales y la construcción de un conocimiento en patrimonio cultural a partir del diseño. En consecuencia, nos orientamos a esclarecer las maneras en que la formulación, de un diseño gráfico patrimonial cultural, orienta a la disciplina en su rol social.

Nos situamos en un marco propicio para el debate, en torno al rol del diseño y las nuevas tendencias y perspectivas que rodean su formación y profesión. En particular, esperamos aportar en la construcción del *ser diseñador*, como una práctica cultural con conciencia social. En este sentido, vemos al diseño como una herramienta que trabaja con el capital cultural pero que, además, genera un discurso propio que aporta en la construcción de las identidades culturales y del acervo patrimonial de la nación. Este particular discurso, a la vez, contribuye al logro de una diferenciación visual para el diseño en Chile, mientras ayuda en la construcción del perfil de la disciplina a partir de la utilización del propio capital cultural. Aunque pretender develar un estilo nacional desde el diseño, en la actualidad, sería algo ingenuo, sin embargo creemos pertinente analizar un tipo de discurso social asumido por el diseño. Como diría Perri: “una responsabilidad ética, de construir discursos, que apoyen los valores humanos básicos” (2016, p.07). En otras palabras, nos adentramos a la dimensión social del diseño.

Tomamos los proyectos de título del diseñador gráfico de la Universidad de Chile. La historia de esta institución, nos habla sobre la propia institucionalización del diseño, entendiendo que la disciplina en Chile, “comienza a definirse como tal recién a fines de los

años sesenta del siglo pasado, con la reestructuración de los programas de las facultades de arte de las universidades y de la Escuela de Artes Aplicadas” (CNCA, 2017, p.16).

Para relevar la importancia de la Universidad de Chile -como una institución pionera en el proceso de institucionalización del diseño en Chile- creemos importante mencionar cinco momentos o hitos relevantes: a) Entre 1965 y 1967 se crean las carreras de Diseño Industrial y Diseño Paisajista, tanto en la Universidad de Chile en la capital, como en la Universidad de Valparaíso, en región; y las especialidades de Diseño Gráfico, Diseño Textil, y, más tarde, Mobiliario -en la Pontificia Universidad Católica de Chile-, b) la implementación de un nuevo plan de estudios en la sede de Valparaíso de la Universidad de Chile, como parte del área de Arte y Tecnología, en 1968, c) En 1969 se incluye un Departamento de Diseño, asociado a la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Chile, d) Este mismo año -1969- la reforma universitaria, da fin a la Escuela de Artes Aplicadas. Así se inicia la Escuela de Diseño de la Universidad de Chile, y finalmente, e) En 1970, la Universidad de Chile reconoce el título profesional de Diseñador, mediante un decreto oficial de esta institución (Castillo, 2010; Álvarez y Morales, 2015).

En los hitos señalados, detectamos la relevancia de la Universidad de Chile para el proceso de institucionalización disciplinar. En este sentido, y extendiendo un poco nuestro marco, diremos que el origen de la práctica del diseño en nuestro continente, -como “disciplina proyectual formalmente reconocida- provino desde la academia y no del sector profesional o la actividad industrial, como podía esperarse” (Álvarez y Morales, 2015, p.62).

Así mismo, destacamos a la carrera de diseño de la Universidad de Chile, por sus propósitos y proyecciones formativas en la disciplina. De esta manera, subrayamos desde el Artículo II del Título II del Reglamento de la Carrera de Diseño, de los ámbitos de desempeño que:

“El (la) Diseñador(a) de la Universidad de Chile está habilitado para:

I. Evaluar la interacción del ser humano con su entorno físico y cultural, desde la empatía y el trabajo colaborativo con otros agentes, con el fin de detectar necesidades y oportunidades de actuación profesional, las que pueden tomar forma de diagnóstico, monitorio de procesos y evaluación de impactos de su quehacer”. (Universidad de Chile, 1997)

Cobra importancia para esta investigación esta capacidad de interpretar el contexto sociocultural para insertar la labor profesional al servicio país y el patrimonio local, que la

institución fomenta en la disciplina del diseño. Muy probablemente, estos lineamientos se visualizan en las propuestas de proyectos de titulación, y por ello es interesante analizar cómo se construye esta visibilización patrimonial cultural.

Cabe mencionar que la Universidad de Chile, a través de variadas iniciativas, ha sido fundamental para el rescate, investigación y desarrollo del patrimonio nacional. Es así que desde el año 1994 cuenta con el Archivo Central Andrés Bello, considerado como el núcleo patrimonial de la Universidad de Chile. Desde ahí “se reflexiona críticamente sobre la actividad cultural del país, a través de la conservación, puesta en valor e investigación” (Archivo Central Andrés Bello, s.f.). Es más, la propia sede de la Universidad de Chile es un patrimonio nacional. Además, desde el año 2010 la Casa de Bello participa del Día del Patrimonio de manera sistemática como institución.

Igualmente, aunque no como foco de estudio, valoramos el aporte de la Pontificia Universidad Católica de Chile, al proceso de institucionalización del diseño. Su principal contribución radica en la apertura de la especialidad de Diseño en 1965 que en ese momento formaba parte de un plan común. Este plan duraba dos años y formaba parte de la Escuela de Arte (Álvarez y Morales, 2015, p.63).

El recorte temporal de esta investigación es el periodo que va desde el año 2000 al 2015. Estos años marcan acontecimientos principalmente políticos vinculados con la educación superior, el diseño gráfico y el patrimonio cultural. Si bien la preocupación -en temas culturales primero, y patrimoniales luego- se enfatizan en Chile una vez recuperada la democracia, es recién en el año 2000, con el inicio del gobierno de Ricardo Lagos: 2000-2006, donde se observan mayores y significativos avances en la institucionalización cultural, su difusión y financiamientos públicos.

Ricardo Lagos es considerado un gran impulsor de la cultura y su gobierno referido como muy importante para el fomento y la reconstrucción cultural de Chile. Se trata del “inicio de una administración donde la cultura ocuparía un papel protagónico” (Bastías, 2008, p.07). Destacando la importancia del gobierno de Ricardo Lagos en materia cultural, el sociólogo Manuel Garretón, identifica en este gobierno un gran hito, el de las primeras definiciones de política cultural en Chile, agregando que:

Previamente, el Presidente Lagos, ya en su campaña como candidato, había planteado hacer de "la cultura el eje de su gobierno" apuntando a la cuestión central de las sociedades de este siglo:

la cultura es la base material del desarrollo y es ella la que ordena a la economía, a la política y a la organización social, y no a la inversa (Garretón, 2013, p.88).

Incluso unos años antes de su mandato, en el contexto del Primer Seminario de Patrimonio Cultural organizado por la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos -DIBAM- en 1996, Ricardo Lagos en su calidad de Ministro de Obras Públicas, recalcó la desigualdad observada entre un gran desarrollo económico para el país versus los escasos avances en el campo cultural. En este sentido, el entonces ministro subrayó otras épocas de Chile en las que el desarrollo económico era más austero, pero se buscaba un desarrollo de tipo cultural o en términos más amplios, educacional (DIBAM, 1996).

De este modo, la cultura fue el eje central de su gobierno, lo que se evidencia a través de distintas iniciativas, entre las que destacan la instauración del Día del Patrimonio Cultural - mediante Decreto Supremo N°252 del 2 de mayo del 2000-, el cual quedó establecido para el último domingo de mayo, fecha que constituye una oportunidad de celebrar, recordar, conocer, visitar y valorar nuestro patrimonio nacional.

Otro hito cultural significativo durante su mandato, fue en el año 2003 cuando se concretó la institucionalización cultural a través de la puesta en funcionamiento del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, cuyo objetivo es apoyar el progreso de las artes y la difusión de la cultura, entidad que el 2004 realiza la Primera Convención Nacional de Cultura. Además, las políticas culturales pasan a ser políticas de Estado y no necesariamente de gobierno, de este modo se generan las primeras definiciones de política cultural para el periodo 2005-2010. Igualmente, se incorporan diversos fondos públicos concursables en estas materias, y se promulgan leyes de calificación cinematográfica, las que apuntan a terminar con la censura previa.

En relación al área patrimonial destacamos de este gobierno el reconocimiento internacional de cuatro nuevos sitios en la Lista de Patrimonio Mundial, que hasta ese momento solo contaba con el reconocimiento del Parque Nacional Rapa Nui, cuya inscripción fue aprobada en 1995. Estos nuevos sitios son: Iglesias de Chiloé, 2000; Área Histórica de la ciudad-puerto de Valparaíso, 2003; Oficinas Salitreras Humberstone y Santa Laura, 2005; y Campamento Sewell, 2006. Igualmente este gobierno, a través del CNCA, da continuidad al concurso abierto desde 1998, titulado *Haz Tu Tesis en Cultura*, el cual tiene por objeto fomentar y difundir la investigación en diversas materias del ámbito

cultural. Este concurso se orienta a estudiantes investigadores de universidades nacionales e internacionales, que con sus aportes generan un conocimiento en el campo cultural del país (CNCA, 2016).

Creemos, que estos hechos permiten que Chile, a partir del año 2000 se plantee y permita avanzar a través de diversas iniciativas estatales en materia cultural. Estas decisiones van generando un camino, que las disciplinas universitarias van asumiendo como parte de su formación. Asimismo la sociedad chilena comienza a reconocer y valorar su cultura y patrimonio, como parte de la propia identidad nacional. Mientras el Estado se encarga de democratizar y hacer accesible para todos a la cultura y el patrimonio del país la sociedad civil, busca la igualdad en el acceso a la cultura, con miras a la celebración de los 200 años de independencia para el 2010. En el año 2006, Ricardo Lagos termina su mandato con un 78,4% de aprobación (Adimark GfK, 2006). Luego, Michelle Bachelet asume su primer gobierno: 2006-2010.

También es importante destacar que durante este periodo suceden algunos acontecimientos que marcan el desarrollo cultural y patrimonial de Chile. Tal es el caso de la celebración del Bicentenario de la Independencia Nacional en el 2010. Este recuerdo histórico se transforma en una estrategia orientada a promover la protección y valoración del patrimonio natural y cultural, incentivando el interés por clarificar y difundir la identidad y el patrimonio cultural en Chile. En este escenario, consideramos que el Bicentenario trajo nuevas temáticas y debates culturales, que la educación superior asumió desde lo particular de cada disciplina. Consideramos de interés observar como este nuevo escenario social y gubernamental decanta en los proyectos de titulación de diseñador gráfico elaborado por estudiantes que concluyen su proceso formativo, particularmente en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile.

En el año 2011 el CNCA, “crea el área de Diseño, en el Departamento de Fomento de la Cultura y las Artes, la que ha fomentado, principalmente, la profesionalización, la internacionalización y la difusión del trabajo de los diseñadores nacionales” (CNCA, 2017, p.20-21).

Luego, el 2014, Chile incorpora un nuevo sitio a la lista de Patrimonio Mundial: Qhapaq Ñan-Sistema Vial Andino, el cual fue declarado en la Sesión del Comité N° 38 de 2014. En cuanto a la agenda de institucionalidad y legislación cultural, ese mismo año se realiza una

consulta ciudadana a los actores culturales, gestores culturales y representantes de organizaciones, sobre el proyecto de ley que creará el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, el cual fue promulgado finalmente el 13 de octubre de 2017 por la Ley N°21.045.

También del 2014 destacamos un hecho relevante para la reflexión disciplinar; la realización del Quinto Seminario de Historia del Diseño, organizado por el Consejo Nacional de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. A propósito de este evento, el historiador Jocelyn-Holt (2014) reflexionó sobre el diseño y los hitos que permiten su conformación y desarrollo, tanto a nivel global como en el contexto de Chile. En este sentido nos advierte que la historia del país y con ello también la del diseño se sustentan en la política, es más podría incluso estar pauteada por el diseño político. En este sentido el diseño se sirve de un eje principalmente político.

De esta manera cerramos nuestro espacio temporal en el año 2015, durante el segundo gobierno de Michelle Bachelet: 2014-2018. Para este año un 42,9% de las instituciones académicas del país impartían alguna carrera asociada a los dominios disciplinares de Arquitectura, Diseño y servicios creativos.

El 2015 nos muestra un nuevo escenario mundial para las políticas culturales, impulsado por la UNESCO, cuyo enfoque relaciona a la cultura con la promoción de la ciencia, la educación, el medio ambiente, la cohesión social y el desarrollo sostenible. De este modo, la cultura comienza a verse como capital humano, social y creativo, que permite, el desarrollo económico del país (Antoine, 2015). En esta línea, el informe *“Herramientas para la gestión cultural local – participación ciudadana”*, elaborado por el CNCA señala:

Los chilenos en democracia han relevado a la cultura como un factor fundamental de su existencia y desarrollo social. Las comunidades culturales demandan así un incremento sustantivo de la acción del Estado para fortalecer y profundizar un Chile de personas libres, pluralista, tolerante y capaz de terminar con las desigualdades y las discriminaciones, donde se viva la diversidad cultural, las relaciones pluriculturales y el cultivo de la memoria (CNCA, 2014, p.11)

Es así que hacia el 2015, el contexto país se torna propicio para el desarrollo, valoración y difusión del patrimonio cultural. Mientras, las carreras de diseño van asumiendo e incorporando estos cambios en sus visiones, misiones, perfiles y programas.

Consideramos como un hito relevante la continuidad de las convocatorias del concurso titulado *Haz Tu Tesis en Cultura*, iniciativa comenzada en el año 1998 por la División de Cultura del Ministerio de Educación. Esta continuidad permite seguir aumentando la investigación del campo cultural del país, contando al 2015, con la participación de 640 trabajos académicos y más de 60 universidades nacionales e internacionales participantes. Es así que el 2015, de las 39 postulaciones, 21 corresponden a posgrado y 18 a pregrado. Del mismo modo 33 pertenecen a universidades nacionales, donde la Universidad de Chile destaca con 10 ensayos. Además, es relevante el aumento en la participación de las temáticas patrimoniales, seguida por la Creación artística, y la categoría de Pueblos Originarios y Migrantes. Así, un 36% en la temática patrimonial; un 15% sobre participación y acceso como derecho a la cultura; y un 15% para políticas públicas e institucionalidad. . Entre los planteles universitarios, la Universidad de Chile, ha sido desde el año 2015, la que presenta mayores postulaciones, seguida por la Universidad Católica, mientras que en regiones destaca la Universidad de Concepción y la Universidad Austral de Valdivia. (CNCA, 2016).

También el 2015, la CNCA crea el Programa de Intermediación Cultural, como una forma de vincular a la producción creativa y la ciudadanía. Su objetivo es consolidar un campo cultural que favorezca la circulación y difusión de bienes y servicios culturales, a través de alianzas estratégicas entre “organizaciones sin fines de lucro, entidades públicas y privadas, artistas y otros profesionales de la cultura” (CNCA, 2016, p.10). Se organizan también en esa fecha, las jornadas de capacitación para el desarrollo del sector cultural *ACERCA 2015*. “Así se intenta fomentar el desarrollo del territorio y el turismo, a través de la puesta en valor del patrimonio natural y cultural como principales recursos” (CNCA, 2015, s.p).

Para el 2015 el día del patrimonio cultural aumentó la oferta de visitas y recorridos en todo el territorio nacional, abriendo edificios y sitios patrimoniales. Es más, las actividades patrimoniales ofrecidas en el 2000 eran 17, mientras que en el 2015 existían 564, cifra que sigue creciendo año tras año según las estadísticas del Consejo Nacional (Chekh, 2018). Además abren nuevas categorías y actividades patrimoniales, tales como barrios y zonas típicas, artesanos y oficios tradicionales y patrimonio cultural indígena.

Resumiendo, consideramos que durante el espacio temporal abarcado por esta investigación 2000-2015, Chile experimenta un proceso en el que se desarrolla su institucionalidad cultural, generando identidad y reconocimiento de su patrimonio. Esto se

da en un marco particular, en la vorágine del patrimonio cultural chileno, como componente social y cultural de este milenio, lo cual sumado al auge de las teorías internacionales de un diseño social, como componente disciplinar, y los propios cuestionamientos de la disciplina, permiten que el diseño gráfico comience a reconocerse como un sector que cumple un papel estratégico en la difusión, rescate y generación de valor y diferenciación en el campo del patrimonio cultural. Tendencia que esperamos destramar a partir del análisis de los proyectos de título presentados para obtener el título de diseñador gráfico en la Universidad de Chile. En la génesis de mensajes que perfilan una identidad patrimonial nacional, enunciada desde esta disciplina, o en otras palabras, en la construcción discursiva de un pensar con carácter social.

1.6. Conceptualización teórica y delimitación del objeto de estudio

Cuando nos referimos al análisis de un producto investigativo de la formación, hablamos, concretamente, de los proyectos de título del diseñador gráfico de la universidad en estudio. En este sentido, nos ubicamos en la etapa final de la formación, es decir, en el último proyecto académico del diseñador en formación. De esta manera, nuestro objeto de estudio se define en la formulación proyectual, que propone el diseñador en formación.

Nos detenemos en un pensar proyectual de orientación social. En otras palabras un mensaje social, a partir de los discursos proyectuales en patrimonio. Son proyectos de título que se sitúan en la construcción de identidad nacional y valoración del patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación. Es a partir de ellos, que reflexionamos sobre el aporte social que subyace en los mensajes propuestos.

Destramamos un proceso de cognición de un pensar creativo. Visibilizamos un hacer proyectual, para descubrir el ser, el saber y los espacios sociales de intervención de la disciplina. Además, entrevemos la reconfiguración de las tramas culturales y sociales, que se desarrollan en estos proyectos. Entendemos al pensar en patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, como un terreno de acción social para la disciplina. Y como una construcción de identidad nacional.

Para poder precisar con mayor exactitud nuestro objeto de estudio, es relevante definir algunos conceptos. En esta línea, precisamos los conceptos: *diseño*, *diseño gráfico*, *diseño*

social, pensamiento proyectual, proyecto/proyectar/proyectualidad, proyecto social, patrimonio cultural e identidad nacional/disciplinar.

Sobre el concepto o la definición de *diseño*, Chaves (2006) nos advierte de la insuperable polisemia de este término. Así agrega que al usarlo de manera verbal, es inevitable recurrir a alguna de sus acepciones, dependiendo de las exigencias del contexto de cada discurso. Concordamos con este autor, y aunque daremos algunas definiciones previas, lo entendemos como un proceso. A partir de este proceso, nos concentramos principalmente en la etapa de prefiguración. Es más, el diseño para Chaves (2006), “así a secas, se vacía de contenidos. O sea, todas sus manifestaciones reales sólo tienen una cosa en común: El ser la fase en que se definen todas las características de un nuevo producto, su forma de distribución y uso, antes de iniciarse el proceso de producción material” (p.15).

Asumimos la polisemia del término *diseño*, y reforzamos esta idea a través de Frascara (2000), quien se refiere al diseñador como un “arquitecto de comunicaciones” y nos propone observar los aspectos involucrados en el diseño, dejando en evidencia un abanico bastante amplio de posibilidades:

Responsabilidad social, impacto en el medio ambiente, respuesta a necesidades, solución a problemas visuales y estructurales, funcionalismo, forma, estilo, decisiones, limitaciones, administración de tiempo y recursos, colaboración con y dependencia de otras disciplinas y servicios, la alegría frente a la buena e inesperada solución, la catástrofe de lo malo y lo banal, la virtud de la discreción, las relaciones entre detalles y conjuntos, la coherencia, el profesionalismo, la preocupación por el usuario, la comprensión entre el cliente y el diseñador...y tanto más (Frascara, 2000, p. 14-15).

Vemos que los aspectos propuestos por Frascara (2000) son a la vez decisiones de diseño. Destacamos de ellas –por tener mayor pertinencia con el estudio- la responsabilidad social, la respuesta a necesidades, la colaboración con y dependencia de otras disciplinas y servicios, además de la preocupación por el usuario. En definitiva una disciplina comprometida con las necesidades humanas y sociales, pero que además se abre a otras perspectivas con una mirada interdisciplinar al momento de enfrentar un problema o proyecto de diseño.

Para nuestro análisis, tomamos la definición de Frascara (2000) sobre el concepto de *diseño*. Este autor se refiere al *diseño* como un proceso que involucra “programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de factores y elementos con miras a la

realización de objetos destinados a producir comunicaciones visuales” (2000, p.19). Agregaríamos que estos objetos como artefactos creados por el diseño, pueden ser tangibles o intangibles (Krippendorff, 2006). Adicionalmente, el concepto de *diseño*, se utiliza para referirse a los objetos creados por la actividad de diseñar. Así mismo, el verbo *diseñar*, se asume como este proceso por el que el diseñador transcurre para producir los artefactos de comunicación visual. Para Valdés de León, en un sentido estrictamente disciplinar, el diseño consiste en:

El procesamiento racional e intuitivo de un conjunto de variables objetivas y subjetivas que, siguiendo una metodología específica y dentro de un horizonte tecnológico, estético e ideológico dado, permite proyectar objetos y servicios que luego serán producidos industrialmente con el propósito de satisfacer las demandas materiales o simbólicas, reales o inducidas, de un mercado segmentado, en un contexto económico-social concreto (Valdés de León, 2010, p.45).

Además agrega que esta disciplina -la del diseño- puede ser redefinida como una práctica social especializada. Si bien su definición mantiene -como función principal- la proyección de objetos de manera industrial, incorpora otros aspectos relevantes, como la consideración de los contextos sociales y las demandas simbólicas, pero se mantiene en la consideración de necesidades inducidas por el mercado. En relación a esto último creemos que esta perspectiva podría estar ampliándose hacia las necesidades humanas más inmediatas.

Por otro lado, el término *diseño gráfico* es una disciplina y una profesión cuyo fin es pensar y proyectar mensajes visuales. Estos mensajes contemplan aspectos “informativos, estilísticos, de identidad, de persuasión, tecnológicos, productivos y de innovación” (Valdés de León, 2010, s. p). Además, está estrechamente vinculado a la comunicación, tanto como ciencia teórica así como disciplina gráfica. Esto se debe a que el diseñador es un creador de comunicaciones. De esta forma se comprende que en ocasiones se denomine a la disciplina del diseño gráfico como *comunicación visual*, *diseño comunicacional* o *diseño de comunicación* (Frascara, 2000).

Rescatamos la definición propuesta por Sánchez, quien nos advierte que el diseño gráfico “traspasa las barreras del lenguaje hablado, integrando al hombre con el entorno, estableciendo una relación entre el productor con el consumidor, convirtiéndose así en un medio al servicio de la cultura y la alfabetización de los pueblos” (Sánchez, 2012, p.237). Su postura resulta interesante, pues vincula al diseño con su entorno, la cultura y su gente. De alguna manera se torna relevante -para el hacer de la disciplina- su contexto social.

Esta idea se refuerza a través de lo señalado por Alexander Manu en su texto: “*Tool toys: herramientas lúdicas*”, recopilado en el libro + *de 100 Definiciones de Diseño*, de Gabriel Simón (2009), sobre la disciplina del diseño y las competencias del diseñador. Estas últimas las extiende hacia las ciencias del comportamiento y la comprensión de la antropología cultural. De esta forma, el autor hace extensiva las responsabilidades del diseñador hacia las innovaciones sociales, como solución a un problema. O bien, como expresa Novelo, a solucionar problemas asociados a las necesidades sociales de distinto tipo y orientado por los valores culturales del medio hacia donde se destina la solución. Es más, “el diseño debería apoyarse en una especie de *ética*” (Citterio citado en Simón, 2009, p.171) o poseer una responsabilidad ética en pos de los valores humanos (Perri, 2016) o al menos un equilibrio entre la ética y la estética por el bien de la sociedad. Además de permanecer atento al sistema de valores sociales y culturales, así como también a la lógica industrial y al medio ambiente (Simón, 2009).

Por su parte, Frascara (2000), nos propone pensar al diseño gráfico como acto más que como cosa, dado que el diseño físico, es solo un medio. Para este autor el diseñador, diseña un acto o un evento que se relaciona con un receptor, para producir la comunicación. Desde esta perspectiva el diseñador gráfico crea situaciones comunicacionales. Precisamente, para el diseño gráfico en cuanto actividad “es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados” (Frascara, 2000, p.19). Al definir diseño gráfico como un proceso, detectamos la traducción o interpretación de conceptos de índole lingüística, los que se transforman en lenguaje visual. Por otro lado, al igual que en el diseño, un diseño gráfico “es un objeto creado por esta actividad” (Frascara, 2000, p.19).

Como ya se mencionó anteriormente, el *diseñador gráfico*, como especialista en comunicación visual, trabaja con las etapas del proceso comunicacional. Dentro de este proceso, la creación visual de un objeto, es solo parte de él. Así este proceso se estructura en “1. Definición del problema; 2. Determinación de objetivos; 3. Concepción de estrategia comunicacional; 4. Visualización; y 5. Programación de producción.” (Frascara, 2000, p.20). Aunque existen otras propuestas estructurales, todas tienen esta base común.

En relación a los ámbitos del diseño gráfico, estos parten de una teoría común que se profundiza con cada especialidad, como el caso del diseño gráfico, el diseño de indumentaria, el diseño de interiores, entre otros. Apoyados en Scattolin (2012)

identificamos los siguientes campos de especialización: Diagramación, Diseño Tipográfico, Ilustración, Fotografía, Animación y Multimedia. Además de señalar que sus campos de acción abarcan una gama mucho más amplia, desde donde destacan las más reconocidas: Diseño Editorial, Identidad Visual, Diseño Publicitario, Diseño Audiovisual, Diseño Web, Diseño Industrial, entre otras. A esta lista agregaríamos al *Diseño Social* o *Diseño al servicio de la Sociedad*.

Nuestro tercer concepto a definir, *diseño social*, no nos refiere a otra disciplina. Es decir, así como existe para el diseñador gráfico un diseño comercial y uno institucional, también existe uno social. Es así que el diseño social permite la intermediación entre la comunicación humana, o en otras palabras “el diseño social es el ejercicio del Diseño Gráfico que acerca a dos entidades unidas en su hacer (...) o bien supone dos entidades bordadas en un diseño (...) o, tanto el emisor como el receptor encuentran puntos que los acercan en los sucesos que comparten.” (Muñoz, 2013, s.p). Además, este autor agrega que lo que caracteriza a un diseño social es la utilidad que otorga a los participantes de la comunicación. Así, nos aclara que esto no radica necesariamente en un rasgo intrínseco. Finalmente señala que la teoría que rodea al diseño social solo aclara su existencia como una opción más ante el diseño comercial e institucional.

Por otro lado, cuando hablamos de un diseño social, nos referimos también a la *responsabilidad social* que se aplica al hacer diseño. En otras palabras, estamos hablando de un diseño que se orienta a las personas y que va más allá de los beneficios económicos de ventas y servicios. Lo que Papanek (1985) denomina *diseño responsable*, y Margolin (2012) caracteriza como una actividad profesional, productiva y económica, que se preocupa del capital humano y social, a la vez que desarrolla productos y procesos beneficiosos. En otros términos, la producción del diseño, sea tangible o intangible se orienta a solucionar problemas humanos, contribuyendo al bienestar social, pero también al desarrollo económico local. Es más, Senar (2017) plantea que los diseños sociales pueden considerarse una práctica, un proceso de reflexión, incluso una acción política, y en el ámbito social, la inserción y aportación del diseñador, para González de Cossío y Morales, propiciaría:

Experiencias para el usuario en un contexto determinado, y deja atrás la práctica única y acotada del diseño de años pasados basadas en la forma, para dar lugar a una visión holística o integral de diseñador observador y actor, que identifica problemas y propone soluciones que van más allá de los aspectos formales (González de Cossío y Morales, 2014, p.94).

Concordamos con esta definición y planteamos que efectivamente la disciplina amplía sus fronteras sociales y modifica sus prácticas. De esta forma, aporta a la producción de conocimientos, moviéndose más allá que la sola producción de imágenes, generando una mejor comunicación.

La definición de nuestro cuarto concepto, *pensamiento proyectual*, también llamado *pensamiento de diseño*; *pensamiento creativo* (Owen, 2007) o *design thinking* (Brown, 2009), no es tarea fácil, pero es necesario para la comprensión de una disciplina que se adscribe en el campo de las disciplinas proyectuales (Mazzeo, 2014). Además este pensamiento se vincula estrechamente con nuestro quinto concepto, es decir el de *proyecto/proyectar/proyectualidad*. Este pensamiento, tan propio de los diseñadores, admite afrontar las problemáticas actuales de una manera distinta al pensamiento científico. Su intervención, “permite ampliar oportunidades y proponer soluciones innovadoras a cada contexto” (Brown, 2009, p.92). Aunque, para Devalle el “*pensamiento proyectual* es una metáfora”, pues asume al pensamiento, ya sea como *especulación* o *saber teórico*, donde lo que interesa es la “Problemática de la *proyección*, la *actividad proyectual*, o las *operaciones proyectuales*”, así el pensamiento está implicado en la praxis proyectual y se integra con teorías y prácticas/técnicas (2009, p. 382). Al respecto, Simon (1969) asegura que el ejercicio intelectual del proyectista no difiere del que prescribe remedios para un paciente enfermo o propone un plan de ventas. Sin embargo, su teoría es criticada pues estaría dirigida hacia donde los problemas están claramente definidos con soluciones finitas –como en las ingenierías- aunque se valora su aporte en proponer una ciencia del diseño y en evidenciar situaciones y problemas con un espectro más amplio y abordable desde esta disciplina.

Nos parece acertado basarnos en González de Cossío y Morales (2014), quienes afirman que el uso de este tipo de pensamiento *proyectual* permite visualizar soluciones y mejorar los procesos de comunicación. Para estas autoras, con el objetivo de elaborar una cosa, este pensamiento “implica el desarrollo y aplicación de un plan que se concretará en acciones y/o conocimientos” (2014, p.93). Asimismo, agregan que este es un pensamiento sistémico “porque se refiere a un sistema integral de objetos” (2014, p. 93). A diferencia del pensamiento científico, que clasifica datos para descubrir patrones, el proyectual inventa patrones para explorar nuevas posibilidades.

Como un gesto de aporte, en el complemento semántico de los conceptos ya mencionados, tomamos a Burgos para señalar que, “el proyecto es un proceso cognitivo complejo, de

reconstrucción simbólica y de transformación de la realidad a partir de los nuevos niveles de significación que portan sus objetos proyectuales al reconfigurar las tramas de la cultura” (2016, p. 78). Esta definición, que pone su acento en los procesos del pensamiento, nos permite interpretar al proyecto como la manifestación reconstruida de un pensar. Además, las nuevas significaciones que se proponen en ellos, nos aportan nuevos conocimientos sobre el tema abordado en el proyecto y sus propuestas de solución. De tal forma que la proyectualidad se relaciona estrechamente con la solución que el proyectista le otorga a un problema determinado. Así el proyecto se transforma en el artefacto que vincula al problema con su solución, esta última de orden más complejo. Es decir, que la proyectualidad como solución a un problema se vincula con “variables espaciales, utilitarias, productivas, sociales, económicas, ambientales, comunicacionales” (Devalle, 2009, p. 381).

Entendemos que el proyecto se asume como un *proceso proyectual* que sigue una “secuencia lineal de decisiones que comienza con la enunciación de una lista de objetivos y finaliza con un prototipo” (Mazzeo, 2014). Sin embargo, Mazzeo se apoya en Gui Bonsiepe para señalar que este proceso de diseño entra en crisis, cuando entendemos que incluye un trabajo preconsciente, que es mediado “por el lenguaje no considerado por la metodología tradicional” (Mazzeo, 2014, p.191). Además, agrega que la definición de *proyectualidad* no se considera como definición específica en las cátedras de diseño que analiza, como si fuese indiscutible esta condición para la disciplina. Aunque, sí asume la mención del *proyecto* en las distintas propuestas de enseñanza, como una habilidad, una práctica, forma de pensamiento y metodología específica. En consecuencia, desde la perspectiva de la enseñanza de la disciplina se considera al proyecto con un carácter polisémico.

De esta forma, *proyectar* puede ser considerado como el pensar, el accionar o la planificación. Es así que Aicher (1994) lo posiciona entre el pensamiento y la acción, sin preexistencias teóricas como prácticas. Es justamente al proyectar donde ambas se confirman como fundamentos. Sin embargo, el *proyectar* implica primeramente la detección de algún problema, abordable desde el diseño. Es decir, basados en alguna necesidad real, el diseñador organiza y determina la manera de dar una solución a la problemática. De esta forma el diseñador observa, interpreta y representa una realidad, a través de la investigación y las habilidades de la práctica del diseño, en un lenguaje visual. Dicho de otra forma, al proyectar ideamos, proponemos y disponemos, todo orientado a una solución de diseño.

Vemos como el *proyecto* y el *proyectar* están estrechamente ligados pues para poder proyectar hacemos un proyecto.

Al consensuar las definiciones propuestas para el concepto de *proyecto*, corroboramos su polisemia y lo describimos en términos de un plan, un propósito, de instrucciones, una habilidad, un pensamiento, un proceso cognitivo, una práctica, una reconstrucción simbólica, una metodología específica, entre otras. En este sentido, y sin obviar todas sus acepciones, consideramos al *proyecto* -para esta investigación- como una manifestación del pensar creativo y proyectual del diseñador –una estructura compleja de ideas- desarrollado en la etapa de prefiguración, en un proceso cognitivo íntimo de reconstrucción simbólica en contexto y momento, que permite ordenar un pensar para ser proyectado como posibilidad, solución de diseño o nuevos razonamientos y realidades. Además, agregamos que para esta investigación prestaremos especial atención a un tipo de proyecto que se genera durante la formación disciplinar, como un producto investigativo del proceso formativo con intenciones manifiestas, hablamos de los *proyectos de título* del diseñador gráfico. Y a pesar de observar en ellos el abanico completo de temáticas proyectuales propuestos, destacamos aquellos que se inclinan a resolver problemáticas de carácter social, más específicamente a los que se vinculan con los patrimonios.

Resaltamos al contexto pensando en los territorios y apoyados en la aseveración que realiza Fernández cuando vincula lo proyectual con el territorio para señalar que “cualquier *guía de perplejos proyectuales* debería empezar con entrenamientos en el arte de la descripción del territorio” (Fernández, s/f p.48), además agrega que “cabe imaginar proyectos ya no concebidos como objetuaciones sino como activaciones de procesos en curso en los cambios territoriales” (Fernández, s/f, p.62). Una vinculación que Williams (2001) refuerza al articular cambio social y nuevas visiones artísticas.

Definimos nuestro sexto término, el de *proyecto social*, que de alguna manera se relaciona con el de *proyecto* y con el de *diseño social*, ambos ya definidos. Destacamos lo expresado por Román (1999), quien lo define como: “toda acción social, individual o grupal, destinada a producir cambios en una determinada realidad que involucra y afecta a un grupo social determinado” (Román, 1999, p.2). Cambios que implican mejoras o beneficios para la realidad intervenida.

Los proyectos sociales, al igual que otro tipo de proyectos como el de diseño, parten por la identificación de una problemática o una necesidad a resolver o mejorar. Es así que los pasos previos a la elaboración del proyecto son: “la percepción de la situación problema, diagnóstico de la situación -identificar grupos afectados, indicadores del estado actual, definición de línea base y estrategias posibles-, identificación del problema central -causa y efecto- y una hipótesis en torno a la causa y efecto” (Román, 1999, p.4). Mientras que “el diseño del proyecto es el proceso de elaboración de la propuesta de trabajo de acuerdo a pautas y procedimientos sistemáticos” (Román, 1999, p.10). En este sentido, es preciso:

Identificar a los beneficiarios y actores claves; establecer un diagnóstico de la situación problema; definir estrategias posibles para enfrentarla y la justificación de la estrategia asumida; objetivos del proyecto -generales y específicos-; resultados o productos esperados y actividades y recursos mínimos necesarios (Román, 1999, p.10).

Encontramos puntos en común con las etapas, que ya mencionamos, propuestas por Frascara (2000) para el proceso comunicacional, aunque con otros términos.

Para nuestra investigación nos interesa observar a los *proyectos sociales*, como un tipo de proyecto especial en la praxis de la disciplina del diseño, uno que se distancia de las necesidades del mercado, al interesarse por otras áreas o necesidades sociales y humanas más inmediatas, concientizando y aportando a partir de una perspectiva más amplia para el territorio de acción de la disciplina.

Nuestro séptimo concepto es el de *patrimonio cultural*, concepto que vincularemos con el de *identidad nacional*. Rescatamos la definición de *patrimonio cultural* propuesta por la UNESCO, según la cual es, en su sentido más amplio, “a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio” (2014, p.132). Además, el *patrimonio cultural* incluye al: 1. Patrimonio material, como los objetos de museos y los monumentos; 2. Patrimonio natural, como reservas de la biosfera, reservas y parques nacionales, monumentos naturales y santuarios de la naturaleza, entre otros; y 3. Patrimonio inmaterial, como expresiones vivas, intangibles, tradiciones orales, usos sociales, actos festivos, entre otras.

La UNESCO, considera al *patrimonio cultural* “esencial para promover la paz y el desarrollo social, ambiental y económico sostenible... [Pero también] constituye el “capital

cultural” de las sociedades contemporáneas... [y] contribuye a la revalorización continua de las culturas y de las identidades” (2014, p.132).

De hecho, el patrimonio cultural promueve el acceso a la diversidad cultural y enriquece “el capital social conformando un sentido de pertenencia, sostenibilidad, que ayuda a mantener la cohesión social y territorial” (UNESCO, 2014, p.132). Su gestión hoy pone el acento en la sostenibilidad.

Vemos como este término *–patrimonio cultural–* se apoya en diversos conceptos para definirse. Así se entrelaza con términos como la diversidad cultural, la sostenibilidad, la pertenencia y la revalorización cultural e identitaria, entre otros. Destacamos estas aproximaciones al patrimonio para referirnos a la *identidad nacional*. Orientados a este fin diremos, primeramente, que *identidad* es:

Un constructo, se refiere tanto a la sensación de un 'yo' permanente que perdura a través del tiempo a pesar de cambios (supuestamente) accidentales (yo soy el mismo en la foto de primera comunión, en la del servicio militar, o en esa otra en la que ya aparezco con el pelo blanco), como a la adscripción a una categoría (los conductores con carnet tipo B), o al sentimiento de pertenencia a uno u otro grupo (desde comunero en una comunidad de copropietarios — algo de lo que resulta relativamente fácil desafiliarse — hasta español — lo que resulta mucho más difícil de evitar). Pero el hecho de que la identidad sea un 'constructo' no la convierte inmediatamente en una entidad meramente imaginada, sino que llega a hacerse real a través de su influencia sobre las acciones que lleva a cabo el individuo biológico que es el sujeto de esa entidad (Rosa, Bellelli, y Bakhurst, 2008, p. 169-197).

Vemos que el concepto de identidad es un tanto paradójico, pues por un lado tiene la condición de necesidad y por el otro de imposibilidad, es decir que es necesario para caracterizar de manera temporal e histórica a un sujeto o campo disciplinar, pero también se hace imposible su representatividad precisa o concluyente (Navarrete, 2015). Justamente vemos necesario el concepto de identidad, en el intento por descifrar alguna para la disciplina del diseño gráfico. Aunque también se hace imprescindible para definir la identidad nacional. En este sentido, tomamos a Zanatta, Yurén y Faz Govea (2010), quienes definen la identidad disciplinar señalando que:

La construcción y deconstrucción de la identidad de las disciplinas se logra mediante el análisis de la ideología (representaciones del cuerpo de conocimientos), los roles profesionales en su relación con el otro (usuarios y otras disciplinas), el código ético, la reconstrucción de la historia, identificación y diferenciación con otras disciplinas, la consolidación o crisis de identidad. [Así mismo agregan que esta] se genera a partir de la delimitación de su objeto de estudio, los métodos y técnicas que emplea para investigarlo

e intervenirlo y la determinación de los campos de acción. [Además enfatizan que] la ideología de las comunidades científicas y el tipo de comunidad de que se trate repercuten en la identidad disciplinar y en el modo de ejercer la profesión. Estas identidades, a su vez, condicionan los sistemas de formación y los referentes de la identidad institucional (p. 88-89).

Un análisis que nos permite construir una identidad disciplinar y que en el caso de esta tesis se orienta a destramar la disciplina del diseño gráfico, en la búsqueda de una identidad más cercana a lo social a través del patrimonio. “De este modo, la identidad disciplinar contribuye a la configuración de determinadas identidades profesionales o estilos profesionales. El currículo, que responde a un discurso de racionalidad, pero condicionado por la ideología, contribuye a estructurar la identidad profesional” (Zanatta, Yurén, y Faz Govea, 2010, p.92).

Por otro lado la identidad desde la óptica de las ciencias sociales, es discutida desde una mirada esencialista, es decir, que surge de una naturaleza idéntica que se comparte, y la mirada construccionista, como una construcción artificial en la interacción social.

De tal forma que el Auto-concepto de lo que somos incluye nuestra pertenencia al grupo; nuestro sentir por él, su influencia en nuestras percepciones, creencias y conducta. Hablamos de la identidad social, que emana de la pertenencia a grupos sociales durante la vida de una persona (Gómez, 2006). A diferencia de la identidad personal, que se centra en los rasgos únicos e intrínsecos (Tajfel y Turner, 1979).

Por su parte, la denominada *identidad nacional* “se constituye por el reconocimiento de los miembros de esa nación como comunidades culturales, los cuales están unidos, cuando no homogeneizados, por recuerdos históricos, mitos, tradiciones y símbolos colectivos.” (Hoyos de los Ríos, 2000, p. 84). Así, la identidad nacional, está estrechamente ligada con la nación y la nacionalidad, desde donde nace una conciencia colectiva de sus habitantes. Esta conciencia es integrada por los eventos que acontecen en su territorio.

En síntesis, la delimitación de estos conceptos *-diseño, diseño gráfico, diseño social, pensamiento proyectual, proyecto/proyectar/proyectualidad, proyecto social, patrimonio cultural e identidad nacional/disciplinar-*, permite comprender de una manera más certera, nuestra ubicación en un campo de conocimiento y zonas específicas de interés. Así el diseño gráfico, como foco disciplinar es cuestionado y comprendido a través de sus proyectos, con especial hincapié en aquellos de carácter social. De hecho, su habilidad con el pensamiento

proyectual y las comunicaciones permiten al diseñador gráfico relacionarse con temáticas variadas de distinta índole disciplinar. Así se relaciona con un diseño más cerca de lo social, desde donde concibe, programa y proyecta comunicaciones y proyectos sociales orientados al patrimonio cultural. Un resultado que nace desde la formación, pero desde el espacio más íntimo del futuro diseñador: su pensar, en un proceso cognitivo que esperamos destramar.

Nos cuestionamos y problematizamos la situación descrita en los siguientes términos: ¿Qué se perfila para el hacer y el ser social de la disciplina de diseño gráfico, al interpretar la formulación de mensajes y conocimientos sobre patrimonio cultural, social y natural en los proyectos de título de la Universidad de Chile 2000-2015?

Para poder afrontar nuestra interrogante principal, abordamos los siguientes tópicos, dentro del diseño gráfico: *el proceso proyectual; la formulación de proyectos sociales; la construcción de identidades; el cuestionamiento o problemática proyectual en patrimonio; propuestas de artefactos socioculturales del diseño; y las conceptualizaciones proyectuales*. Hablamos de su discurso, en otras palabras, de la propuesta o el razonar proyectual. Un pensar que destramamos observando al proyecto de diseño desde sus ejes temáticos, sus orientaciones geográficas, sus propósitos, sus soluciones proyectuales, sus destinatarios y finalmente sus mensajes y discursos pro patrimoniales durante el periodo referido.

1.7.Estado del arte

Nos moviliza destramar la construcción de un pensar específico. Es por esto que analizamos las intenciones manifiestas, resueltas en la etapa final de la formación disciplinar del diseñador: proyectos de títulos o tesis presentadas en la carrera de Diseño Gráfico durante el periodo que va desde el año 2000 al 2015. Todo esto a partir de la mirada de González Ruiz: “Diseño no es la expresión final de una forma visible, sino el proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma” (1994, p. 3).

Entonces, nos preguntamos ¿Qué se perfila para el hacer y el ser social de la disciplina de diseño gráfico, al interpretar la formulación de mensajes y conocimientos sobre patrimonio cultural, social y natural en los proyectos de título de la Universidad de Chile 2000-2015? Creemos que la solución a nuestro problema se encuentra en la evidencia de un proceso cognitivo. Además, el análisis de estos procesos estructurales visibiliza un espacio de

intervención para la disciplina. Visualizamos un pensar privado del diseñador e intentamos hacerlo público. Esto a través, de la comprensión de los procesos estructurales de un pensar en la formulación de un proyecto de diseño.

Consideramos necesario retomar ciertos debates en torno a lo que el diseño es, hace y piensa. Esto desde la perspectiva de los espacios y los roles que asume en la sociedad actual. Una que demanda un pensar más centrado en lo humano. Es decir, entendemos que mientras la disciplina del diseño intenta acercarse a esta demanda más humana, asume nuevas visiones más integradoras. Así, amplía su espectro más allá que la sola forma de los objetos materiales.

Nuestro interés se justifica en la necesidad de la disciplina del diseño gráfico por conformar un cuerpo de conocimientos más actualizado, sobre su ser, su pensar y su praxis. Principalmente, aportamos en la comprensión de un pensar disciplinar que se orienta hacia nuevos terrenos de acción social, un espacio social que es explorado por el diseño a causa de la deshumanización de nuestra sociedad como consecuencia del actual modelo económico que obliga al diseño a redefinir sus objetivos y considerar un diseño más social o integrador.

Se conoce muy poco sobre las maneras en que estos nuevos terrenos son asumidos y pensados mediante el proyecto de diseño. De alguna forma nos interesa observar esta práctica investigativa del diseñador gráfico pues vemos en esta construcción una actividad creativa y cognitiva que evidencia la experiencia del diseñar y sus espacios de intervención.

Múnera y Londoño, nos advierten “que la investigación hace parte de la actividad misma de diseño”, y además agregan que “el producto o servicio ya sea tangible e intangible debe ser consecuencia de dicha práctica investigativa” (2007, p.171). He ahí la importancia de destamar esta construcción de un conocimiento para comprender sus procesos. En palabras de Bonsiepe, las “profesiones que no producen conocimiento de la disciplina no tienen futuro” (1998, p.181). Justamente entendemos al proyecto de título como una instancia que genera conocimiento y que aporta desde la formación del diseñador gráfico, a la construcción de la propia disciplina. Además, es una evidencia del proceso de proyección del diseñador. Basándonos en Flower y Hayes (1981), quienes profundizan en los procesos cognitivo de la escritura, entendemos a la producción de textos como un proceso cognitivo complejo, ya que

se reúnen diversas operaciones mentales -lo cognitivo-, aunque no en algún orden específico o pautado con antelación.

Nos apoyamos en autores que nos hablan del diseño. En particular sobre un cambio de enfoque: una ampliación de sus funciones, nuevas tendencias para el diseño, un estancamiento en las ideas y actividades del diseño, actitudes más acordes con las exigencias sociales, la desmaterialización del diseño, la poca teorización del modelo y la dimensión social del diseño, la necesidad de nuevos objetivos y roles, un nuevo cuerpo de conocimientos, nuevos mensajes y discursos, el proyecto de diseño como una nueva realidad y un nuevo razonar, la responsabilidad ética de apoyar valores humanos, una nueva identidad para el diseño, la difusión del patrimonio cultural como un nuevo rol del diseñador gráfico, una disciplina que actúa como un operador cultural, y que piensa y se replantea su propia identidad disciplinar y la de su nación. Así, hemos considerado principalmente, los aportes de: Buchanan (1985, 1998); Papanek (1985,1995); Aicher (1994); González Ruiz (1994) Del Valle Ledesma (2003, 2014); Frascara (2006); Krippendorff (2006); Ariza (2007); Morelli (2007); Guijosa (2008); Julier, (2010); Dosio(2012); Margolin (2012); Soliz (2012); Sarale (2014); Melenje (2014); Bazaga (2015); Guerrero (2014); Arbeláez (2016); Perri (2016); Zapata y Carvajal (2016); Ortíz (2016); Forés (2017); Gaitto (2018); Durán y Mancipe (2018); Antoine, Aránguiz y Montt (2018), entre otros.

En cuanto a las tendencias del diseño a nivel macro, concordamos con Guerrero (2014), quien se basa en Watson (2008), para señalar que estas se ubican principalmente en “el cambio ambiental, la sustentabilidad, la globalización, el localismo, la urbanización, los cambios de energía, el individualismo, la personalización, la digitalización, la volatilidad y la ansiedad” (2008, s. p). Estas tendencias de alguna forma nos dan luces sobre el contexto actual de la sociedad. En este entorno, el diseño gráfico presta atención a lo que sucede; lee, descifra y proyecta futuros escenarios.

Es importante contextualizar a la nombrada disciplina, para poder entender estas nuevas tendencias. En este sentido advertimos que el diseño gráfico, y su enseñanza en Chile, se desenvuelven, principalmente, en la lógica del modelo de mercado. De ahí que, se generen objetos o productos creados en su mayoría con una finalidad de desarrollo económico, que posterga al diseño social. Como consecuencia y paulatinamente, se pierde el valor del diseño identitario y cultural (Higuera *et al*, 2014).

Entendemos que el diseño en su proceso de consolidación modifica su praxis y los objetivos u orientaciones que la sustentan. De esta manera, las exigencias de una sociedad, marcada por el modelo de mercado, la consolidan como disciplina. De hecho, es a partir de la revolución industrial, que el paradigma dominante en el diseño ha sido el del mercado, postergando otras alternativas (Margolin, 2012).

Esta influencia de un fin comercial, marca las formas de actuar y problematizar que se desarrollan en la disciplina y la profesión. Sin embargo, creemos que el diseño comienza a incorporar otras áreas de intervención, como una manera de ajustarse a los requerimientos de la sociedad contemporánea. En este sentido, Frascara (2006) advierte sobre la necesidad de redefinir los objetivos y los métodos del diseño de comunicación -concepto más amplio y actual para referirse al diseño gráfico-. Además, insiste en la necesidad de analizar nuevamente la naturaleza de la actividad de diseñar, y así desarrollar una práctica de diseño responsable y que identifica problemas que luego soluciona. Este autor nos ubica en la desmaterialización del diseño: “lo que cuenta no son las cosas, sino la gente” (2006, p. 9).

Concordamos con Margolin (2012), quien profundiza en un modelo social de diseño o en un diseño para las necesidades sociales y señala que esta disciplina ha demostrado que es capaz de atender necesidades diferentes a las del mercado. Sin embargo, estas propuestas no han dado lugar a un nuevo modelo de práctica social, mucho menos a una teorización.

Tampoco se ha prestado atención en una educación que prepare al diseñador para enfrentar necesidades sociales, distintas a la del mercado. Una oportunidad para indagar en los procesos de construcción de una práctica social. Es importante señalar la necesidad de ampliar la mirada que el diseño tiene sobre el *diseño social*, con prácticas proyectuales orientadas al progreso “del bienestar de todas las personas desde valores éticos universales” (Forés, 2017, p.10). Al respecto, Ortiz plantea que el diseñador efectivamente contribuye con la innovación social, desde el momento en que facilita, promueve, identifica y genera soluciones, que se reflejan “en espacios, objetos y servicios, que cumplan una meta social específica, como el bien común o el establecimiento de nuevas prácticas sociales” (2016, pp.17-18).

Julier (2010) señala que la discusión sobre lo que el diseño es trasciende a una visión mucho más integradora. Es decir, que va más allá que la sola función de dar forma a los objetos materiales. Es más, el autor señala al diseño como un indicador informal, que da

cuenta del nivel de la economía, de la regeneración cultural y del bienestar social. Si bien, en la actualidad su quehacer se ha desenvuelto conforme a las necesidades culturales, sociales y económicas, son estas últimas las que el diseño gráfico ha privilegiado (Julier, 2010; Guerrero, 2014).

Justamente, tomamos estas necesidades poco exploradas por el diseño, pero igualmente presentes en su saber y hacer. Se trata de comprender la manera en que las ideas y los periodos creativos se forman en conceptos y propuestas. Nos situamos antes de la materialización como artefacto tangible. Es decir, en ese pensar manifiesto en el proyecto. Un razonar que se visibiliza, a través de la investigación, de la indagación y de la propia formulación. Un proceso creativo que responde a realidades concretas y que considera a los hechos sociales y culturales. Es más, Aicher, en su libro *El mundo como proyecto*, nos advierte que:

La cultura humana no podrá permanecer por mucho tiempo reducida a pensamiento y acción. Entre ambos se intercala el proyectar, la generación de lo que aún no existe ni en la teoría ni en la praxis, como disciplina metódica diferenciada. En el proyectar, teoría y praxis acreditan su cualidad de fundamentos. El proyecto excede la teoría y la praxis señalando no solo una nueva realidad, sino también nuevos razonamientos (1994, p. 180)

Una realidad que se transforma en una oportunidad para analizar estos razonamientos. Para Soliz “el Proyecto parte de alguien, del Contexto de Origen, no parte de “la” realidad, parte de “una” realidad.” (2012, p.9), es a partir de ahí que se formula. El discurso de Soliz se centra en los elementos impersonales: el Proyecto, el Objeto Mental y el Objeto Tangible; y personales del Diseño: Contexto de Origen, Contexto de Diseño y Contexto de Llegada.

Adicionalmente, Soliz (2012) agrega que el diseño y su enseñanza se desplazan de la comunicación hacia la cultura. En este nuevo escenario, el diseño y los procesos de comunicación ya no se piensan desde la disciplina, sino desde los problemas y las operaciones del intercambio social, “esto es desde las matrices de la identidad y los conflictos que articula la cultura.” (2012, p.10). Nos advierte sobre el desplazamiento del diseño y agrega que en las últimas dos décadas este se ha movido desde la *masividad* a la *comunicación*. Además, indica que por un lado hay quienes encausan al diseño como comunicación, es decir, orientado a un servicio social y no ornamental; mientras que otros realzan la belleza, la estética y la ornamentación. Esta oposición intenta delimitar a la disciplina.

Además, Soliz (2012) agrega que el último desplazamiento del campo de la comunicación, no se incorpora ni en la práctica, ni en la enseñanza del diseño gráfico. Así al referirse a la comunicación, como practica social, no va más allá que unas condiciones de eficacia –funcionalistas-.

Este autor aporta a nuestra problemática, pues sitúa al diseño en un escenario de acción social y cultural. Desde esta posición se permite enfrentar nuevas problemáticas y se acerca a una práctica más social. Su visión sobre el contexto de origen -elemento personal del diseño-, al cual entiende como cultura de origen, es considerada por este autor como jerárquicamente superior a las demás culturas. Así, basado en Rodio (2002), decreta “un autoritarismo del emisor en su modalidad de acceso al sujeto social” (Soliz, 2012, p.11). Sin embargo, este autor no profundiza en los procesos cognitivos ni creativos de este cambio, sino que en lo que el diseño es y cómo podría ser. Más que una definición nos habla de observar al diseño como una estructura.

La disciplina del diseño aún construye los pilares que guían su ser y hacer. De ahí que sus objetivos, además de incluir una comunicación orientada al desarrollo económico tan propio de la sociedad de consumo, incluyan otros con una orientación social diferente. De modo que la disciplina y su formación abordan problemáticas sociales de distinta índole. Así, la cultura, las identidades y los patrimonios, entre otras temáticas sociales, emergen como tema, problema, objeto de estudio y proyectos de diseño, entre otras manifestaciones.

Para Arbeláez, “durante este siglo, los contextos tradicionales de acción del diseño se han expandido” (2016, s.p.) debido a la forma como el diseñador piensa los retos que afronta en la práctica. Además, señala que los problemas que el diseño atiende se han modificado, de problemas muy claramente definidos a otros más sistémicos. Así, las soluciones, en principio orientadas a los objetos físicos, hoy transitan al ámbito de lo intangible, con procesos más orgánicos. Así mismo agrega que esta relación intrínseca entre el enunciado del problema y su solución también cambia pues al enfrentar “problemas de naturaleza compleja, la solución se vuelve secundaria y el verdadero problema es conseguir definir el problema” (Arbeláez, 2016, s. p.). Es decir, no es posible conocer con antelación todas las variables de un problema sistémico, así es que “la representación resulta un aspecto esencial” (Arbeláez, 2016, s. p.).

Su mirada de un terreno más amplio y de nuevos problemas y soluciones, en los propósitos de diseño, nos muestra un espacio posible de indagación. Es decir, en las formas

en que estos procesos de cambio son concebidos. Además, orienta nuestra mirada a la definición del problema y su solución, en la búsqueda de problemas sistémicos.

Dosio (2012), advierte una ampliación de las fronteras del diseño, en la medida que la disciplina se permeabiliza con conceptos de otros campos del saber. Esta idea es reforzada por González Ruiz (1994), cuando indica que no existe otra ciencia, como la proyectual, que se involucre o comprometa tanto, con el conocimiento interdisciplinario. En relación a este conocimiento interdisciplinario, Dosio añade que es de esta forma como el diseño afronta proyectos de diversa índole, señalando:

La implementación de proyectos interdisciplinarios no supone una simple yuxtaposición de campos disciplinares; es en las zonas de interacción entre las disciplinas donde interactúan y se resemantizan los lenguajes, las estructuras semánticas y sintácticas propias de cada área disciplinar. Esto requiere establecer nuevas clases de conceptos, categorías y marcos teóricos y epistemológicos (Dosio, 2012, p.3).

Observar la forma en que estos proyectos son abordados por el diseño, nos da luces de esta nueva construcción interdisciplinar y de los espacios en los que el diseño se moviliza. En efecto, tanto Arbeláez (2016), como Dosio (2012), Julier (2010), Krippendorff (2006) y Buchanan (1998) coinciden al referirse a una expansión del terreno de acción o una ampliación del espacio de intervención de la disciplina. Así mismo Melenje reflexiona sobre la necesidad de buscar “nuevas formas, perspectivas y campos de estudio que nos permitan trazar nuevas rutas y ampliar nuestras viejas preguntas” (2014, p.163). Por tanto, esta autora nos propone un cambio en la disciplina, tanto en su reflexión como en su práctica, investigación y teoría. Agrega que pensar en nuestra experiencia de diseño, podría dar luces sobre nuevos mapas, recorridos e itinerarios. Reflexión más acorde a los tiempos actuales.

Desde la perspectiva de la formación del diseñador, Verónica Ariza señala que para el siglo XXI, esta debe desarrollar a un diseñador que identifique y solucione problemas, en pos del bienestar de las personas. Pero también debe inculcar conocimientos que le permitan al futuro diseñador desenvolverse en la cultura contemporánea. Sugiere interacción con otras disciplinas y así, un diálogo con especialistas y medios. Además agrega que: “En lugar de seguir persiguiendo y adaptándose a la actividad profesional, la educación apoyada en la investigación como tema central en la formación de un diseñador, debe anticipar nuevas condiciones y escenarios para la práctica” (Ariza, 2007, p.54). Basándose en Robin Edman, Ariza advierte que, en la reflexión de la experiencia y la práctica, es posible forjar nuevos y

útiles conocimientos, los cuales deben compartirse. Precisamente creemos que hacer pública la experiencia del proyecto de diseño permite comprender una práctica reflexiva y así anticipar nuevos caminos disciplinares.

Reforzando la idea de una educación con carácter multidisciplinar para el diseño, Guijosa (2008) advierte sobre la necesidad de nuevos y variados conocimientos, tanto de tipo técnico y tecnológico, como metodológicos y éticos. Pero además agrega que esta nueva exigencia para el diseño no debe confundirse con la visión tecnócrata pues es la que la empresa ha reclamado a las universidades por años. La autora nos invita a dejar atrás esta exigencia de un modelo basado completamente en competencias laborales. Un ejemplo de este cambio se refleja en el documento: *Acuerdo de acreditación N°555. Carrera de diseño, menciones "Diseño Gráfico" y "Diseño Industrial" de la Universidad de Chile*, elaborado por la Acreditadora de Chile el año 2017. Puntualmente en el criterio 3, referente al perfil de egreso, se señala: "El Perfil de Egreso, que se había mantenido desde la reapertura de la carrera en 1996, fue modificado en 2011 y redefinido en 2017, a propósito del proceso de Innovación Curricular. Este Perfil de Egreso vigente marca un cambio en la orientación de la carrera para instalar una visión centrada en aspectos socioculturales" (Acreditadora de Chile, 2017, p.5). Asimismo dentro del criterio 2 propósitos, se asume una postura interdisciplinaria al señalar que: "El sello institucional reconoce una formación crítica en el contexto de un mundo globalizado, con un fuerte énfasis interdisciplinario y la capacidad para comprender las dinámicas del mundo moderno." (p.4)

Siguiendo con esta mirada, desde la pedagogía del diseño, tomaremos a Antoine, Aránguiz y Montt (2018), quienes profundizan en una formación para el diseño social y nos proponen que la enseñanza asuma la realidad-país como una manera de aportar desde el diseño a la mejora en la calidad de vida de sus habitantes. Estos autores nos invitan a ver el rol del diseño en la sociedad de una manera más amplia y con nuevos discursos.

Para concluir con esta visión pedagógica de nuevas exigencias para la disciplina, tomamos la postura de Jorge Ortíz. Este autor propone desarrollar en el futuro diseñador ciertas habilidades que le permitan enfrentar estratégicamente soluciones orientadas a la innovación social. Estas habilidades son: "1) revertir soluciones asistencialistas, 2) visualizar a usuarios como personas activas, 3) considerar el impacto del contexto, 4) administrar la ambigüedad e incertidumbre y 5) estimular la investigación para el diseño" (Ortíz,

2016, p.10). Justamente estas categorías son extraídas del desarrollo de proyectos de innovación social, en cursos universitarios y de la revisión de literatura especializada.

Por otra parte, Ortiz nos plantea una problemática, en relación a la ampliación o diversificación que el terreno de acción del diseño experimenta. De alguna forma, esta problemática explica las propias interrogantes para esta investigación:

Un reto importante de esta diversificación es visibilizar su impacto y/o propuestas y contribuciones, pues no se habla, escribe o investiga y menos aún se presenta en revistas y exhibiciones. Especialistas en diseño tendríamos que asumir la responsabilidad que nos corresponde para dar a conocer la diversificación y alcances de nuestra disciplina (Ortiz, 2016, p.12).

Finalmente, Morelli (2007) y Ortiz (2016) nos advierten sobre la importancia de dar a conocer este rol ampliado del diseño. Así, este último considera relevante visibilizar los “nuevos métodos y lenguajes que operan en un contexto actual” (2016, p.12). De ahí que, observa un cambio importante en lo que el diseñador interpreta de su rol social, el que por años solo fue un factor complementario a las estrategias de negocio, y que hoy puede ser visto como fin central y estructural en una solución. Así es posible generar un impacto social convertido en bienestar común.

Desde una óptica social del diseño, su integración a las estructuras de la sociedad podría funcionar para el desarrollo del perfil competitivo, recuperar los valores culturales propios y mejorar la calidad de vida de sus habitantes (Sarale, 2014). Además, dentro de la comunicación social, el diseño gráfico es una herramienta fructífera y versátil, para difundir el patrimonio arqueológico y cultural. Justamente este tipo de mensajes son uno de los roles sociales que el diseñador asume. Así adopta nuevos conocimientos o conceptos, que divulga en sus proyectos, discursos o mensajes (Bazaga, 2015).

Por otro lado, para Perri (2016) los diseñadores, como actores sociales, poseen responsabilidades: profesionales -discurso visual-; éticas -discurso valórico-humano-; sociales -contribución positiva-; y cultural -desarrollo cultural-. La indagación en los proyectos de diseño, nos entrega un panorama y una evidencia más clara de la construcción de nuevos conocimientos y conceptos, junto a nuevas responsabilidades asumidas. Lo que Zapata y Carvajal llaman diseñar con conciencia, entender al diseño como “un proceso socialmente responsable y democrático” (2016, p. 205). Las evidencias nos llevan a

concordar con Gaitto (2018), quien asume que la función del diseño no puede ser sino social ya que es en este espacio donde el diseñador incide, ya sea de manera positiva o negativa.

Por su parte, Durán y Mancipe (2018) se refieren a los enfoques teóricos del diseño en Latinoamérica orientados a la innovación social o impacto en las comunidades. En este sentido advierten que “la mayoría de documentos se concentran en el periodo de tiempo de 2007-2016” (p.188). Así, dejan en evidencia lo nuevo de estas temáticas en la región. Igualmente agregan que los aportes latinoamericanos abarcan aspectos metodológicos y aplicación de enfoques sin grandes aportes teóricos que modifiquen las perspectivas al respecto.

Si bien las investigaciones nos introducen en nuevos ámbitos de intervención para el diseño, no profundizan en la manera en que estos nuevos espacios son asumidos, razonados, formulados y proyectados en la disciplina del diseño y su formación.

Conformando la idea del diseño gráfico entendido como una práctica cultural con carácter comunicacional, María Del Valle Ledesma (2003) nos presenta otra mirada del diseño al asumirlo como un institucionalizador de conductas, configurador de identidades, de expresión de imaginarios políticos, entre otros. En otras palabras, la autora define el rol transformador del diseño gráfico. Además, lo sitúa en la organización de información y nos muestra cómo influyen las decisiones del diseño en las formas de leer y en la estructuración del pensamiento. Nos sugiere observar al diseño gráfico desde su didáctica y práctica profesional, como algo más que un constructor de objetos de consumo para un público: observarlo como un participante activo en las formas de leer y de operar sobre la cultura.

El diseño gráfico se postula como agente de cambio social o como un operador cultural. Se sitúa en todas partes y se expresa a través de distintos medios -calle, revistas, TV, etc.-. Hoy el diseñador interviene y presta sus servicios a numerosas áreas: política, religiosa, educativa, empresarial, entre otras. En palabras de Del Valle Ledesma (2003) constituye una *voz pública*, característica que le permite comunicar diversos mensajes o transformar ideas en distintas culturas. Se convierte, de esta manera, en una disciplina, que contribuye, entre otras cosas, a articular la comunicación entre el *pueblo* y el *Estado*. Por tanto, el diseño influye en el desarrollo y cambios económicos, sociales y culturales de una comunidad.

Papanek (1985), ya nos hablaba de diseñar para el mundo real. Así, reflexiona sobre un diseño que atiende a las necesidades del hombre o un diseño más responsable. Además,

manifiesta la importancia de incentivar, en los estudiantes de diseño, una praxis más atenta a estas necesidades. Es decir visibilizar nuevas áreas de obligación para el diseño. Esto con la intención de plantear maneras diferentes de pensar los problemas de la disciplina. Pero no solo aquello, sino que además permitir que la responsabilidad social y moral, necesarias en el diseño, se desarrollen. Esto permite plantear nuevas formas de pensar. Así, convoca a los diseñadores para una nueva agenda social. Aunque el autor visibiliza la imposibilidad de muchas agencias de diseño o diseñadores de responder a estas necesidades más humanas como consecuencia de la avaricia empresarial. Si bien concordamos con las visiones de este autor, también creemos que las nuevas tendencias del diseño a nivel macro, están obligando a su redefinición, además de asumir una conciencia social con responsabilidad, de manera cada vez más urgente.

Sarale (2014) nos advierte que el escenario global está cambiando como consecuencia del fracaso del modelo económico imperante, el cambio en las variables tecnológicas y las nuevas prácticas de relación social. Latinoamérica mira hacia un nuevo modelo de desarrollo. Una oportunidad que permite valorar las expectativas de cambio que sugiere la intervención desde el diseño. De hecho, este articula la cultura material y proyectual. Así genera nuevos campos de acción y nuevos sistemas de productos.

Hoy el diseño incluye en su producción material a las relaciones entre el objeto, el contexto y la cultura, generando ahí sus imaginarios sociales. Estas nuevas relaciones que establece el diseño, propuestas por Sarale (2014), no son únicas pues cada diseñador establece nuevas y distintas relaciones. Esto, según su propio contexto más inmediato. Entendemos que existe una gran diversidad cultural, asociada muy frecuentemente a un determinado territorio y las formas de vivir que este territorio condiciona en cada comunidad. Así, sus “habitantes comparten elementos de identidad, pertenencia y memoria colectiva” (Serrano, 2010, p.2) y en donde el diseñador interviene desde una cultura e imaginarios sociales específicos.

Las características naturales de un territorio, constituyen las oportunidades o los límites económicos y sociales. Así, entendemos al territorio, como una oportunidad de intervención humana, basándose en “factores de identidad cultural, trayectorias previas, visiones de futuro, capacidad de los actores locales, etc.” (Serrano, 2010, p.2). Desde ahí, los actores sociales, mediante la cultura y sociedad que los enmarca, descifran y evalúan la realidad del territorio, a través de sus intervenciones. Es así que el diseño crea a partir de un

contexto o cultura de origen que es escuchada, interpretada y proyectada, a través de la investigación y la formulación de un proyecto de diseño.

El territorio cobra importancia local, regional, nacional y global. Incluso para Serrano el “territorio es entendido como recurso, como patrimonio, como paisaje cultural, como bien público, como espacio de solidaridad, como legado, en fin, como espacio contenedor de la historia y como lugar de convivencia ciudadana” (Serrano, 2010, p.425).

Chile es el país más largo del mundo. Sus 4.329 Kilómetros de longitud lo hacen geográficamente particular y lo convierten en una nación de contrastes climáticos y territoriales. Manifiesta la variedad casi completa de climas existentes en el planeta. De ahí que su diversidad de realidades condicione tanto el inicio como el desarrollo de las expresiones culturales nacionales, como la del diseño. Además de ser un reflejo del folclore nacional de norte a sur. La población se reconoce en un territorio y se identifica con él, con su cultura, tradiciones, paisaje, historia, etc.

Cobra relevancia el espacio más específico de cada persona y comunidad. Así aparece el concepto de *contexto cultural*, que es desde donde nace la cultura en el sentido explícito. Cada elemento dentro de la cultura aporta connotaciones para la construcción de significados comunes en la vida cotidiana, sean estos valóricos o de convivencia.

Esta construcción cultural entrega a cada territorio social una identidad. Al respecto Cardoso de Oliveira dice que “la identidad pasa a desempeñar el papel de una brújula que posiciona al grupo y sus miembros en mapas cognitivos (u horizontes) colectivamente contruidos” (1990, p.146). Por otro lado, para Kottak (2001) la *identidad cultural* son todos los rasgos que hacen a un grupo humano o nivel cultural, sentirse iguales culturalmente. En este sentido creemos que el contexto cultural, en donde se desenvuelve cada disciplina orienta su quehacer particular. La disciplina del diseño se transforma en un diseño con identidad, en un contexto cultural al que aporta. No solo contribuye como industria cultural, sino que también como generador de cultura.

Es interesante destacar que el diseñador de hoy se desenvuelve en escenarios globalizados. Esta situación podría afectar a la producción local o regional. En este escenario es factible que se produzcan algunas pérdidas estéticas locales y que se modifiquen los fines de las prácticas formativas asociadas a las culturas locales: “Olvidarse de que el Origen del

Diseño es un Contexto, con su propia cultura, llevaría a manipulaciones inadecuadas del término Diseño” (Soliz, 2012, p.9).

El diseño mediante la construcción de bienes culturales se introduce desde lo social como practica cultural. Pero va más allá, con bienes que reflejan una historia, un mercado y una forma de producción específica y refiere a las transformaciones sociales, políticas y económicas de una sociedad y periodo determinado.

Junto con su propia evolución, la disciplina se va llenando de significados y nuevos conceptos con los cuales lidiar, ya no sólo asociado a las artes o la comunicación, sino que a la sociedad y con ella a la cultura. Se escuchan los conceptos de *cultura de masas*, *comunicación social*, *cultura popular*, *diseño cultural*, *industrias culturales*, entre otros.

Basándonos en Soliz (2012) y Martin-Barbero (1984), se puede afirmar que el rol social del diseño va tomando una nueva vertiente, pasando desde unos fines puramente comerciales o de consumo a otros que incluyen los aspectos culturales nacionales, regionales y locales. Es así que se asume un nuevo rol: el de operador cultural.

Es el mensaje del diseñador el que comienza a cambiar. Este se transforma, desde un mensaje que otro comunica -cliente- y que el diseñador interpreta o simboliza, para pasar a un mensaje que aporta a la cultura de la mano de las ciencias sociales. En consecuencia se convierte en una disciplina que repone, mantiene y modifica su propia cultura, desde el momento en que problematiza sobre cultura. Pero con una clara intención de tomar distancia de una disciplina que responde mayoritariamente a la economía de mercado, desde donde el diseñador no es dueño de lo que comunica. En otras palabras comprende el lenguaje o símbolos de la comunicación, pero casi nunca decide que comunicar.

A pesar de lo expuesto no podemos negar que no existe ni una única comunicación ni un único diseño. En este sentido el contexto cultural más específicamente el nacional, regional y local, nos ayudan a poder ir delimitando un tipo de diseño desde la cultura de origen.

Actualmente muchas disciplinas, incluyendo al diseño gráfico, emprenden el desafío de reivindicar el carácter social del aprendizaje. Pero el diseño, ya sea como saber o práctica “es de naturaleza dinámica y compleja y así como lo es la sociedad en la que este despliega sus prácticas. La enseñanza institucionalizada, por otra parte, suele ser más estable y reticente al cambio” (Mazzeo, 2018, p.16). Resulta interesante el poder observar un producto

pedagógico del diseñador gráfico. Es decir, el proyecto de título, pues creemos que puede visibilizar de manera incipiente, cambios o movimientos de la disciplina y su formación.

Creemos oportuno aportar desde una nueva perspectiva la interpretación de materiales ya disponibles en cada carrera de diseño gráfico en Chile. Nos referimos al proyecto de finalización de carrera como una práctica proyectual, cognitiva e integral en la etapa final de la formación. Espacio en el que el alumno aún está en condiciones de decidir u orientar, de forma más individual el rumbo de su profesión, pero también como un espacio de construcción de un pensar, que genera un conocimiento. Específicamente observamos la manera en que este pensar surge desde la formulación proyectual, como una propuesta de solución y como un nuevo conocimiento.

Las tendencias temáticas en patrimonio cultural, social y natural, presentes en los proyectos de título de diseño gráfico de una universidad estatal entre 2000 y 2015, conforman un perfil disciplinar de preocupación social, cuando sus responsabilidades proyectuales incorporan retos en pos de la construcción de identidad nacional, regional y/o translocal. Este nuevo hacer –enmarcado en el desarrollo humano por sobre el del mercado– distancia a la disciplina de su función más tradicional y paralelamente reconoce nuevas necesidades, reconstruye mensajes y discursos pro patrimoniales y concreta su ser en una praxis humana, hacia un diseño social.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Primer apartado temático:

EL DISEÑO GRÁFICO COMO OBJETO DE VISIBILIZACIÓN SOCIO-CULTURAL

2.1. El diseño gráfico y su dinámica identidad

2.1.1. La conformación: sus primeros referentes, ideologías y debates

El diseño no tiene un origen homogéneo y muchas veces puede incluso llegar a ser contradictorio. Ramírez y Flores (2016) sitúan su comienzo en el arte y la comunicación y agregan que “el término como tal, fue establecido por el norteamericano William Addison Dwiggins, en 1922” (2016, p.28). Pero esta no es la única postura. Así, su heterogénea constitución es situada en el campo de la artesanía, el arte, la arquitectura o como un dominio independiente. Efectivamente, creemos que el diseño trabaja con lo artístico, con la forma, con la estética y el estilo tan propios del campo del arte, pero se separa de este y modifica sus prácticas.

Sus principales referencias vienen de las tendencias de Europa -Escuela Bauhaus y ULM y países como Alemania, Inglaterra y Bélgica- tanto en la forma de enseñar y aprender el diseño, como en lo que se enseña y cómo lo aprendido se aplica. En este sentido, existen antecedentes históricos y sociales que van marcando la evolución del diseño. De ellos destacamos como hitos principales: la revolución industrial, los cambios en los modos de habitar, las modificaciones en los centros urbanos, las transformaciones en los modos de producción, el consumo crecientemente o el desarrollo de la cultura industrial y la búsqueda de una estética propia, entre otros antecedentes (Jocelyn-Holt, 2014; Ledesma, 2003; Devalle, 2009).

Sostenemos que la revolución industrial es el gran hito. Este acontecimiento provoca enormes cambios sociales que inevitablemente repercuten en la disciplina del diseño. Se observan nuevas necesidades, nuevos modos de producción, y se provoca una exacerbación de la industrialización. Se produce la búsqueda de una estética propia, se vuelven industriales a los objetos realizados de manera artesanal y se define la forma de los objetos que son propios de la reproductividad en masa, entre otros aspectos. Asimismo, Álvarez y Morales señalan que “La interacción entre arte y tecnología fue uno de los principales aspectos y desafíos en los inicios de la enseñanza del diseño como disciplina proyectual dentro de las áreas del conocimiento formal” (2015, p.16).

Basándonos en los autores: Palmerino (2004), Bazzara (2005) y Valdés de León (2003), podemos ofrecer una historización respecto a estas experiencias. Así, vemos que los proyectos educativos orientados a un diseño profesional, a mediados del siglo XX, se debatían entre una formación más artística y decorativa, versus una orientación productivista-industrial, más ligada a las *artes aplicadas*. Este último enfoque es el que toma el mundo anglosajón, vinculando por décadas al *diseño* con el *diseño industrial*.

En este nuevo contexto se origina una búsqueda de un nuevo significante. Es así, que aparecen dos caminos posibles: 1) *La reproducción de la forma existente*, es decir, la búsqueda del proletariado naciente por su propia estética, donde se reproduce aquello que indicaba la clase dominante y algunas exposiciones internacionales. 2) *La vuelta al pasado*, representados por John Ruskin y William Morris, en oposición a la modernización. De este modo surge la necesidad de volver al pasado como un refugio conocido. En otras palabras, retornar a los referentes más propios y reinventar los objetos, volviendo la mirada hacia atrás. De ahí que se busque regresar a los talleres o la revalorización de la producción más artesanal.

John Ruskin rechazaba abiertamente a la máquina. Él promulgaba el retorno a la producción artesanal bajo el modelo idealizado de la Edad media. Por otro lado, William Morris proponía abolir la distinción entre artistas y artesanos, además de la jerarquía divisoria entre las artes mayores (pintura, arquitectura y escultura) y las menores (tapicería, cerámica y ebanistería). Sin embargo, la búsqueda a través del pasado, lejos de acercar un objeto de mayor calidad al *pueblo*, lo vuelve un objeto casi elitista. Esto por los altos costos que involucra un trabajo más artesanal y no en serie. En otras palabras, la buscada cultura del pueblo, para el pueblo, se transforma en cultura de elite. En 1850, la oposición entre artesanos e industria tomó el rumbo de un conflicto entre arte y técnica, produciéndose las bases del debate en Inglaterra, un país pionero con gran desarrollo industrial.

En 1919 ocurre un hito muy relevante en la conformación del Diseño como disciplina. Es la fundación en Weimar, Alemania, de la Escuela de Artesanía, Diseño, Arte y Arquitectura llamada Bauhaus, cuya duración se extiende entre 1919 y 1933. Esta escuela, impulsora de las Artes Aplicadas, establece una visión innovadora de lo estético y lo funcional entre arquitectos, artistas y artesanos, lo que viene a revolucionar los parámetros académicos burgueses del arte de aquellos años.

Aparecen nuevos objetos producidos por la industria, en donde el arte y el diseño se vinculan con lo cotidiano. Además, los objetos se producen en diversos materiales. Sin embargo, en aquellos años el fundador de la Bauhaus, Walter Gropius, nos advertía en relación a los nuevos cambios sociales y de industrialización. Los manifiestos de Gropius evidencian su ideología en rechazo a la industrialización y una clara defensa de continuar con lo manual. Además, hace un llamado a romper con las jerarquías entre arquitectos, escultores y pintores. Es decir, una invitación a la unidad de todas las artes.

A pesar de lo expresado por Gropius, los ideales anti-industrialización, impregnados de socialismo, con el tiempo arrastraron irónicamente a una producción en masa. Esto debido al éxito de sus diseños. Se genera un nuevo movimiento llamado Arts and Craft, en reacción al Art Nouveau y al modernismo en general y su decoración extrema. El Arts and Craft es considerada la antesala de la Bauhaus alemana, *la cultura del pueblo y para el pueblo*.

La Bauhaus, como conformadora del campo disciplinar del Diseño, y en particular Alemania, poseen una mirada diferente a la de Gropius. Se buscaba otro tipo de vínculo con los procesos industriales. Se observaba como referencia a Inglaterra y ciertos movimientos artísticos producidos en Bélgica -Jugendstil o modernismo-. Es así que, como una forma de impulsar la economía y salir de la Crisis de entre-guerras, se reposiciona a Alemania como potencia industrial.

Este nuevo contexto, impulsor de la industria del arte, provoca ciertas reformas educativas. De esta manera, la formación de los artesanos se potencia como productores de objetos. Así, se produce la inclusión de talleres en escuelas de arte. Además, se introduce en la formación artística al artesano. Como consecuencia, se vuelve académica una práctica profesional. En otras palabras, las disciplinas proyectuales nacen sin un marco teórico, más bien se tiene una práctica como conocimiento. El desafío era pensar en un saber para un hacer.

Aparecen los talleres privados de producción artesanal. Estos entablan una buena relación con la industria y no en oposición a ella. Atrás quedaba la propuesta de William Morris, con su regreso a la artesanía, en una visión artística y sin el uso de las máquinas. Comienza un nuevo camino en el que se incluye a la producción industrial.

Durante este periodo la Bauhaus evidencia una búsqueda de identidad, con un nacionalismo creciente. Además, indaga en un lenguaje propio y una estrategia de Estado, de alianza entre el arte y la economía, a través de la incorporación de la estética -propia de la creación artesanal- en la producción industrial. De esta manera, era posible mejorar la situación económica del país como política de Estado.

En Alemania se producen movimientos filosóficos, culturales o contraculturales y reformadores, en que la guerra se comienza a ver como una oportunidad de cambio. Estas ideologías empiezan a afectar a la Bauhaus. Comienza un paulatino desplazamiento, desde las artes aplicadas, hacia el diseño, de la mano de la producción en masa.

En estos momentos Walter Gropius señala que en un proceso de construcción somos todos iguales. Es decir, no habría diferencias entre Arquitectura, escultura y pintura, acercando al artista al pueblo y desterrando las clases sociales.

No podemos olvidar que en paralelo y como consecuencia de la revolución industrial y la clase obrera de las ciudades, surge una nueva clase social. Esta exige una posición dentro de la sociedad, lo que se simboliza a través de la construcción de la catedral. Es ahí donde todos construyen y confluyen en conjunto, o de manera compartida, como un trabajo más interdisciplinario.

Más allá del trabajo interdisciplinar propuesto por Walter Gropius, se comienza a gestar la idea de especialidad o un desarrollo más específico para el *diseñador*. Se generan nuevos planes de estudios que buscaban un diseñador más integral, con mayor diversidad y especialidad de conocimientos. De hecho, se incorporan contenidos del campo de la arquitectura, la escultura, la pintura, entre otros. Atrás quedaba el especialista en una sola área que trabaja en conjunto con otros. En efecto, se formaba a un *diseñador* más completo o integral, y que fuera capaz de articular todas estas disciplinas.

La Bauhaus se transforma en un referente formal para el Diseño por su rol como cantera del funcionalismo. Aun cuando su foco está mucho más puesto en la forma que en los contenidos, igualmente existen otras referencias teóricas de gran impacto para la conformación del diseño en Latinoamérica. Este es el caso de la Hochschule für Gestaltung -HfG- o Escuela Superior de Diseño -HfG- de Ulm, creada en 1953 por iniciativa de Inge Scholl, Otl Aicher y Max Bill y cuyo cierre se produjo en 1968. Su influencia puede ser considerada como mayor que la de la Escuela Bauhaus; sin embargo, la Ulm fue lo que fue por

la existencia previa de esta. Más adelante profundizaremos en estos referentes de la Escuela Superior de Diseño -HfG- de Ulm.

Como hemos visto, los fundadores de la Bauhaus poseen una clara tendencia hacia las artes y la arquitectura. Esta tendencia queda de manifiesto a través de sus principales fundadores: Director Walter Gropius -arquitectura-, Maestros Johannes Itten -pintura-, Lionel Feininger -pintura- y Gerhard Marcks -escultura-. De este modo y a través de ellos, se define el perfil de la Bauhaus. Sus cursos formativos se centraban en la forma, el trabajo en taller, el dibujo de desnudo, el dibujo técnico y conferencias. Sin embargo, estas tendencias nacen sin un debate previo sobre el saber que se enseñaría; solo se sabía de la necesidad de transmitir un saber práctico, no observándose un gran trabajo de formación teórica.

Al aparecer los primeros planes de estudios, y con ello el proyecto didáctico de la Bauhaus, evidencian una tendencia a vincularse con la industria. Esta vinculación se daba a través de la venta de productos hechos por los estudiantes. Estas creaciones plasmaban nuevas líneas de producción. En ellas, las formas apelaban fuertemente a la geometría o a la pureza de la forma. Esto se daba de la mano del racionalismo naciente, a través del orden, la limpieza, lo predecible, etc., en respuesta al caos social. Así se gestaba una nueva propuesta de enseñanza. Se incorporan nuevos docentes, con capacidades individuales y formas particulares de concebir la enseñanza. La Bauhaus se transforma en la suma de estas particularidades, lo que dificulta la existencia de una propuesta sólida.

Aparecen nuevas ideologías que van rompiendo, de cierta forma, los pensamientos de Walter Gropius. Entre 1928-1930 el director de la Bauhaus es Hannes Meyer -arquitecto-. Las ideas de esta época eran producir industrialmente, de manera asequible al más amplio sector de la población. En este sentido se integran anónimamente los objetos en la vida diaria. Finalmente, entre 1930 y 1933, su director es Ludwig Mies van der Rohe -arquitecto-, momento en que la Bauhaus se convirtió en una escuela de arquitectura. Así, el eje de la propuesta -en construcción- estaba dominado por asignaturas técnico científicas. Se observa un proceso didáctico en la enseñanza impartida dentro de la Bauhaus que parte centrado en la forma, el hacer, la artesanía y el trabajo interdisciplinar, pero luego pasa a una formación más especializada en que los objetos se hacen accesibles al *pueblo*. Esto, a través de la industrialización y la incorporación de la técnica a los talleres. De este modo se desplaza hacia una formación más centrada en la arquitectura, con asignaturas técnico científicas.

La Bauhaus comienza a no poder dar respuesta al mejoramiento económico del país, que era la estrategia económica propuesta desde el Estado. A esto se suman posteriores problemas internos de la escuela debido a que la arquitectura se incorpora, generando rupturas y problemas de liderazgo. Es decir, dentro de la Bauhaus, los arquitectos son los únicos docentes considerados con una formación formal o en contextos académicos. Esto influye en los liderazgos de la escuela. Así, la propia formación de los arquitectos, les admite una mejor circulación entre lo particular y lo general. Esta habilidad admite ordenar y sistematizar de mejor forma las propuestas de enseñanza y planes de estudio. Sin embargo, este proceso se acompaña de dificultades económicas y políticas.

Como consecuencia, y a pesar de la presencia de la Bauhaus en diversos objetos de la vida cotidiana, la Escuela comienza a ser cuestionada. Se debate su vinculación con el comunismo, a través de sus docentes, la presencia de actores no alemanes, y por ser finalmente un lugar en el que se podía pensar y generar ideas contrarias al nacionalsocialismo de la época. Esto comienza a marcar el fin de la Bauhaus y su cierre definitivo en 1933, por orden del gobierno de Hitler. La Bauhaus deja como legado, sobre bases modernas, la unión de los artistas creadores con el mundo de la creación industrial. Así lo expresa la Asociación de Diseñadores Gráficos:

La experiencia de Bauhaus dio fin progresivamente, en el nivel educativo, a la concepción artesanal de la producción del diseñador, proveyó al mundo de un repertorio de formas nuevas obtenidas por procesos industriales, enfatizó el objetivo de responder a las necesidades reales de la sociedad y dio nacimiento institucional a nuestra profesión. (Asociación de Diseñadores Gráficos citada en Valdés de León, 2003, p.61)

Sin duda la Bauhaus dejó grandes aportes para el diseño. Pero, como ya mencionamos anteriormente, existen otras referencias teóricas que influyeron sobre la disciplina del Diseño. Es el caso de la fundación, en 1953 en la ciudad alemana de Úlm, de la Escuela Superior de Diseño de Ulm. Esta Escuela recoge de alguna manera lo aprendido de las experiencias del fascismo y del nacionalsocialismo, e impulsa a los jóvenes en la búsqueda de una mejor sociedad. Además, se transforma en un espacio de inserción al mundo productivo de post guerra. Es decir, un contexto en donde se deben de reconstruir ciudades con la búsqueda de un nuevo lenguaje y la conformación de un nuevo imaginario. Uno distinto al del nacionalsocialismo, que determinó fuertemente las líneas estéticas de la época.

Su primer rector fue Max Bill, un artista y arquitecto, además de exalumno de la Bauhaus. Su modelo pedagógico conjugaba el arte con las artes aplicadas y el diseño. La impronta de la HfG de Ulm era mucho más científica, como campo de relación al momento de enseñar. De alguna manera, pretendía pensar al diseño desde otro lugar, observando la dimensión ética del mismo.

En paralelo a los cambios pedagógicos, la industria necesita reconvertirse con una producción distinta al de las armas bélicas. Además, aparece la clase media en la sociedad, y la industria responde a las necesidades de esta clase social con nuevos objetos cotidianos. Se produce un impacto de los medios de comunicación masiva. Se requiere de una racionalización de los recursos y métodos de producción. Así aparecen los sistemas de prefabricación. En definitiva, surge la necesidad de activar el mercado y nace una gran producción de diversos objetos, optimizados en función y costos –como por ejemplo, el auto escarabajo Volkswagen-. En relación al campo disciplinar del diseño, ya en aquellos años existía una práctica instalada; sin embargo, aún no había una clara consolidación del campo disciplinar.

La escuela HfG de Ulm convoca a artistas y *diseñadores*, entendiéndose diseñadores más como una práctica que como una disciplina pues eran principalmente arquitectos. Esta convocatoria incluye a ex-Bauhaus. Es así que aparece una propuesta de proyecto pedagógico innovador con docentes como Inge Scholl, Otl Aicher y Max Bill, 1950-1953; Inge Scholl: 1953-1958; Inge Scholl, Max Guthier y Thorwald Risler, 1958-1963; Thorwald Risler, Walter Erbe y Hans Zumteig, 1963-1965; y Friedrich Rau, 1965-1968.

Algunas propuestas, como las de Max Bill, retoman ideas de la Bauhaus, de tal modo que integran la capacidad profesional, la formación cultural y la responsabilidad social. Es decir, se intenta aportar con productos de mejor eficacia para mejorar la calidad de vida. Otl Aicher, nos hablaba de retomar temas reales, volviendo a lo cotidiano, a la calle, a los hombres. En otras palabras, Aicher propina al mundo como proyecto. Así aporta con una propuesta más realista, con un concepto más actualizado del diseño y lo cotidiano. Se gesta un contra-arte. Posteriormente Max Bill y Otl Aiger ponen en crisis la relación arte-diseño. En este momento se observa una falta de definición en lo que es arte y diseño que genera fracturas dentro de la escuela. Mientras que Otl Aiger y Tomás Maldonado abogaban por el modelo racionalista triunfante. Esto es, una formación profesional orientada a la industria, con la inclusión de nuevas asignaturas científicas.

En 1956 llega a la rectoría Tomas Maldonado, segundo rector de la HfG de Ulm. Maldonado era pintor, diseñador industrial y teórico del diseño argentino. Este rector es quien modificó por completo la estructura original de Bill. De ahí que abolió los talleres artesanales para reorientar la educación; un vuelco hacia procesos científicos y tecnologías para la producción en masa. Es él quien trae, finalmente, el discurso de la HfG a Latinoamérica. En consecuencia, propone un modelo racionalista y que por lo tanto define los perfiles de varias carreras de Diseño en Latinoamérica. Tomas Maldonado se transforma en un gran referente para la enseñanza de un saber con una mayor carga teórica de la observada en la Bauhaus.

Se pone en crisis la relación teoría-práctica y se comienza a hacer necesario entender cómo se enseña el diseño -objetivizar el diseño y su proceso-. Un hito importante en este momento fue el Simposio de Portsmouth, donde se discute la metodología de diseño. El debate trasciende a cambios en la escala de los proyectos y la complejidad de los mismos. Además, se discuten dos posturas: 1) La del diseñador como caja negra de Max Bill. Es decir, que para diseñar se articulan estímulos del entorno y el acervo cultural. Así, se genera una respuesta al problema planteado. 2) La caja transparente de Otl Aiger y Tomás Maldonado, con un proceso de diseño más transparente y posible de ser controlado en cada etapa. Se buscan alternativas y soluciones. Además, es la proyección de un modo de pensar, más científico, para detectar falencias en el proceso.

En la enseñanza del diseño hoy, es muy posible considerar tanto el método de la caja negra como el de la caja transparente en una articulación constante para diseñar. Sin embargo, es a través del proyecto, con el método de caja transparente, que el docente dialoga con el estudiante. Esto con el objetivo de realizar intervenciones tempranas y reconocer los procesos individuales. Lo que resulta muy difícil de indagar a través del método de la caja negra. En este sentido, el alumno de diseño pone en palabras su proceso, ante lo cual el docente puede orientar la creación y la proyección del estudiante.

La HfG de Ulm busca una concepción teórica del diseño, y simultáneamente una producción vinculada con la industria. Esto genera una crisis interna que se vincula a contextos políticos y sociales adversos, y que decanta en las políticas académicas de la escuela. Paralelamente, nacen nuevas demandas por un diseño ambiental y por una vinculación entre diseño e investigación. Es así que la escuela de Ulm se vincula de manera

muy cercana a la industria, y la industria termina introduciéndose en la escuela y sus contenidos. Situación que requiere un distanciamiento.

En 1968 la HfG Ulm cierra sus puertas por problemas políticos. Su legado fue separar definitivamente la profesión de diseñador de la formación del artista. Pero además integró a la profesión en la industria y la tecnología, y desarrolló las primeras metodologías de diseño. Asimismo, incorpora la funcionalidad a la estética, presentando principalmente un mayor desarrollo en el diseño industrial. Adicionalmente a lo expuesto, Dorothea Hofmann nos propone la hipótesis que señala a la Bauhaus como heredera de la escuela suiza y no al revés. Así sostiene que es la Bauhaus quien toma de la escuela suiza los esquemas didácticos.

Hoy el diseño gráfico reconoce más fuertemente los aportes de Maldonado. Sin embargo, se nutre más del trabajo de la escuela suiza en general que de la Bauhaus en particular. Por otro lado y en relación a la actual enseñanza del diseño, Gui Bonsiepe, nos señala que:

En la actualidad muchas de las innovaciones de las escuelas en lo atinente a la enseñanza y los enfoques metodológicos y analíticos del diseño se han convertido en un conocimiento común y han sido absorbidos por la enseñanza de diseño y la práctica profesional (2007, p.22).

Del mismo modo, el rol que tienen las tradiciones con las lógicas institucionales -tanto en la disciplina, como en su enseñanza, dentro del sistema universitario- permiten acomodar las nuevas propuestas pedagógicas innovadoras en el seno de una lógica institucional. Sin embargo, tanto la Bauhaus como la HfG Ulm, se desarrollaron por fuera de un sistema universitario. Esto, de alguna manera, impidió una contención para las nuevas propuestas. Aunque la situación contextual de ambos momentos no ofrecía este marco como posible, ambas instituciones influyeron en este siglo sobre la enseñanza del diseño. Existieron otras referencias en la conformación de la disciplina del Diseño, como el caso de Estados Unidos, en Nueva York, con la Escuela de Diseño Parsons –fundada en 1896-, que tuvo una mayor influencia en el plano profesional que en la enseñanza del diseño. Sobre todo en Latinoamérica, que observó mucho más a Europa como referencia.

En relación a los contextos latinoamericanos, es importante señalar que los programas de gobierno de estos países, en su afán de intentar entrar en los mercados internacionales a través de la elaboración de productos manufacturados, abren una puerta directa a la institucionalización del diseño. Así, esta disciplina es entendida como una actividad profesional necesaria para el progreso social y económico de la región, tal como lo señalan

Álvarez y Morales. En este sentido, estos autores mencionan algunos hitos importantes acontecidos en Latinoamérica y relacionados a la institucionalización del diseño:

En 1949 Tomás Maldonado publicó en Buenos Aires el texto “Diseño Industrial y sociedad” y, a partir de la década del cincuenta, en Brasil se adoptó el término “Design” para denominar a la actividad, mientras el Instituto de Arte Contemporáneo de São Paulo, entre 1950 y 1953, impartía los primeros cursos de diseño. En el mismo ciclo, en 1952 se producía en Uruguay la fundación del pionero Instituto de Diseño de la Universidad de la República. Asimismo, la visita a Chile del ex profesor de la Bauhaus Josef Albers en 1953 dio pie, seis años más tarde, a la apertura de los talleres preliminares de Diseño Básico en la Escuela de Bellas Artes de la Pontificia Universidad Católica de Chile (Álvarez y Morales, 2015, p.61)

Finalmente, como una forma de extrapolar la conformación disciplinar en Chile, tomamos a Jocelyn-Holt (2014). Este autor señala cinco hitos o momentos claves de la historia del diseño en Chile: 1) Transición del siglo XIX al XX, a través de la *generación del Centenario*, quienes comienzan a cuestionar y a marcar un antes y un después, en un intento de corregir lo anterior, diagnosticando los problemas sociales. No proponen nuevos diseños, pero constatan el problema y abren otras perspectivas, dejando atrás lo antiguo para poder avanzar. Es lo que el autor llama la *generación del desencanto y de la crítica*; 2) Un segundo momento se encuentra *marcado por las ideologías y vanguardias*. Es decir, surgen escuelas de pensamiento y praxis orientadas a las diferencias del socialismo, el nacionalismo, el militarismo, el socialcristianismo y el fascismo. En lo cultural destacamos el criollismo y modernismo literario y el modernismo plástico, arquitectónico y decorativo. Además, lo artístico y cultural seguía siendo ecléctico; 3) Surge el Estado gestor y planificador. Así se concreta la educación, que marca a la sociedad, la economía y a la cultura. El país se industrializa y su cultura adquiere una nueva fisonomía, mientras que la universidad pasa a ser un servicio estatal; 4) *los inicios de nuestra sociedad contemporáneamente revolucionada*. Se abren nuevos partidos políticos de masas con otros liderazgos populistas y opciones democráticas. De esta manera, en el año 1970 llega al poder la Unidad Popular. Por su parte, el diseño transita a una imagen nueva, con carteles que proponen una estética revolucionaria, con un efecto didáctico tanto en fines políticos como mercantiles; y por último 5) *El mercado* “como catálogo de múltiples ofertas de consumo progresivamente virtuales, es decir, tanto más reales que la realidad misma” (Jocelyn-Holt, 2014, p.13).

El diseño en Chile se conforma, al igual que en Europa, signado por aspectos políticos y sociales. Sin embargo, se consolida por su sello mercantil, situación que hoy, como único objetivo, es al menos cuestionada y debatida (Álvarez, 2004).

2.1.2. La consolidación disciplinar: su investigación, métodos, lenguajes y discursos

En el año 2006, a raíz de los 40 años de fundación de la *Design Research Society* DRS, Sociedad de Investigación en Diseño, se inicia una reflexión sobre los primeros cuarenta años de investigación sobre el diseño. Esta sociedad surge como producto de la Conferencia sobre los Métodos de Diseño, realizada en Londres en 1962. Este hito marca el inicio de la Metodología del Diseño, como campo propio para indagar (Cross, 2007).

En el Reino Unido, una serie de conferencias en la década de los 60, permitieron este movimiento. Este es el caso de *The Design Methods*, en Birminham en 1965, y *Design Methods in Architecture*, en Portsmouth en 1967. Estos nuevos métodos de diseño, se sustentaron en los métodos científicos derivados del contexto de la segunda guerra mundial. Es así que se desarrollan métodos propios de la investigación operativa y las técnicas de toma de decisión -las teorías del Management- y el desarrollo de las técnicas creativas de los 50 -propias de los EEUU-.

Se inicia la resolución de problemas a través de los programas de computadora y aparecen los primeros libros sobre metodología del diseño: Asimos, 1962; Alexander, 1964; Archer, 1965; Jones, 1970; y el primer libro sobre creatividad, por Gordon, 1961; y Osborn, 1963.

Para Bruce Archer el cambio en las ideas del diseño se da por la utilización de los métodos sistemáticos de resolución de problemas, derivados de las técnicas computacionales y de las teorías del Management, cambiando la definición, los procesos de formulación de los problemas y las soluciones de diseño (Cross, 2007).

Por su parte, Simon (1969) establece que la *ciencia del diseño* debería ser el cuerpo del pensamiento intelectual, analítico, parcialmente formalizable y parcialmente empírico, como una doctrina enseñable. Su pensamiento coincidía con el deseo de los años 60. Sin embargo en los 70, estas metodologías fueron rechazadas por investigadores pioneros en la disciplina, como Christopher Alexander y Christopher Jones, en rechazo a los marcos lógicos o metodologías de diseño. Este rechazo se justifica en parte por el clima social y cultural de finales de los 60, la revolución del campo, el nuevo humanismo liberal, y el rechazo a los valores de la década pasada (Cross, 2007).

Así, en Europa y EEUU, entre los 60 y principios de los 70, la investigación en diseño, avanza hacia la *enseñanza* del Diseño, a partir de los aportes de la escuela en HfG en Ulm,

Alemania, y de grupos de académicos y realizadores, en relación al método de diseño (González Tobón, 2012).

A pesar de lo ya expresado, hubo quienes destacaron la escasa utilidad de los *métodos científicos* de diseño. Tal es el caso de Horst Rittel y Melvin Webber, quienes caracterizaron a los problemas de la planificación y el diseño como mal formulados *-wicked problems* o problemas complejos-, fundamentalmente inabordables con las técnicas de la ciencia o de la ingeniería en esos momentos (Cross, 2007).

Rittel de alguna manera salva a los métodos de los 60, indicando que estos fueron la primera generación de métodos, dando inicio a una nueva o segunda generación. Así mismo para González Tobón (2012), la década del 60 se considera como una primera etapa del proceso del diseño como ciencia. Esto permitió dejar de criticar lo que ya había *-aplicación de métodos científicos, racionales y sistemáticos-* para comenzar a trabajar en métodos nuevos, alejados de la optimización y de la omnipotencia del diseñador *-especialmente por los wicked problems-*. De esta forma, se pasa al estudio de las soluciones apropiadas y una modalidad argumentativa sobre los procesos de participación. En este punto, diseñadores y clientes trabajan sobre sus propios problemas *-clientes, consumidores, usuarios, la comunidad, entre otras-*.

Sin embargo, el cambio fue más relevante para la Arquitectura que para la ingeniería y el diseño industrial, que siguió desarrollando sus metodologías en diferentes direcciones. En el caso de la metodología de diseño en ingeniería, esta se desarrolló fuertemente en los años 80, a través de una serie de conferencias internacionales sobre ingeniería ICED, destacándose Alemania y Japón. Aparecen libros sobre métodos y metodologías de diseño en Ingeniería: Cross, 1982; Hubka, 1982; Pahl y Beitz, 1984; French, 1985; y Pugh, 1991.

Se debe destacar que Estados Unidos aportó con teorías del diseño y metodologías, con publicaciones como *Design Methods Group* y la continuidad de la serie de conferencias de la Asociación de Investigación en Diseño Ambiental, EDRA. Por otro lado, la National Science Foundation promovió aportes a la teoría del diseño y la metodología, y a fines de los 80, la American Society of Mechanical Engineers *-ASME-* desarrolló una serie de conferencias sobre teoría del diseño y metodología (Cross, 2007).

Complementando lo expuesto, González Tobón advierte que el origen de la investigación en diseño se da en “las carreras de ingeniería en Estados Unidos y Europa, en donde el diseño se estableció como área aceptada de la investigación dentro de la ingeniería” (2012, p. 164).

Es importante destacar que en Londres, en el año 1973, se lleva a cabo la Conferencia de Actividad de Diseño Internacional, desde donde se abre la mirada de la investigación en diseño a una impronta propia, desvinculándose de las técnicas utilizadas por la ciencia y la ingeniería. Así se forjan los primeros cimientos de una identidad propia como disciplina (González Tobón, 2012).

Una vez pasados los años 70 y 80, la investigación sobre el diseño se comienza a consolidar y su relación con la ciencia se indaga en la Conferencia “*Design: Science: Method's*” en 1980. Durante esos años, se revisan antiguas y nuevas metodologías, marcándose un gran desarrollo con las primeras revistas de investigación en diseño, las cuales corresponden a publicaciones de lengua inglesa, tales como *DRS* o *Diseño Racional Sistémico*, que dio lugar a la aparición de *Design Studies* en 1979, o *Design Issues* que apareció en 1984, y *Research in Engineering Design* en 1989. En el campo arquitectónico aparecen libros con énfasis en el conocimiento en diseño: “*Lawson, How Designers Think*”, 1980 y en el de “*Rowe, Design Thinking*”, 1987.

Ya para 1980 el diseño se establece como disciplina coherente de estudio basada en sus propios objetos, abordajes y conocimientos, publicándose en el primer número de la revista *Design Studies*, artículos relacionados con el *diseño como disciplina*.

Un año antes, en 1979, Bruce Archer indica lo particular y potente del Diseño para pensar y comunicar, a diferencia del pensamiento académico y científico. Además, destaca lo particular de los métodos de investigación propios de esta disciplina. Por su parte, Cross (1982) complementa estas ideas indicando la necesidad de una manera de generar conocimiento propia del diseño: *Designerly ways of knowing*.

Luego, Donald Schön publica su libro “*The reflective practitioner*”, donde busca establecer una “epistemología de la práctica” en los procesos creativos, incluyendo al diseño e indicando que los profesionales operan sobre situaciones de incertidumbre, inestabilidad, singularidad y valores en conflicto. Estudiar al diseño como disciplina significa estudiarlo en sus propios términos, con su propia cultura y basado en la práctica reflexiva del diseño.

Desde 1980 en adelante el diseño se desarrolla más fuertemente en investigación, expandiéndose en los 90 hasta hoy. Aparecen nuevas revistas como *The Design Journal*, *The Journal of Design Research*; y *CoDesign*. Igualmente crecen las conferencias, no solo relacionadas con DRS, sino que además con el *pensamiento sobre diseño* o *Design Thinking*; *educación doctoral en diseño*; *diseño y emoción*, etc. (Cross, 2007; González Tobón, 2012).

Hoy la investigación en diseño está desarrollada a escala global, con integración de las distintas asociaciones internacionales que lo estudian (Cross, 2007). González Tobón nos advierte sobre tres momentos para el diseño como ciencia: “El diseño científico, El diseño de ciencia y Una ciencia de diseñar” (2012, p.167). De esta forma vincula al diseño y la ciencia en complemento. Es más; para el autor, el diseño en sí mismo se debe calificar como ciencia, aun cuando esta afirmación genera posiciones encontradas con investigadores que ven al diseño como una actividad no científica.

Así mismo, Sánchez nos advierte que al observar al diseño desde un ángulo académico o científico “se conocen pocas metodologías sistemáticas, instituidas y neutrales” (2012, p.29). El autor marca el acento en la escasez de metodologías, pero sobre todo en su poca rigurosidad o sistematización, marcando el acento en la debilidad teórica o en una investigación insuficiente en sus aportes disciplinares.

Estos avances, tanto en metodologías como en investigaciones orientadas a diversas temáticas, han permitido que el diseño, como disciplina, forme un cuerpo de conocimientos propio. Sin embargo, su conformación aún es muy nueva y carece de una teoría extensa. Esta situación ha impedido una rápida y contundente actualización conceptual, con nuevos referentes y tendencias. Carencia que la diferencia del resto de las disciplinas y evidencia dificultades en su comprensión y unificación (González Tobón, 2012).

Más allá de sus carencias teóricas, podemos afirmar que la disciplina ha construido un discurso disciplinar o una identidad discursiva que intenta identificarla, comprenderla y unificarla. Este discurso es una conjunción de imaginarios o aspectos que nacen desde la academia -investigación en diseño-, la formación educativa -enseñanza universitaria, congresos, entre otros- y la profesión -experiencias laborales-. De esta tricotomía surgen los cimientos que permiten ir conformando discursos, identidad o perfil de un diseñador gráfico (Ramírez y Flores, 2016).

Su identidad discursiva y la propia formación de un discurso disciplinar se inscriben en las coyunturas socioculturales y los aparatos hegemónicos jerarquizados que se van plasmando en diferentes periodos históricos. Además implica la formación ideológica, social y cultural. Entendemos esta formación ideológica y sus lógicas como cruciales al momento de intentar comprender los discursos disciplinares. En este sentido Flores, nos señala al respecto que:

La formación ideológica corresponde a la superestructura legal y política vigente en el sistema social al que el sujeto pertenece, que es coercitiva sobre él; y también se remite a las ideas, creencias, etc., que posee el individuo que hacen legítimas las relaciones sociales, por medio de diversos mecanismos, uno de los cuales es la formación discursiva (2008, p.251).

Así mismo, Haroche, Henry y Pêcheux, refieren a la formación social. En este caso su determinación se da o es influida por la “estructura económica con sus modos de producción, y el conjunto de relaciones que le son propias que influye en el individuo” (1971, p.251). En consecuencia, entendemos que tanto la formación ideológica, social y también la social condicionan los discursos de la disciplina, así como sus praxis y formas de desarrollo.

Desde el campo educativo, el discurso de la disciplina en términos generales se ha orientado “a la práctica o trabajo del diseñador gráfico y su necesidad de adaptación” (Ramírez y Flores, 2016, p.31). Así, este profesional trasciende más allá que un desarrollador de ideas concretadas en una imagen, para ser entendido como un moderador de variadas habilidades cognitivas en constante aprendizaje y adaptación a la sociedad y sus necesidades y cambios.

Tornan valor los contextos y los factores cognitivos, así como los culturales y económicos, entre otros, los cuales denotan la importancia de estudiar y prepararse, además de enfatizar el desarrollo de técnicas para el diseño. Adicionalmente, los discursos actuales tienden a buscar un equilibrio entre conocimiento y práctica, que entregue las herramientas para desarrollarse en la cultura contemporánea. Igualmente adquiere importancia la investigación en diseño, abriendo un frontis que, más allá de observar, perseguir o adaptarse a la actividad profesional, anticipa nuevos escenarios.

Sin embargo, la enseñanza del diseño y su propia conformación han sido orientadas desde el desarrollo de las estructuras económicas imperantes y las de producción. En este escenario, la diseñadora industrial Viviana Polo señala que estos profesionales terminan

coartando sus contribuciones creativas en pos de la apariencia del producto, como exigencia de una sociedad mercantilista, donde lo producido se transforma en mercancía: “Por eso, educamos así, en y por la eficiencia del producto, en y por las premisas interesadas del mercado” (Polo, 2012, p.112).

En relación a los programas formativos, Polo destaca una sumatoria de saberes, enfoques, didácticas y esfuerzos particulares. La autora señala que esta situación pone en tensión a los estudiantes o *seres-sujetos de la formación*, además de dispersar esfuerzos y dificultar “la coherencia y complementariedad de ese ansiado conocimiento integral” (2012, p.113).

En relación al discurso proveniente del campo académico, destacamos algunas características o aptitudes deseables para el diseñador gráfico: 1) el lado *humanista* o de responsabilidad social; 2) el lado *cultural e investigativo* o un pensamiento crítico y analítico; 3) la *práctica profesional*, donde se planifica, dirige y construye; y 4) el *trabajo multidisciplinario* y en redes colaborativas (Ramírez y Flores, 2016). Así mismo, Mafla (2011) nos habla del perfil del diseñador como un transformador de la sociedad y de la forma en que el ser humano se ve a sí mismo, porque además de generar objetos, artefactos y experiencias, también crea ambientes que influyen en nuestros sentidos.

En general los programas de diseño, de alguna manera, se han enlazado con aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, ligados a distintos periodos de nuestra sociedad. Es decir, la propia configuración de estos programa se ha concretado en un periodo determinado por características que van permeando la formación disciplinar y sus discursos. Así, en perspectiva, el reto está en lograr nuevos horizontes con otros objetos y materiales como una manera de responder a la funcionalidad, esteticidad y economía, además de una orientación más ecológica y preocupada del ser humano (Pimentel, 2009).

La formación del diseñador gráfico y estas nuevas miradas nos proyectan a escenarios o contextos más amplios, sobre todo en como el diseñador se relaciona con los materiales, la utilización de los recursos, el reciclaje, el despilfarro, entre otras preocupaciones actuales. En otras palabras, involucra establecer “las bases para una mayor sensibilización de cara a una relación recíproca entre hombre y medio ambiente, entre entorno natural y artificial, entre pasado y presente, tradición e innovación, entre identidad cultural y objetivos globales” (Pimentel, 2009, p. 82).

Ramírez y Flores (2016), señalan la importancia de un diseñador que no solo domine las técnica y prácticas del diseño, sino que además adquiriera métodos y conceptos de otras áreas “como sociología, psicología, ciencias de la educación, economía, administración y marketing; y por supuesto la ética profesional y los valores democráticos de la sociedad” (Ramírez y Flores, 2016, p.32).

Finalmente desde el campo laboral o profesional, vemos al diseñador como un reproductor de ideas, un seguidor de tendencias y en muchas ocasiones un utilizador de plantillas preestablecidas. La situación laboral, que se entiende en la lógica acelerada de los tiempos modernos, comienza a generar pérdida creativa o diseños muy semejantes. Estos discursos profesionales se orientan principalmente a la manera de trabajar de los diseñadores y el tipo de pensamiento. Desde ahí se desprende un diseño que se despoja de su identidad, un seguimiento a tendencias internacionales, con pérdida de un estilo nacional influenciado por estilos europeos o suizos (Ramírez y Flores, 2016).

Siguiendo con los discursos que se desprenden del campo laboral, Ramírez y Flores (2016) indican como necesario para el diseñador, la reflexión crítica, involucrándose en este proceso con su sociedad y cultura. Así mismo señalan la importancia de que el diseñador participe no solo críticamente, sino que se involucre directamente en la conformación de identidad y resguardo del patrimonio. Así se proponen cuatro ejes cruciales de un diseñador: “sociedad, cultura, identidad y patrimonio” (2016, p.30).

Es crucial que un diseñador comprenda a la sociedad, incluso para hacer frente a las tendencias de un diseño mercantil. Destacamos el acento que se pone en aspectos o capacidades de relevancia en todo diseñador y que van más allá de la sola observación, es decir: analizar, criticar y escribir. Lo que Becas (2014) refuerza señalando la importancia de “tener opinión crítica respecto al mundo” (Citado en Andueza, 2013, s.p) y el diseñador Álvaro Arteaga denomina “observar al mismo con una visión desprejuiciada y virgen” (Arteaga citado en León, 2019). Además, el diseñador debe amar su trabajo y desarrollar su propio estilo para comunicar y vender, como señala el diseñador Fernando Cartes (*DisUP*, 2014). En síntesis, se destaca la capacidad de reflexionar críticamente en contextos, y la manera particular y creativa de ver el mundo, para dar paso a la innovación con identidad y estilos propios.

Finalmente, para comprender al diseño gráfico como discurso es preciso poder ahondar, aunque sea de manera breve, en lo que se diseña o en los artefactos del diseño. Estos resultados visibles, como imágenes, son consideradas narraciones y textos visuales, pues engloban una serie de signos que finalmente se conjugan en un sentido preestablecido. Lo diseñado trae un mensaje que integra distintos códigos, como tipográfico, fotográfico, cromático y morfológicos -elementos de identidad-. “Todo esto despliega conceptualmente alguno de los discursos del diseño gráfico: publicitario, propagandístico, educativo, informativo, ornamental, etc.” (Vilchis, s.f).

De esta forma lo que se diseña, se transforma en una manifestación que engloba una serie de elementos, fenómenos, lenguajes y códigos, además de procesos de conceptualización y materialización. El diseñador, por tanto, realizará ciertas acciones o actos para poder concretar *lo diseñado*. Así, percibe, representa, comunica y tiene una intensión que concreta a través de la semiosis. En consecuencia los mensajes se materializan a través de los diseños, al momento de sistematizar y organizar los distintos códigos visuales, generando discursos jerarquizados que permiten la semiótica, la retórica y la hermenéutica (Vilchis, s.f).

Por otro lado en la materialización del discurso visual, encontramos una serie de mensajes con el objetivo de convencer a un público determinado, no solo a la compra y el consumo, sino que también para informar, educar, orientar, comunicar, persuadir, entre otras. Así lo diseñado tendrá no solo aspectos estéticos, sino que una planificación y procesos intelectuales, desde los propios descubrimientos y hasta la evaluación. Además, se destacan por su carácter heurístico y humanista, este último justificado en una clara intención de mejorar la calidad de vida del ser humano, en un proceso que incluye la conceptualización, la composición y la expresión.

Para terminar, basándonos en Kuhn (2004) diremos que el diseño devela una serie de discursos y en ocasiones debilidades en sus métodos, que desde la perspectiva del autor podrían considerarse síntomas de un período de crisis paradigmática. Como ejemplo de las distintas posturas que surgen en la posmodernidad, Rodríguez (2018) identifica al Diseño como signo, al diseño emocional, a la gestión del diseño y al diseño estratégico. Discursos que surgen en el abandono de los principios del movimiento moderno.

2.1.3. La identificación: su saber, su ser y su hacer, más de una identidad

El diseño se conforma entre la artesanía, el arte, la arquitectura, la industria, la tecnología, la comunicación, el consumo, los públicos o usuarios, por mencionar algunas. Esta diversidad en su conformación ha permitido variadas identidades para la disciplina, las que se desarrollan y potencian en un contexto social y cultural específico. Así el diseño, a través de sus artefactos, se transforma en un espejo de la sociedad, la cultura y sus cambios, mientras simultáneamente revela sus propios caminos, ideologías, mensajes, discursos e identidades. Justamente, Kopp nos señala que “las variantes responsables del surgimiento y crecimiento de la mutación de las identidades en el diseño gráfico están relacionadas con la sociedad contemporánea, exponiendo al diseño gráfico cambiante como una de sus fases” (2011, p.22).

Los nuevos escenarios locales y globales, han permitido la reflexión entre académicos, investigadores y profesionales del diseño. Esta discusión ha desembocado en una recomposición del perfil del diseñador y en un nuevo o más amplio desempeño profesional. Así lo expresa Rodríguez, cuando señala que:

Ante las nuevas condiciones, los conocimientos tradicionales necesarios para configurar las formas no son suficientes. En el ámbito de la docencia, una de las medidas frente a esta situación es incluir nuevas asignaturas dentro del currículum de estudios, que a la larga llevan forzosamente a la necesidad de volver a analizar los perfiles de egreso, con lo que se abre el campo a discusiones fundamentales como, por ejemplo, cuáles son en esencia los conocimientos y habilidades que distinguen a los diseñadores (2014, p. 87)

Esta reflexión que observa al diseñador desde sus perfiles y desempeños profesionales, permite la observación de la disciplina a partir de una perspectiva nueva o al menos, desde una mirada que cuestiona los límites ya propuestos para el diseño, tanto a nivel nacional como internacional.

Por su parte, Soliz (2012) propone dos posturas sobre el concepto de diseño: *el buen diseño* y *el nuevo diseño*, pero ambas posturas las considera como *diseño ideal*. Es decir, lo que debería ser. En el caso del primero, el diseño se clasifica como comunicación. En otras palabras como un servicio social y no ornamental. Dicho en otros términos –funcional- o sea la comunicación es la función del diseño gráfico. Mientras que en la mirada del *nuevo diseño* destacan lo estético y ornamental, es decir, busca la belleza. A ambas posturas se las opone intentando delimitar a la disciplina, como comunicación, arte o función social.

Permitirse conocer la manera en que se cristaliza el sentido común de una práctica a través de las diferentes posturas o enfoques que nos grafican la construcción de la historia del diseño, es el punto de partida en el estudio de este campo. En este sentido, el diseño en los últimos años, ha logrado plasmar su historia. Esto, a través de un aumento en las investigaciones históricas y una diversificación de las temáticas expresadas en publicaciones, congresos, teorías, críticas y postgrados. Se destaca América latina, con un aumento que permite dibujar *un continente temático* (Devalle y Chalkho, 2013).

Este esparcimiento permite pensar a los diseños como disciplinas autónomas, constituyéndose en otros saberes y siendo reconocidas por la sociedad. Asimismo, las investigaciones lo interrogan sobre su especificidad, atentando sobre su proceso de consolidación como disciplina. En este sentido el dilema está en cómo afrontar al diseño. Por un lado, como un saber homogéneo con un canon propio. Mientras, por otro lado se afronta como un campo plural, para luego responder a sus especificidades y a los problemas que construye, aborda o soluciona. Esto con respuestas desde la epistemología, la teoría crítica, la historia e incluso en los estudios de caso. La investigación refleja diferentes límites y la especificidad de su objeto, con historias regionales singulares, que permiten redefinir lo que en cada sitio se entiende por diseño y por diseños (Devalle y Chalkho, 2013).

La postura de que el diseño construye un mundo artificial viene de los Estados Unidos y es producto, en principio, del florecimiento de la manufactura y de las sociedades de masas. Hoy esta concepción se ha ampliado hasta cubrir toda la cultura material y visual, mientras que en ciertos lugares de Europa prevalece la idea de un diseño segmentado antes que genérico: diseño de interiores, producto, gráfico, textil, indumentaria, entre otros. Cada segmento posee su periodo y no se pretende unificar (Devalle y Chalkho, 2013).

El nivel de rigurosidad en el tratamiento histórico, se logra por las investigaciones en historia y teoría de los diseños. Estas se dirigen a prevalecer rasgos vernáculos y nuevas periodicidades, centrándose en aspectos particulares de cada historia, con argumentos socioculturales que permiten evidenciar los objetos, las trayectorias y prácticas del diseño, aunque no necesariamente extrapolable a otros escenarios -los procesos primordiales en Europa no lo fueron en América-. Por ejemplo, el concepto de Crafts en Europa se asocia a *lo industrialista y masivo* y se vincula a las Escuelas de Artes y Oficios, mientras que en español se refiere a *artesanía* (Devalle y Chalkho, 2013).

El *diseño moderno* se inicia entre la primera y segunda guerra mundial y se caracteriza por entender a la cultura material que no se adhiere ni a regiones, ni a historia ni sociedades. En este sentido, las tipologías respondían a una necesidad universal, entendiendo a lo humano desde una naturaleza común. Los primeros discursos de esta época se orientaban a resolver necesidades urgentes de aquellos tiempos, pero de una forma muy diferente a los otros saberes -presupuestos ideológicos de la sociología o la antropología-. Es decir, mientras las ciencias sociales problematizan el espacio social -conflictos, fisuras, etc.- los diseños se apropiaron la misión de solucionarlos. En otras palabras, las ciencias sociales construyen su problema -el problema como punto de partida-, mientras que el diseño ve en el problema una oportunidad para aportar una solución. Esta postura, determina las ideologías en “el hacer” del diseño, con ecos hasta la actualidad (Devalle y Chalkho, 2013).

En Europa, más específicamente en Alemania, se articula la industria y producción masiva de objetos. Esta situación decanta en la pérdida de la antigua función de “pertenencia de clase y de un estilo de época” (Devalle y Chalkho, 2013, p.11). Así, comienza una orientación hacia las necesidades de la población, con una clara influencia de la Bauhaus que, además, cuestionaba el carácter normativo, purista y universalizante –concepción única de diseño-. Esta nueva forma de construir y proyectar artefactos cotidianos, redefine a la cultura material a través de la intervención humana en el hábitat y organización del futuro. La tecnología y su evolución también influyeron. Así, la producción de objetos debía atender a las necesidades sociales y tipológicas, junto a las propias como objeto, o en palabras del arquitecto Alejandro Crispiani: “operar como transformadores del mundo” (Devalle y Chalkho, 2013, p.11).

Los exiliados provenientes de Europa traen el discurso vanguardista a América Latina, principalmente a Río de Janeiro, San Pablo, México, Santiago de Chile, Montevideo y Buenos Aires. Se genera así una nueva red de discursos vanguardista y se renueva la dinámica del campo cultural local, principalmente artístico. Sin embargo, la realidad latinoamericana era diferente, y la producción de objetos cotidianos estimulada por la industria fue una utopía que, no obstante, sienta las bases del dominio proyectual en un discurso europeo en contexto latinoamericano. Esto se transformó en un obstáculo para reconocer su legitimidad conceptual para el diseño porque el proceso de desarrollo de la industria era diametralmente distinto -en desarrollo-. Además, el discurso normativo

sentenciaba lo que era y no era diseño. Esta sentencia se transporta a la teoría e historia de los diseños, que incluye y excluye casos y trayectorias.

Se reclama una apertura plural para la historia del diseño y se critica así a la *historia oficial* que predominantemente no consideraba otras historias, las que debían incluirse con nuevos repertorios de piezas, biografías y trayectorias.

Así es que ingresa la artesanía, exigiendo un espacio en las historias de los diseños. Estos cuestionamientos e impugnaciones a la *historia oficial*, reconocen la manipulación de ideas en la labor historiográfica, visibilizando *historias dominantes*. Sin embargo, el debate sobre el contenido olvida el debate sobre la legitimidad del recorte historiográfico y las formas de construirlo, ya sea “dentro de una historia cultural de los diseños, de una historia social, sociopolítica o incluso económica” (Devalle y Chalkho, 2013, p.13).

La historia del diseño va más allá de un conjunto de artefactos o piezas producidas - carácter social, discursivo, significación, etc.-. Es decir, registra conceptos de una época, sus escritos, sus actores, sus universidades e instituciones, etc. que en conjunto y sobre una lectura social, nos indican qué es y qué no es diseño. En definitiva, la construcción del diseño como saber se entrelaza con razones culturales, políticas, industriales, económicas y artísticas, como con razones de la propia disciplina. Para América latina, los legados proceden desde la publicidad, las artes gráficas y los talleres de oficios, lo que de alguna manera evidencia su relato polifónico.

Basándonos en Devalle y Chalkho (2013), podemos ver que son varios los autores que aportan a la historización del Diseño Gráfico en el continente. En este sentido, Ricardo Blanco contribuye con relatos en primera persona que darían nacimiento al diseño industrial, vinculando objetos y entramados culturales. Este autor pone en valor el rol del diseñador para la historia del diseño. Juan Camilo Buitrago Trujillo y Marcos da Costa Braga, nos plantean una paradoja en la ruta histórica del Diseño, donde la Arquitectura Moderna y el Diseño industrial, en principio desafían las ideas de las Bellas Artes y “la elaboración artesanal de objetos de lujo para la burguesía” (Devalle y Chalkho, 2013, p.14). Pero al consolidarse, el diseño industrial termina operando eficazmente en la producción capitalista, y luego funcional al consumismo

La institucionalización del diseño como disciplina se da a través de sus universidades. En este sentido, Martín Carranza, nos advierte sobre lo anticipado de la inclusión de las carreras

artísticas a este medio. Además, se refiere a la incorporación en la didáctica de elementos modernos, que permiten surgir a las carreras de Diseño Industrial y Diseño en Comunicación Visual. Situación que se cruza con movimientos políticos y económicos del país, así como con los esfuerzos industrializadores de los años 50 y 60.

Por su parte, Verónica Joly aporta desde la carrera de Diseño de Indumentaria hacia 1988, vinculando a la Universidad, el Diseño y el cambio cultural. Así visibiliza el pasaje del oficio al diseño, luego de la censura de la dictadura y tomando como modelo de expansión a la arquitectura moderna y la Bauhaus -objetos al alcance de todas las clases-.

Por otro lado, Cecilia Mazzeo, desde la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires propone la institucionalización disciplinar del Diseño Gráfico y, con ello, un cambio progresivo en los cargos más altos de la enseñanza, reemplazando a Arquitectos por Diseñadores gráficos. Esta investigadora visualiza una cierta afinidad entre el Diseño Gráfico y Comunicación y la apertura a otros discursos más allá de la proyectualidad (Devalle y Chalkho, 2013, p.15).

Finalmente como referencia internacional en *Design Studies* y pionero en el campo, está Victor Margolin, co-fundador y co-editor de la revista *Design Issue*, quien se aventura en una posible historia del diseño mundial.

2.1.4. Sus nuevos límites: El diseño gráfico como operador y gestor cultural

En un intento de demarcar los nuevos límites disciplinares o sus espacios de intervención, es que tomamos a Ledesma (2003) y su visión del diseño gráfico como operador y gestor cultural además de una voz pública. Dicho esto, la autora nos plantea la intervención pública a partir de la profesión del diseño gráfico como una práctica cultural con carácter comunicacional. En este horizonte su defensa del diseño gráfico está en verlo como agente de cambio social, a su vez que lo reconoce como lujoso, nacido de la profesionalización y el privilegio. El diseño está por todas partes, se expresa mediante distintos medios -calle, revistas, TV, etc.- y el diseñador presta sus servicios a diversas áreas: política, religiosa, educativa, empresarial, etc. A causa de ello nos enfrenta a conceptos de parejas riesgosas: arte/ comunicación; diseño/ diseñador; diseño/ proyecto; teoría/ pedagogía.

El diseño se relaciona conflictivamente con la comunicación contemporánea, en donde la sociedad de la comunicación es la sociedad del individualismo. En este sentido es pertinente la reflexión sobre la forma en que el diseño gráfico se expresa en la era del individualismo.

Ledesma (2003) hace un recorrido por algunas definiciones de diseño a partir del siglo XVI e indica sus raíces en el diseño arquitectónico, nutriéndose de las artes aplicadas para luego adherirse a un objeto de consumo. Así, la autora lo asocia a la producción e interpretación de mensajes -comunicación visual-, siendo el diseño gráfico el lugar donde cohabitan la técnica y la estética. Nos advierte sobre no situar al diseño como sinónimo de comunicación, sin pensar en la *sociedad de la comunicación*, situación que impediría dar el salto entre un diseñador gráfico técnico y un operador cultural.

Para la autora, los orígenes de la especialización pasan por dos movimientos opuestos: contribuir en la construcción del objeto de consumo y la oposición a la producción en serie. De esta manera la producción del diseño se transforma en un opositor a la producción industrial. El diseñador se plantea como conciencia del mundo; en un mundo donde consumen los pobres y producen los ricos, porque sólo ellos pueden pagar los costos del diseño.

El diseñador entra en la empresa y el producto y el diseño en la economía capitalista. Por tanto la relación entre comunicación y diseño viene del campo económico del marketing, pero también de la comunicación, como dominio específico. Así se otorga al diseño la teoría que permite el *lenguaje visual* y lo que permite su relación.

La autora observa al diseño como un institucionalizador de conductas, configurador de identidades, de expresión de imaginarios políticos, entre otras. En otras palabras, Ledesma (2003) define el rol transformador del diseño gráfico, situándolo en la organización de información. Además nos muestra cómo influyen las decisiones del diseño en las formas de leer y en la estructuración del pensamiento, planteando observar al diseño gráfico desde su didáctica y práctica profesional como algo más que un constructor de objetos de consumo para un público, para empezar a verlo como un participante activo en las formas de leer y de operar sobre la cultura. El diseño gráfico se postula como agente de cambio social o como un operador cultural.

Buscando en el campo disciplinar del diseño, el resultado de una formación en patrimonio cultural, asoma la necesidad de poder definir la categoría en la que este diseño es entendido.

Consideramos los planteamientos de Del Valle Ledesma (2014) y su propuesta titulada *Cartografía del diseño social: aproximaciones conceptuales*. Este artículo nos aclara el concepto de *diseño social* y nos permite así transpolar al *diseño patrimonial cultural* dentro de esta categoría. Además, la autora enfatiza en el nuevo valor que se da al diseño social como tema y problema. Esto se transforma en un respaldo para investigar al *diseño en patrimonio cultural*, entendido como *diseño social*.

Del Valle Ledesma (2014) nos define a *lo social* desde cuatro ópticas: *la semántica*, donde se ve como sociedad universal -vocación del diseño-, como *eufemismo*, sería la acción a favor de pequeños grupos desposeídos, marginales, etc. u operaciones militantes contrarias al sistema. La tercera noción se refiere al diseño que contribuye a *eleva la calidad de vida en sociedad* -vinculadas al desarrollo-. Por último, la que refiere a entender *la influencia del diseño en la sociedad*. En esta última acepción tendría cabida el diseño en patrimonio, categorizado como un agente de la cultura que aporta a la redefinición cultural del país desde su propia formación pero con una clara dirección del estado y sus gobiernos.

La investigación propuesta en el artículo centra su atención en proponer un *método de estudio del diseño social*. Nos invita a comprender la *cartografía* como método de estudio aplicado al diseño social en oposición al diseño orientado al mercado. Busca representar una realidad sobre un mismo plano -metafórico-, donde se entrelazan operadores sociales, políticos y económicos, hechos, lugares, imaginarios, etc. Se observan las distintas intervenciones del diseño social, que se dan aisladamente para poder determinar generalidades, otorgando una resignificación a estos hechos. Esto, a través del registro, comparación, y relación de las distintas intervenciones, ya sean individuales o institucionales.

Entran en este mapa los actores sociales en general y los reconocidos por la comunidad del diseño. Además, se incluyen las prácticas que benefician a colectivos. Este método de estudio se traslada a nuestra investigación. Así, entendemos que la observación de la realidad dada en un mismo plano metafórico, permite que se entrelacen hechos y lugares con operadores sociales, políticos y económicos. Interpretamos al diseño gráfico, en cuanto a disciplina se refiere, como un operador social y cultural que enlaza el resultado de las prácticas formativas con los lineamientos políticos sobre patrimonio cultural, como aporte a la redefinición cultural del país, desde sus propios imaginarios del territorio y región que los alberga.

De las líneas y prácticas de diseño emergen las producciones e intervenciones consideradas en el artículo. Estas son: 1) Producciones de propaganda de conciencia social y diseño para incluir a grupos separados de la sociedad; 2) Diseño para desarrollos productivos incipientes; 3) Diseño profesional al servicio de otros; 4) Diseño para construcción de identidades propias de cada comunidad; y 5) Diseño a nivel estatal para mejorar calidad de vida (Del Valle Ledesma, 2014). Si vinculamos estos puntos de capitón a la investigación sobre un diseño en patrimonio cultural, lo situamos dentro de los dos últimos mencionados. Es decir, construcción de identidades y el diseño a nivel estatal. Por un lado, el Estado interviene a través de políticas que fomentan y reorientan la enseñanza cultural, mientras el diseño como disciplina construye identidad a través de sus prácticas formativas, investigativas y profesionales.

La autora nos recuerda algunas escuelas y autores que de alguna manera refieren al diseño social, con conceptos u orientaciones hacia la sociedad: W. Morris, la Bauhaus y Ulm -Otl Aicher y el *mundo como proyecto*, además de Gui Bonsiepe aplicando el proyecto de diseño moderno y social en países subdesarrollados-: Victor Papenek con un diseño sustentable - *Green Design* o *Eco Design*-: y Jorge Frascara, quien orientado a corregir *problemas universales*, como la seguridad vial, se aleja de los productos y servicios de consumo.

También sobresale la idea de un *diseño para todos* o diseño para las capacidades diferentes. Y finalmente, algunos autores que han profundizado en el rol político del diseño. Interpretamos estas propuesta desde la valorización al diseño social y su influencia en paradigmas del campo disciplinar. Las que sirven como base de conocimiento para la incorporación de nuevas ideologías y prácticas formativas del diseñador gráfico. Así es posible la incorporación del patrimonio cultural, como un aporte social a la redefinición cultural del país.

El diseño se observa como recurso intelectual estratégico en la cadena productiva de servicios y cultura -inclusión social o bien al desarrollo regional o local-. Así, esta disciplina articula actores en procesos económicos, sociales o culturales.

Del Valle Ledesma (2014) mediante su investigación señala las fronteras que nos indican lo que no es llamado un diseño social -espacio exterior- y muestra una topología irregular del diseño social. El diseño se desplaza desde el individuo, llámese cliente, empresa o usuario, al comportamiento social en todas sus manifestaciones. Es decir, un trabajo

colectivo entre diseñadores y habitantes del territorio. Además, el diseño se destina a posicionar a grupos, agregando valor, para que puedan competir en el mercado. Aquí se observan dos objetivos de intervención: la política de carácter contra hegemónico o contracultural y la que busca la sustentabilidad económica, social y ambiental.

En este relato encontramos evidencia teórica para explicar el desplazamiento que el diseño comienza a evidenciar. Un movimiento que va desde el individuo al comportamiento social, que en nuestro caso sería hacia un diseño en patrimonio cultural. Sin embargo, el objetivo final de la intervención estará permeado por los intereses, sean estos políticos, económicos o sociales. Estos determinan el objetivo final.

Se observan distintas estrategias y objetivos en las intervenciones: resolver problemas concretos, empoderar a un grupo o comunidad ya sea para producción independiente o para conformación de una consciencia política.

Ahora, si interpretamos este mapeo a nuestro caso específico de investigación diremos que resulta relevante poder contar con la información y categorías sobre la manera en que la formación del diseñador gráfico responde socialmente. De esta manera, surgen prácticas formativas de problematización proyectual en patrimonio cultural. Su análisis, es fundamental para transformar esa información en un aporte para los propios actores. Esto, con poder performativo y haciendo un mapa de la problematización proyectual en patrimonio cultural. Así, desde la interpretación construimos discursos, identidades y perfiles para la disciplina.

De esta manera la docencia del diseño y con ello sus alumnos se enfrentan al reto de observar y abordar problemas sociales. Esto les permite observar necesidades -primeras etapas de proceso proyectual-, modificar paradigmas que les permitan asumir los problemas con un pensamiento complejo, aunque comprendiendo la existencia de factores del problema que se escapan del ámbito disciplinar pero que son identificados (Esteve y Miranda, 2018).

2.2. El diseño gráfico como instrumento de desarrollo económico, social y cultural

2.2.1. El diseño gráfico piensa socialmente en el mercado, el consumo y la venta: industrias creativas y culturales

Cultura y economía son partes fundamentales del desarrollo de una sociedad y se potencian. Sin embargo, en tiempos de escasez económica, las prácticas y consumos culturales son vistas como innecesarias o superfluas. Esto ocurre porque en escasez los Estados suspenden los bienes culturales. En este escenario, la cultura es altamente vulnerable a la situación económica. Por el contrario, cuando la intención es reactivar la economía se plantean políticas directas que estimulen al sector cultural debido a su trascendencia en el empleo y el tejido socioeconómico de un país (Álvarez, 2010).

Para Álvarez (2010), la definición de *economía de la cultura*, se estanca desde la definición de Weber y Marx, con conceptos aún vigentes, como *excedente del consumidor*, *capital social* o *georreferenciación*.

Las crisis, cambios de modelos y uso tecnológico, generan nuevos tipos de ofertas y de consumo cultural. No es una erradicación sino que las nuevas y viejas culturas conviven y estimulan la innovación, la creatividad y las potencialidades de la comunicación. Ya sea por pequeñas y medianas empresas, o bien para avalar diversidad y apoyo a las culturas locales y regionales en un mundo global.

La Unión Europea -ministros de cultura- lo entiende y acuerda situar a la cultura en el centro de la estrategia por ser uno de los más importantes activos con los que cuenta Europa. Así asegura la continuidad de su modelo social, su proyección exterior y la transición hacia un modelo económico más competitivo, inclusivo y sostenible, centrándose en tres objetivos; desarrollo europeo basado en la innovación, una estrategia sostenible y la búsqueda de una cohesión social que sea inclusiva y territorial.

Álvarez (2010), parafraseando a los teóricos Theodor Adorno y Edgar Morín, nos indica que: “cultura es todo lo que media entre la realidad y los sueños” (2010, p.29), valorando las industrias culturales como intermediarias entre lo que somos y lo que soñamos: palabra, música e imagen, como ejes constructivos de identidad.

Por su parte, Sen (1997), reflexiona sobre la cultura y sobre las propuestas en la teoría del desarrollo económico y se pregunta ¿Cómo puede hablarse de cultura -poesía, música, teatro, pintura- mientras la gente muere de hambre, de desnutrición o de enfermedades que serían fáciles de prevenir? Es prematuro preocuparse de la cultura en un mundo con numerosas privaciones materiales, asumiendo a la cultura como la última de las necesidades humanas.

En este escenario, las industrias creativas tienen la potencialidad de crear “valores simbólicos e identitarios en cada territorio, los que podrían incluso convertirse en potenciales servicios exportables” (CNCA, 2014, p.20). El sector creativo, aunque vinculado a la economía, lo hace de manera particular, por tanto su análisis desde un enfoque económico debe mostrar estos componentes particulares que lo representan.

La UNESCO considera a las industrias creativas como un componente importante en las economías posindustriales. Estas permiten crecimiento económico, empleo y transmisión de la identidad cultural, con la producción de bienes y servicios culturales.

En estos momentos vivimos un tránsito a entornos digitales que afecta a las industrias culturales y al proceso en la producción, distribución y consumos culturales. Es decir, nuevas modalidades de producción cultural. Además, la globalización es un hecho en el mundo cultural, y cada vez más países emergentes poseen industrias de referencia en música, edición, cine, artes audiovisuales, artes gráficas, etc. Así, se intercambian productos y se hacen transacciones comerciales y de creación colectiva para usos individuales en el mundo.

La industria cultural, según la UNESCO, es parte de la industria creativa. Además, corresponde a las industrias que mezclan creación, producción y comercialización de contenidos creativos intangibles y de naturaleza cultural. Esto lo hacen en sectores tan diversos como el editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño. Además, en relación a los derechos de los trabajadores de la industria cultural y creativa, se observa una precariedad. Por su parte, las industrias creativas son aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo. Incluye sectores como la arquitectura y publicidad.

Obtener información sobre las actividades culturales requiere de una metodología común y exhaustiva. La UNESCO (2014) define nueve categorías culturales: Herencia Cultural, Impresión y Literatura, Música, Artes del espectáculo, Medios Fonográficos, Medios audiovisuales, Actividades Socioculturales, Deportes y Juegos, y Medio Ambiente y

Naturaleza. Mientras que en relación al patrimonio cultural señala que este se encuentra enlazado a los retos que enfrenta la humanidad. Desde “el cambio climático y los desastres naturales (...) [hasta] los conflictos entre comunidades, la educación, la salud, la emigración, la urbanización, la marginación o las desigualdades económicas” (p.132). En este sentido el patrimonio cultural, para la UNESCO, es “esencial para promover la paz y el desarrollo social, ambiental y económico sostenible” (2014, p.132).

Los cambios tecnológicos, sumados a la forma en que se produce, trabaja y consume cultura, además de los aportes metodológicos, han cambiado a las industrias creativas. Por eso resulta complejo contabilizar el valor generado por un bien cultural -ejemplo: la industria cinematográfica-.

Para conocer la influencia de las industrias culturales y creativas, los gobiernos han utilizado la *cartografía cultural* en la toma de decisiones políticas. De esta forma, identifican aspectos importantes en un área dada, como una ciudad o una región. Destacamos el Reino Unido, como innovador en el desarrollo de estos modelos analíticos con la experiencia de localización de las Industrias Culturales en 1998 y 2001 para luchar contra la depresión económica. Ellos clasifican a las industrias creativas en trece campos distintos: Publicidad, Arquitectura, Arte y Mercado de Antigüedades, Artesanías, Diseño, Diseño de Moda, Cine y Video, Software Interactivo de Entretenimiento, Música, Artes de Actuación, Edición, Software y Servicios de Computación, Televisión y Radio (Álvarez, 2010)

Por otro lado, el Creative Industries Production System –CIPS-, divide las actividades de la industria creativa en: Origen de contenidos, Producción, Distribución y Consumo.

Iberoamérica es probablemente una de las regiones del mundo más activas y dinámicas en el estudio de las industrias creativas. Así, se destacan una serie de programas, conferencias y organizaciones que analizan el concepto de industria creativa y su imposición en el lenguaje económico frente al de industrias culturales. Se genera un debate económico y político de la economía creativa en América Latina, África y Asia, utilizándose este elemento como estrategia de desarrollo (Álvarez, 2010).

China, por su lado, ha fortalecido la construcción de un mercado cultural y el fomento de las industrias creativas -guía nacional para el desarrollo cultural-. Mientras que en Asia-Pacífico se consolidan los *distritos culturales*. Otras instancias en África y Nueva York reflejan la importancia de las industrias culturales en el contexto socioeconómico actual:

potencial económico, transmisión y difusión de la diversidad cultural (Álvarez, 2010). Hoy la globalización impacta en las industrias creativas y la metodología para elaborar cartografías culturales no ha logrado consenso a nivel internacional.

En el caso de España, el valor económico del sector cultural es tan notable como minusvalorado, siendo la cultura algo notorio en épocas de suficiencia económica, de carácter público como privado. De ahí que el ámbito cultural impregna la actividad económica y supone un impacto creciente en la creación de riqueza y bienestar.

El ámbito cultural considerado como punto de partida incluye los siguientes sectores: Bienes Culturales –Patrimonio, Museos, Archivos, Bibliotecas-, Libro y Publicaciones periódicas; Artes Plásticas; Artes escénicas y musicales –Teatro, Danza, Lírca, Música-, Audiovisual –Cine, Video, Música grabada, Televisión y Radio-. Sin embargo, esta selección conceptual no está exenta de debate. De hecho, el Ministerio de Cultura de España, no excluye indicadores de otros sectores. Además advierte sobre investigar el consumo realizado por los hogares en materia informática e Internet, como en otras áreas y hábitos de uso tecnológico (Álvarez, 2010).

Estas delimitaciones en lo cultural, implican una correspondencia con las clasificaciones del sistema estadístico oficial y el ámbito cultural, pudiendo modificarse por cuestiones metodológicas. Estas operaciones estadísticas permiten indicadores culturales de carácter sectorial -museos, libro, música etc.- y carácter transversal -empleo, empresas, gasto de consumo cultural de los hogares, comercio exterior de bienes culturales, turismo o enseñanzas de ámbito cultural-. De hecho España cuenta con una inestimable información estadística, numérica y metodológica que sistematiza y cuantifica la importancia económica de la cultura en este país (Álvarez, 2010).

El cálculo de los efectos de la cultura en la sociedad, incorpora y relaciona los impactos con los beneficios sociales y su aportación a la economía. En este sentido, el último anuario español nos muestra el valioso aporte e impacto de la actividad cultural en las cuentas macroeconómicas españolas.

La actividad económica asociada a la cultura en España tiene como componentes más significativos la edición, las artes gráficas y la reproducción de soportes grabados. Además, las cifras siguen la tendencia europea e internacional, aunque las nuevas crisis económicas pueden afectar los consumos culturales y los hábitos de disfrute y ocio, turismo y cultura.

Más allá del desajuste de estadísticas e indicadores, hay más en la contabilización y visualización de datos en las industrias culturales y creativas. Así, la demanda cultural requiere ciertos valores asociados; la emoción estética-artística, valor de formación-educación y el valor social e identidad. Por lo tanto son economías de rentas y no exclusivamente de precios, es decir, se muestran interrelaciones entre la economía mercantil y el derecho a la cultura. En esta economía de la cultura, es crucial la gestión de los derechos. Puesto que muchas creaciones se descargan gratis desde internet, una situación controvertida y polémica, entre los autores -productores, creadores y editores- y los usuarios de la red (Álvarez, 2010).

Las industrias culturales, como recurso económico y fuente de identidad y cohesión social, tienen un doble enfoque: contribuir al desarrollo de la economía y que su consolidación económica favorezca la creatividad y la diversidad cultural. Implican además, muchas dimensiones de la vida social: editoriales, programas culturales en la televisión, redes de lectores en internet, entre otros (Álvarez, 2010).

La cultura es una inversión a largo plazo y en lo cotidiano se le da importancia al consumo cultural relacionado con la identidad. Por otra parte, los diagnósticos sectoriales y nacionales de industrias culturales influyen en su valoración y permiten decisiones económicas y sociales. Así mismo, la globalización y la imposición de un modelo económico único podrían terminar con diferencias culturales específicas. Por tanto, resulta relevante defender las manifestaciones artísticas, que están al margen de la oferta y de la demanda, las que deben ser objeto de atención del Estado, aunque no los demande la mayoría.

Además, se hacen necesarias las políticas públicas en la esfera mundial, como lo evidencia el caso español. Este se orienta a disminuir los inconvenientes de la globalización cultural y potenciar el tejido creativo y económico cultural propio. De esta forma fomentan identidades regionales, para la participación y democracia local. Sin embargo, se requiere avanzar en un modelo y práctica social y política relacionados con medidas económicas adecuadas de fomento y desarrollo. De esta manera se garantizan los derechos a la creación y el derecho de libre acceso a los bienes y servicios culturales (Álvarez, 2010).

Así la economía de la cultura, incentiva las propuestas de políticas públicas en pos del arte y la creatividad, fomentando y aportando al desarrollo del país.

2.2.2. El diseño gráfico piensa socialmente en las identidades, la cultura y los patrimonios

En el análisis de los procesos sociales, resulta irrefutable la inclusión de la cultura y la identidad, y una clara distinción de ambos términos. Solo así, podemos comprender al mundo contemporáneo que el diseñador intenta interpretar y validar a través de la simbolización y reinterpretación de sus entornos locales, regionales, nacionales o globales.

Antes de observar el cruce del diseño gráfico con las identidades y culturas hemos tomado a Molano (2007), quien nos sitúa en el desarrollo territorial con identidad cultural y profundiza en conceptos de suma relevancia para nuestra investigación; *cultura, identidad y patrimonio cultural*. Al respecto, la cultura es abordada desde tres ámbitos: 1) El económico referido al mercado, consumo, industrias culturales, entre otros; 2) El humano, entendido como cohesión social, de autoestima, de memoria histórica, entre otros; y 3) El patrimonial, es decir, actividades y políticas públicas sobre bienes patrimoniales (Molano, 2007). Mientras que la noción de *identidad cultural* es visualizada mediante los conceptos de: cultura, patrimonio cultural y su vínculo con el territorio. Así, emerge el término de *identidad territorial*.

Se entiende al *patrimonio*, ya sea nacional o de la humanidad, como un producto, un bien patrimonial o un servicio identificado como particular. Sin embargo, los conceptos que entregan valor particular a un territorio, a partir de bienes, prácticas, tradiciones y recursos que le son propios, van evolucionando. Al respecto el concepto de *cultura*, se ha modificado. Así en sus orígenes era asociado al concepto de civilización, por su organización política, en oposición a barbarie y salvajismo. En este sentido, se dan niveles y fases de civilización en las naciones. Estas, asociadas al progreso material, con naciones que se consideraban civilizadas o con superioridad de civilización, aunque ambos conceptos finalmente terminan separándose. De hecho, una vez terminada la segunda guerra mundial, el concepto de cultura se disocia del de *raza*. Así el mundo pasa de una separación en razas a una división en culturas o áreas culturales (Grimson, 2010, 2011).

Desde el ámbito antropológico, *cultura* se asociaba generalmente a las artes, la religión y las costumbres. Pero durante el siglo XX se asume una visión más humanista, asociada al desarrollo intelectual o espiritual de un individuo, es decir, se incluyen las acciones, características e intereses de un pueblo. Luego en el siglo XIX, el concepto adquiere una

dimensión plural y se deja de reconocer a la cultura como universal, identificando diferencias de modo de vida en los pueblos del mundo. Sin embargo, la afirmación de una cultura superior asociada al concepto de civilización y progreso, aun hoy se observa. Así se cree y considera a ciertas culturas como inferiores (Molano, 2007).

El fenómeno de la *identidad cultural*, desde la visión antropológica, es abordada desde dos perspectivas diferentes: *la esencialista* y *la constructivista*. La primera analiza a la identidad como algo inmediato y heredado desde la propia cultura. Así los rasgos de la cultura se transmiten de generación en generación. Esto permite una identidad cultural que permanece en el tiempo. Por otro lado, desde la perspectiva constructivista, entendemos que la identidad no es heredable, sino más bien construida. Es decir, no se ve como algo estático o inamovible; por el contrario, la identidad bajo esta mirada es reconocida como manipulable o dinámica. Creemos que a partir de la mirada constructivista de la identidad el diseño puede y construye una identidad desde las interpretaciones sociales que realiza, con artefactos y aportes que permiten esta construcción.

Cultura para la OEA, en términos generales, es “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social” (2002, p.2). Mientras que para Verhelst “es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente” (s.f., p.42). En cambio para Tylor la cultura “es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad” (1976, p.1). Finalmente, para White la cultura depende de la simbolización y “consiste en herramientas, implementos, utensilios, vestimentas, ornamentos, costumbres, instituciones, creencias, rituales, juegos, obras de arte, lenguaje, etc.” (1959, p.3).

Desde la *perspectiva subjetivista* de la cultura se aporta con las nociones de historicidad, poder, subjetividad, construcción y deconstrucción. Sin embargo, a la vez se reclama el fin de los conceptos de nación, territorio, frontera o identidad. Así los nuevos análisis culturales buscan construir una perspectiva posconstructivista. “Dicho en otras palabras, la diversidad -en tanto que deviene de una relación humana- es histórica, política, situada, conflictiva y procesual” (Grimson, 2011, p.5). Es decir, preocuparse de los desafíos de la interculturalidad y pensar a la cultura como un proceso de constitución de hegemonía.

En definitiva el concepto de cultura pasó de ser una organización político administrativa, a lo interno del ser humano, para luego transitar a la palabra plural, asociada a un pueblo, nación o territorio. Así, y con el transcurso del tiempo, se pasa de la definición antropológica, al concepto transversal, relacionado con el desarrollo. En otras palabras, en los años 50 el desarrollo era un concepto economicista, luego en los 80 se incorpora el término de desarrollo humano, y en los 90 se introduce el concepto de sostenibilidad, y la cultura asume un rol fundamental. Es así que en los 90 la UNESCO vincula a la cultura y el desarrollo. Así, la OEA define al desarrollo como “un conjunto de capacidades que permite a grupos, comunidades y naciones proyectar su futuro de manera integrada” (2002, p.2).

La *cultura* posee funciones sociales que generan un modo de vivir, una cohesión social, creación de riqueza y empleo y equilibrio territorial. Para la UNESCO existen una serie de conceptos que nos permiten comprender la cultura y sus términos asociados, tales como: diversidad cultural, contenido cultural, expresiones culturales, interculturalidad y actividades, bienes y servicios culturales.

La *identidad cultural* surge como diferenciación y como reafirmación frente al otro, y se vincula con frecuencia a un territorio. Además, no es un concepto fijo y se relaciona al sentido de pertenencia a un grupo social. Así se comparten rasgos culturales o sistemas de valores y creencias que se recrean individual y colectivamente. Sin embargo, algunas manifestaciones culturales, como la música, la danza, el ritual, entre otros, poseen un sentido mayor de identidad, estas son consideradas como *patrimonio cultural inmaterial*.

Por tanto, la identidad se manifiesta a través del patrimonio cultural que la sociedad configura. Así, sin memoria no existe la identidad. Es más, la identidad cultural posibilita el desarrollo territorial, activando las políticas de patrimonialización. Estas se plantean como objetivo, la (re)construcción de las identidades locales con el objeto de generar actividades económicas, más ingresos y una calidad de vida mejor para la colectividad. Pero este desarrollo es posible gracias a un trabajo colectivo de tipo político, comunal, empresarial, asociativa, entre otros, y con una afirmación de su historia.

El *patrimonio* es la identidad cultural de una comunidad y puede generar desarrollo. Sin embargo, este concepto también ha evolucionado, pasando de ser considerado como lo monumental, lo artístico -monumentos nacionales- a ser apreciado como lo inmaterial - costumbres y tradiciones-. De hecho, el concepto de patrimonio histórico, evoluciona hacia

el de bien cultural. Y desde los años 50 se consideran, frecuentemente, como sinónimos al *bien cultural*, *el patrimonio cultural* y *el patrimonio histórico*.

El *patrimonio cultural material*, ya sea de interés local, nacional o mundial, ha sufrido su propio proceso de transformación. Para la UNESCO el *patrimonio cultural* considera: Los monumentos; Los conjuntos -grupos de construcciones aisladas o reunidas-, y Los lugares. Por otro lado, los *bienes culturales muebles* son bienes movibles, como testimonio de la creación humana. Algunos ejemplos son los objetos antiguos, materiales de interés antropológico, bienes que se refieren a la historia, bienes de interés artístico, documentos de archivos, entre otros. Mientras que dentro del *patrimonio natural* se encuentran: los monumentos naturales, las formaciones geológicas y fisiográficas, y lugares o zonas naturales. Asimismo, el *patrimonio oral e inmaterial*, es reconocido por la UNESCO como las creaciones de una cultura -comunidad-. Además, expresan identidad cultural y social, ya que se fundan en las tradiciones, con valores transmitidos oralmente. Así encontramos en esta categoría a los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, además de instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales. O sea que se manifiesta en los ámbitos de las tradiciones y expresiones orales, las artes del espectáculo, los usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, y en las técnicas artesanales tradicionales. Al respecto, en el año 2005, entra en vigencia el Convenio Internacional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (Molano, 2007).

Sin duda que los aportes de la UNESCO han sido cruciales para el logro de consensos internacionales y se orientan a: Los conceptos asociados a cultura y patrimonio, conservar, restaurar y puesta en valor del patrimonio histórico, generar indicadores culturales, y la discusión sobre la cultura y el patrimonio. Se generan, por tanto, normativas sobre el *patrimonio material*, *el patrimonio inmaterial*, *la diversidad cultural*, y *políticas culturales*.

Es difícil pensar en el desarrollo territorial con identidad sin agregar centralmente los activos culturales de una comunidad en un territorio. Así, este desarrollo es una acción colectiva entre gobiernos locales, regionales, el sector privado y la población. En definitiva nos apropiamos de una identidad cultural cuando valoramos, restauramos y protegemos el patrimonio cultural. De hecho, la cultura posee varias dimensiones y funciones sociales, que permiten: 1) Un modo de vivir; 2) Una conservación de riquezas; 3) Un equilibrio territorial; y 4) Una cohesión social (Molano, 2007).

Así, la cultura empapa la forma de ser y comportarse de las personas. Esto se observa a través de sus costumbres cotidianas. Ahora bien, creemos que el diseño se relaciona de manera cercana con la cultura y las maneras de vivir de un pueblo. Al respecto, si vinculamos a la cultura con el diseño, vemos que esta disciplina formula diversos valores, signos y formas, entre otros aspectos. Pensamos que estas maneras de expresar del diseño, van definiendo una cultura que engloba una identidad. Así la cultura es un principio ineludible para el diseño.

Para García (2014), la identidad territorial es la que permitió la cultura clásica contemporánea, con su consiguiente diversidad, que admite la apertura de espacios creativos con gran potencial estético y cultural para el diseño. Así, la cultura como patrimonio común debe ser valorada y considerada por el diseñador. Este deberá estar atento a las necesidades de su comunidad o sociedad, pero en consonancia con los valores propios, sean estos locales, regionales o nacionales. Al respecto, el diseñador circula, asimila e incluso se integra a las culturas, no solo locales, como espacios más cercanos, sino que además en los ámbitos nacionales y globales. Así, estos espacios locales y globales, se transforman en lugares de creación, desde donde el diseñador conjuga aspectos de la vida y las emociones humanas. De hecho, el propio diseño, como un área de conocimiento, comienza a modificarse. Esto se fundamenta en su condición de aunar pensamientos, emociones y aspectos de la vida cotidiana, de un momento o entorno determinado. En palabras de García, este conocimiento disciplinar, posee característica integradoras, es decir que:

Conlleva que el profesional del Diseño esté siempre en proceso de formación de acuerdo a una investigación y puesta en común de sus logros en foros internacionales, y que los estudiantes de Diseño tengan un aprendizaje multidisciplinar en todos los sentidos (2014, p.11).

El diseño entra en los entramados sociales complejos del mundo contemporáneo. Así, sus artefactos en principio tangibles, caminan hacia los intangibles y comienzan a vincularse de manera más cercana al fenómeno de la identidad. Incluso se extiende más allá de la sola funcionalidad de lo diseñado o creado, es decir, se acerca a sus destinatarios con un lenguaje más eficiente y cercano para los mismos, uno que los identifica culturalmente, ya sea como país, ciudad, región, entre otros. Con una realidad idéntica compartida por los habitantes de algún lugar. Una identidad que reconoce y se apropia de su historia, construyéndola, reconstruyéndola o reinventándola. Finalmente este reconocimiento que el diseño concibe de sus identidades a través de la valoración, restauración o protección de su patrimonio

cultural, nos habla de la apropiación que la disciplina hace de alguna identidad cultural específica. Pero también, nos dan luces de las preocupaciones de la disciplina del diseño, la que creemos se moviliza en la recuperación o conservación identitaria, cultural y patrimonial, afectada y cuestionada por los escenarios globales que transforman las relaciones humanas de un *pueblo*.

2.2.3. El diseño gráfico piensa, define y construye problemas sociales relevantes para el crecimiento humano, la innovación y el desarrollo territorial

El escenario global está cambiando, producto del fracaso del modelo económico imperante, el cambio en las variables tecnológicas y las nuevas prácticas de relación social. La región mira hacia un nuevo modelo de desarrollo, oportunidad que permite valorar las expectativas de cambio que sugiere la intervención desde el diseño (Sarale, 2014).

Para Sarale (2014) el territorio define la identidad y el perfil cultural de las entidades que lo integran. Esta es una oportunidad para incorporar los valores intangibles que fortalezcan la competitividad de la producción local. La producción regional basada en productos primarios y *commodities* -materia prima- posee precios fluctuantes en el mercado internacional, pero este impacto se reduce con más diversidad, es decir con innovación y calidad incorporada a los productos. En este escenario se deben reformular las economías regionales, dando más protagonismo al diseño y con un mejor uso de los recursos naturales de cada región.

Es necesario informarse para poder aportar con decisiones y gestionar inteligentemente esa situación. Se debe promover la articulación entre los grupos del conocimiento, los sectores productivos, sociales y el Estado, contemplando a todo el territorio y apoyando las iniciativas orientadas al desarrollo local con sostenibilidad y sustentabilidad. Por tanto se debe mejorar la productividad, mejorar la competitividad, mejorar las condiciones ambientales, crear un ambiente propicio para las inversiones y mejorar la calidad de vida.

En este escenario el territorio adquiere importancia en la búsqueda de nuevos modelos de desarrollo, dado que el territorio es óptimo para poner en marcha procesos de transformación que promueven el crecimiento integral de la comunidad con cambios en aspectos organizativos, funcionales y culturales de sus organizaciones, los que son asumidos por toda la comunidad, mejorando niveles de calidad y equidad.

El autor define el desarrollo desde el lenguaje político-económico, indicando que es “la fase de la evolución de un país, caracterizada por el aumento de la renta nacional por habitante” (Sarale, 2014, p.140). Por tanto, este crecimiento económico permite el desarrollo aunque no sea su fin. En este sentido, el desarrollo territorial es:

El cambio planificado y sistemático, coordinado y asumido por las organizaciones que lo integran, que busca incrementar sus niveles de calidad y equidad mediante una modificación de los procesos, de los sistemas de relación, de la funcionalidad y la organización de la comunidad (Sarale, 2014, p.140).

Sarale nos señala que en los años 90’ en Argentina la desigualdad y la pobreza aumentaron en forma significativa a pesar del fuerte crecimiento económico.

El diseño debe aprender a interpretar los nuevos escenarios, desde el territorio en donde las organizaciones existen, por las personas, sus relaciones y expresiones culturales. Entonces, el diseño articula la cultura material y proyectual, generando nuevos campos de acción y nuevos sistemas de productos. Ahora el diseño incluye en su producción material a las relaciones entre el *objeto, el contexto y la cultura*, generando ahí sus imaginarios sociales.

El nuevo objeto/producto será significativo o entrará en el repertorio cultural de la comunidad solo si es articulador entre el contexto territorial y la cultura. El diseño se hace más complejo y se necesita la integración de las áreas del conocimiento de *Diseño, la comunidad y el Estado* para dar resolución a estas problemáticas complejas (Sarale, 2014).

El territorio va más allá del espacio físico; este alberga a las relaciones de las personas y su entorno, que terminan por unirse en intereses comunes formando la comunidad. El territorio, por tanto se entiende desde lo *físico-ambiental, lo económico-productivo y lo socio-cultural*.

Las comunidades que habitan un territorio van configurando una identidad, que las diferencia del mundo global. Integrar el diseño a estas estructuras sociales o regiones podría funcionar para el desarrollo del perfil competitivo, recuperar los valores culturales propios y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Para lo cual se debe reconfigurar la organización, la gestión, la producción, etc. Se armoniza lo económico con lo social para fortalecer el desarrollo humano (Sarale, 2014).

La innovación está presente en todo el proceso productivo. En la tecnología de producción, en cómo se comercializa y en cómo se distribuye, y no solo en el producto final. Por tanto para innovar se requiere una actitud para replantearse constantemente, frente a la percepción de los productos y donde estos interactúan.

La innovación es el conjunto de procesos por los cuales se obtiene un resultado nuevo y es posible en todas las actividades desarrolladas en un territorio. Solo se deben optimizar los recursos, para lograr esa ventaja competitiva. La innovación se encuentra en la introducción de nuevas tecnologías, nuevas maneras de organizarse, nuevas maneras de cultivar y de utilizar el conocimiento previo y, por supuesto, nuevos valores estéticos o de usabilidad para los productos (Sarale, 2014).

El desafío para Sarale (2014) es un nuevo modelo del Sistema de Innovación, guiado y gestionado desde el diseño. Es necesario un diagnóstico de la situación de entrada para: 1) Identificar el foco de la problemática, 2) Identificar sus actores, sus relaciones, sus competencias, sus desajustes, etc., es decir, establecer una tipología, 3) Identificar el artefactual -acciones sin palabras- que interviene en la problemática, 4) Identificar el mapa materiológico del territorio; sus antecedentes, limitaciones y cualidades simbólicas, 5) Identificar el mapa tecnológico de producción como de mediación, y 6) Identificar a los actores vinculados al diseño, y sus relaciones.

En este sentido, tener claridad sobre el Mapa del Sistema de Innovación gestionado desde el diseño, facilita determinar funciones y roles para la intervención con diseño; es decir, un mapa analógico social, funcional e institucional.

El diseño, define los artefactos de mediación de los sistemas de relaciones individuales y colectivas, colabora en la construcción de las particularidades de estos sistemas y es responsable de las cualidades de estas relaciones que configuran la calidad de vida. Es importante, por tanto, hacer visible este protagonismo, sus construcciones, sus mediaciones y sus funciones, desde políticas públicas planificadas, sistemáticas y coherentes con la comunidad a la que debe dar respuestas. Así se va de un desarrollo de innovación y creatividad, a uno de identidad y comunicación, para luego transitar al desarrollo económico y social.

El diseño puede actuar como una herramienta estratégica de innovación, replanteando productos y procesos, optimizando recursos y mejorando funciones e imágenes. Además

responde a necesidades específicas, genera nuevas tipologías y explota tecnología reciente. Por tanto, el diseño debe destinar recursos para gestionar la investigación y desarrollo, en busca de respuestas óptimas.

La innovación se logra manejando la información dentro de un proceso integral que involucra abordar la problemática desde diferentes enfoques. Si observamos las disciplinas que actúan en este proceso y los factores que favorecen la innovación nos encontramos con: 1) Mayor exigencia y desempeño a los productos desde el campo sociocultural, 2) Nuevos recursos y oportunidades en el desarrollo técnico y tecnológico, 3) Promoción de modificaciones tanto en productos como en procesos, desde el contexto político-económico y los factores medioambientales (Sarale, 2014).

El impacto de lo mencionado dependerá de los cambios sociales -relaciones, relatos, mitologías, necesidades, etc.- y se deben articular con las particularidades del problema localizado. Este proceso se facilita integrando la información sobre tendencias socio-culturales, tecnológicas, medioambientales y económicas. Aparece el *diseño estratégico* como alternativa a las demandas territoriales -economías complejas- respecto del desarrollo, más que del producto en sí. Va más allá de una rama específica del diseño y opera con la diversidad del diseño sobre un mismo tema, con objetivos comunes, incluyendo a otras disciplinas que tienen injerencia en las problemáticas del desarrollo estratégico territorial.

Se interpretan las particularidades del territorio, tanto las cualidades físico ambientales, económico productivas, socio culturales e ideológicas políticas. Así se puede actuar en todos los niveles jerárquicos de la organización y/o el territorio.

Sarale se basa en Beatriz Galán, quien habla de una vinculación con los profesionales de las economías complejas, como agentes de “una nueva institucionalidad con competitividad para el territorio” (Sarale, 2014, p.145). El nivel de innovación dependerá de la interpretación de esos escenarios y en cómo se articulan con la problemática local y nuestras posibilidades de actuar en función de ella. Pero debemos conocer los requerimientos funcionales, tecnológicos, simbólicos, económicos, etc. del problema, como base para el desarrollo proyectual.

El antiguo modelo político y económico cerrado no consideró demasiado al diseño. Sin embargo el cambio a un sistema abierto tanto a nivel político, social, cultural y económico, incorpora el diseño renovado en el territorio. Así el diseño se transforma en una herramienta

de innovación para los sistemas de producto. Donde se considera entre otras cosas los sistemas productivos locales, como modelos socio-económicos evolutivos.

La intervención con innovación y diseño permite un grado de institucionalidad tanto en las organizaciones como en el territorio. Esta metodología integradora permite recuperar la identidad cultural del territorio, y los reinserta en su nueva estrategia de productos. La idea es abordar las problemáticas regionales con una mirada holística, con propuestas sustentables y sostenibles, para una mejor calidad de vida.

2.3. El objeto de estudio y los espacios de intervención de una disciplina sociocultural

2.3.1. Un acercamiento al objeto de estudio del diseño gráfico

En un intento por marcar los límites de la disciplina del diseño, es que nos enfocamos a clarificar su objeto de estudio. Aunque entendemos que este podría ser dinámico, dependiendo de cada momento social en el que la disciplina se ha ido desarrollando. Además su intento de limitación no necesariamente se cierra a nuevos territorios para el diseño.

Vemos en esta disciplina una potente herramienta de comunicación que va más allá del consumo, la venta o la difusión. De alguna manera su acercamiento a un *diseño social* le ha permitido una aproximación a nuevos objetos de estudio para la disciplina, distanciándola en momentos de su tradición mercantil. De hecho, su vinculación con la estética, el arte y la creación, de alguna manera impiden una generación de límites inamovibles aunque el auge por el materialismo terminó por vincular inevitablemente al propio arte con las ganancias o la comercialización (Muñoz, 2015).

El diseñador requiere una serie de competencias y saberes que le permiten diseñar y concretar algún tipo de artefacto, sea este tangible o intangible. Pero va más allá de las decisiones o discriminaciones estéticas de color, tipografías, imágenes, entre otras. Es decir, es un saber propio y específico que puede expresarse como un pensamiento, un razonar, un proyecto, una representación u otras formas. Al respecto, si observamos su objeto de estudio, creemos posible ir destramando estos saberes más propios. Sin embargo, Muñoz nos advierte sobre el alcance de la propia definición de su objeto de estudio, y señala que esta delimitación “debe servir al diseño tan solo como la piedra de toque que introduzca en intuiciones, representaciones y demás funciones cerebrales que posibilitan el trabajo creativo” (2015, s.p). Al respecto, para concretar algún resultado creativo, es preciso que el diseñador trabaje

no solo con prácticas de ensayo y error, sino que además exista un trabajo intelectual y una creación de significados y aspectos de la semántica que son propios de esta disciplina. Así, al mirar sus resultados y hacer, vemos sus procesos de creación y de solución a diversos problemas, mostrando al menos una estructura intelectual y creativa, compleja de comprender en una primera mirada.

El diseñador de hoy ha sobrepasado los espacios del arte, incluso a los espacios de creación y comunicación. Se moviliza como un operador cultural y social que identifica y define problemas para dar una solución. Entonces, se requiere asumir una reflexión crítica, que permita al diseñador involucrarse en procesos sociales y culturales, como también involucrarse con su cultura desde la conformación de identidad y resguardo patrimonial. De este modo al observar su trabajo creativo, también observamos su acercamiento social a través de diversos usuarios, destinatarios o grupos sociales. En esta línea, Jorge Muñoz nos define el objeto de estudio del diseño gráfico como:

La interacción que ocurre entre quienes fungen como destinatarios, emisores y creadores de los diseños o como la interacción entre los usufructuarios de un diseño (así ocurra ese usufructo de manera consciente o inconsciente, deseada o no deseada), dentro de los cuales debemos considerar al menos al emisor (quien requiere el diseño), al receptor (individuo y/o población) y al diseñador. Todo esto referido al Diseño Gráfico (2015, s. p.).

Es decir que, si observamos esta interacción, es posible analizar aquello que permite la creación de diseños, sus destinatarios o poblaciones y el impacto social, a través de sus públicos objetivos. Sin embargo, el objeto de estudio del diseño no es único. Así, al observarlo desde sus imágenes, vemos su composición, pero igualmente con un destino social o con una dirección hacia parte de una sociedad. Sus mensajes gráficos se interrelacionan con el propio diseño, sus diseñadores y sus destinatarios.

Pero, también vemos una serie de objetos visuales del diseño, los cuales contienen distintos elementos visuales, posibles de estudiar: libros, arquitecturas, objetos, campañas, señaléticas entre otras producciones.

En definitiva, asumimos al diseñador con ciertos conocimientos y saberes de carácter social, humano, comunicacional y artístico. Mientras que para Muñoz (2015) los saberes y habilidades que debe poseer un diseñador y que por lo mismo forman parte de su objeto de estudio son manejo de técnicas y materiales, posesión de sentido estético, manejo de software e instrumentos de producción de diseño, conocimientos de historia y sociedad,

manejo de técnicas y estrategias de comunicación y motivación. Sin embargo, tales conocimientos y cruces que el diseñador tiene con otras disciplinas como la artística, la antropológica, la sociológica, entre otras, no necesariamente lo hacen experto en estas áreas, ya que su inclusión se vincula con la finalidad de sus mensajes. Aunque sí requiere una particular observación del sector o clase social a la cual se dirige su mensaje, tal como el contexto cultural que la rodea. En definitiva, un soporte para sus mensajes y sentido estético de los mismos.

El objeto de estudio del diseño analiza los componentes que permiten la comunicación en un diseño pero también aquellas interacciones que llevan las motivaciones. De hecho, la comunicación nunca será neutral. Las intenciones que carga son las que en definitiva permiten algún cambio o refuerzo de una conducta. Por tanto las motivaciones del diseñador deben ser con conciencia o responsabilidad social y humana, dentro de los criterios éticos de cada cultura. Así se abre un nuevo nicho como objeto de estudio del diseño: el impacto de este en la sociedad, una obligación moral de la disciplina.

2.3.2. Contextos socioculturales como campo de conocimiento y aplicación del diseño

Como una manera de comprender los contextos socio-culturales que rodean a la disciplina del diseño gráfico, que además sirven de insumos o tópicos para el desarrollo creativo, es que tomamos la postura de Néstor García Canclini (2000) y su mirada sobre la cultura.

Este autor aporta con un nuevo enfoque en las modalidades de indagación e interpelación de los fenómenos culturales, principalmente para Latinoamérica. García Canclini (2000), introduce el concepto de culturas híbridas, en el que plantea que tanto lo culto, lo popular y lo masivo puede ser encontrado en distintos lugares, y no necesariamente donde nos habituamos a encontrarlos.

Su propuesta es *deconstruir esa división en tres pisos* y observar esta *hibridación* desde las disciplinas que lo estudian por separado: Arte y Literatura -lo culto-, El folklore y La antropología -lo popular-, y La comunicación -lo masivo-. El autor nos insta a observar a las ciencias sociales como nómadas, circulando entre un nivel y otro, comunicando horizontalmente estos niveles. Esta hibridación no es pura ni necesariamente una síntesis, sino más bien una mezcla y revuelta.

García Canclini (2000) analiza la industria cultural como una matriz que desorganiza y reorganiza una experiencia temporal. Es decir, ligada a las migraciones sociales y fragmentaciones culturales de la vida urbana, y no como la configuran la cultura de élite o la cultura popular. En este sentido los nuevos procesos de producción y circulación de la cultura son atribuibles a la industria cultural y comunicaciones masivas, es decir, se refiere a las nuevas formas de recepción, de disfrute, de sensibilidad y apropiación.

El autor sitúa dentro de la investigación social a los estudios estéticos, interpelando al arte desde la industria, la comunicación y los consumos. Y propone observar la inserción de lo popular en lo masivo transnacional y la interacción de las culturas populares con las sociedades nacionales.

El arte/cultura va adquiriendo autonomía y con ello el mercado cultural de las *bellas artes* se transforma en una *estética moderna* que se convierte en ideología para consumidores.

Por otra parte, los procesos de modernidad en América Latina, más allá de imitar y traducir la modernidad europea, se producen por la interacción de diferentes temporalidades históricas. Este cruce o mestizaje se transforma en culturas híbridas. En este proceso, las tradiciones son parte de la modernidad, y las ideas importadas son traducidas y reelaboradas para hacer la propia historia cultural.

Siguiendo, diremos que es muy común que se atribuya a la élite un *perfil moderno* y que por el contrario, se recluya *lo indígena y colonial* en lo popular. Hoy esta separación es rentable para la política y la cultura y se coloca a los bienes culturales en lo opuesto al desarrollo cultural (García Canclini, 2000).

En otro sentido, García Canclini (2000) redefine patrimonio como la base que nos mantiene juntos, como capital cultural de un país. Además, nos habla de la teatralización del poder, la escenificación de lo nacional y la ritualización de la identidad. Es decir, se concibe a la actuación social como una puesta en escena. En otras palabras, el mundo se piensa como un escenario, aunque nuestra actuación ya se encuentre prescrita. Es preciso señalar que en los contextos latinoamericanos, sumergidos en variadas dictaduras, ocurre algo especial con la defensa del patrimonio cultural. Es decir, mientras que por un lado se coartan las manifestaciones artísticas o *contraculturales*, por otro lado se simula un origen común, sobre el cual se exige actuar hoy.

A diferencia de lo expuesto, el autor señala que las investigaciones sitúan al patrimonio desde otra perspectiva. Buscan recortarlo de la reorganización masiva, fijarlo en formas artesanales de producción y distribución, y custodiarlo como reserva imaginaria de los nacionalismos. De esta manera identifican pueblo con público, mientras que espectador y popular con popularidad. De modo que ignoran lo que en lo popular hay de memoria, observándose un populismo político, producto del potencial transformador del pueblo. Así, se asigna a este una simulación de participación.

Lo que pasa por los medios y las nuevas tecnologías de comunicación articula el imaginario urbano disgregado, provocando una descontextualización. De ahí que se presente la discontinuidad como hábito perceptivo dominante y a la relación tecnológica como creativa y sensual. En este escenario, García Canclini (2000) advierte nuevas formas de lucha, entre la cultura y el poder, entre la lógica del mercado y la producción simbólica, y entre la modernización y la democratización. Justamente situamos nuestra investigación entre la lógica del mercado y la producción simbólica. Entendiendo a esta última como el patrimonio cultural.

Así mismo, Martín-Barbero (1984) advierte otros cambios sociales y culturales relacionados con los medios, las mediaciones y las audiencias. En este sentido el autor nos aporta un vuelco en la forma en como se venía observando o teorizando, hasta ese momento, el estudio de la comunicación y el poder de las audiencias. Estas últimas entendidas desde un rol estratégico en la disposición de su propio mundo. Así se da cabida al concepto de mediaciones. De ahí el título de su libro "*De los medios a las mediaciones*", donde los primeros asumen una labor en el panorama contextual en el que se encuentran insertos, de tal forma que el análisis se desplaza desde los medios a las mediaciones sociales. De esta manera, el autor nos propone cambiar el foco de las investigaciones hacia los procesos de construcción de lo masivo y, desde ahí, observar a las mediaciones y los sujetos, articulando así las prácticas de comunicación y movimientos sociales.

En este escenario la cultura es la referencia desde donde se interpreta la realidad, viéndola de manera dinámica o en constante cambio, donde el receptor, como sujeto activo, es capaz de re-significar y construir nuevas significaciones que crean cultura. De esta forma se integra a la cultura popular como un elemento activo de la realidad social. En definitiva, Martín-Barbero (1984) centra su investigación en el estudio de la cultura popular, usando de eje central la comunicación.

Adicionalmente a lo planteado, el autor analiza los hitos del debate entre pueblo y masa. Esto, a través de un recorrido histórico de estos conceptos, asociando cada definición a la cultura. Así mismo destaca, de la Escuela de Frankfurt, el concepto de industria cultural y las investigaciones en comunicación. Además, recalca la importancia del pueblo para conformar la cultura y la relación entre productos mediáticos y el contexto en que se dan.

Las instancias de mediación política de los intereses sociales particulares, que se dan entre el siglo XIX y principios del siglo XX, se producen mediante los partidos políticos y los sindicatos. Sin embargo, estas instancias ya no son las únicas que cumplen esta función; es más, podrían estar en crisis. Esto dio espacio para nuevas formas hegemónicas, gobernadas por los grupos de poder económico, y masificadas a través de las empresas televisivas y mediáticas.

Damos paso a la cultura de masas y la degradación de la cultura en medio, influida por el mercado, el Estado y la cultura nacional. Así se plantea la centralización y unificación cultural, en sentido vertical y horizontal, disipando a la cultura popular. Mientras que el arte, como producción artística, permite traspasar las ideas dominantes y así las clases populares entran a la vida cultural. La *cultura de masas* para Martin-Barbero (1984) va más allá de los medios de comunicación y de ver a estos desde una lógica comercial, para verlos como parte de la transformación social, en donde la cultura ahí promovida es un espacio estratégico de la lucha de clases. En este sentido es preciso señalar que en los procesos de conformación de América Latina se destaca un desarrollo marcado por la desigualdad.

Martin-Barbero (1984) expone una nueva óptica para la investigación en comunicación, observándola desde el sujeto y las mediaciones, donde el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino también un productor. El autor propone entender la idea de las mediciones como la articulación entre prácticas de comunicación y movimientos sociales. Así, la tesis central de su trabajo plantea no pensar lo masivo como algo exterior a lo popular, sino que lo popular como superposición parcial y conflictiva en lo masivo. Igualmente Martin-Barbero (1984) encuentra un eje diferente, en la liberación de la recepción de las audiencias como una lucha contra-hegemónica, donde lo masivo, en esta sociedad, se transforma en una nueva forma de sociabilidad a través de elementos de la vida cotidiana en las calles. Por tanto, el autor evidencia el papel activo de las audiencias en la configuración de lo popular.

Segundo apartado temático:

EL PROYECTO DE DISEÑO COMO OBJETO DE UN PROCESO COGNITIVO CREATIVO Y COMPLEJO DE CARÁCTER SOCIAL

2.4. La construcción compleja del pensar creativo, en sociedad

2.4.1. La reflexión interna en la solución de problemáticas proyectuales

Comprender o estudiar al diseño creativo a partir de su génesis, desarrollo e implementación de nuevas ideas en proyectos de diseño, sin duda nos aporta caminos interesantes de búsqueda. Es decir, que nos permite comprender la práctica proyectual desde sus estrategias ideológicas. A causa de ello, resulta interesante indagar en los procesos que permiten resolver, desde la reflexión interna del alumno, las problemáticas planteadas en los proyectos de diseño.

Basándonos en Crilly (2010), diremos que se visualizan dos posturas relevantes, tanto en la práctica, como en la formación del diseñador. Por un lado, los que insisten en la *repentina aparición de nuevas ideas* y, por otra, los que creen en *la construcción gradual de nuevas ideas*. La postura del autor nos invita a unificar ambas perspectivas. Así, nos describe una estructura general del proceso de diseño creativo, considerando los episodios disruptivos.

Este autor busca vincular la teoría de Thomas S. Kuhn (1987), expresada en su libro *La estructura de las revoluciones científicas*, con los fenómenos observados en el diseño creativo. De esta forma nos aporta a la práctica reflexiva, en la estructura del proceso y progreso creativo, además de contribuir en la producción y aceptación de ideas nuevas para los individuos y grupos implicados en un proyecto de diseño. En definitiva, una perspectiva kuhniana sobre el diseño creativo, haciendo una suerte de analogía entre el proceso de descubrimiento científico y lo que se refleja en las actividades de diseño.

Al respecto diremos que la creatividad es un aspecto importante del desempeño del diseño y es el objetivo de mucha de la educación en diseño. Muchas veces el progreso del diseño, dentro de los proyectos, se describe como repentino, *eureka* o saltos creativos. Estas ideas repentinas, que pueden parecer muy incipientes, permiten dar una nueva dirección al proyecto, aunque compartan poca conexión lógica con los intentos previos de la solución. Estos momentos de discernimiento son necesarios. De hecho, es así que el diseñador expande su exploración y aprende a ver las cosas de nuevas maneras, en la búsqueda de otras clases

de soluciones. Desde este enfoque las percepciones repentinas de producción dan soluciones creativas a un problema, pero también permiten la formulación creativa del problema mismo.

Estas ideas repentinas son prefiguradas por ideas que fueron previamente descuidadas u olvidadas más tarde, es decir un salto creativo entre el análisis y la síntesis. En definitiva, sirven de puente entre el problema y la solución, con varios sub-problemas y sub soluciones. Esto derivado del proceso de diseño, el cual es gradual y acumulativo.

Así, respecto a las dos perspectivas visualizadas, una promueve la noción de saltos repentinos y revolucionarios mientras que en otra se construyen las ideas incrementalmente sobre aquellas que las preceden. Ambas posturas no se relacionan, lo que contrasta con las perspectivas de la ciencia, donde los episodios perturbadores incrementan el desarrollo. Así, esta integración que hace la ciencia es la que se requiere para la teoría del diseño.

Al respecto Kuhn (1987), nos permite entender cómo los episodios disruptivos e incrementales son caracterizados, y cómo podrían estar relacionados. Para el autor una comunidad -como la del Diseño- comparte un conjunto común de creencias, valores y técnicas, definiendo de este modo su *paradigma*. Sin embargo, los mismos se van refinando, de tal modo que este refinamiento acumulativo del paradigma genera una serie de observaciones que se consideran anómalas. Estas, a pesar de las resistencias, provocan crisis y aparece así la ciencia revolucionaria que propone una nueva perspectiva. Desafiando las suposiciones, orientaciones y expectativas de la comunidad. Se produce el cambio de paradigma; pero no todo el paradigma precedente sobrevive a la revolución. Así, nuevamente entramos en un período de ciencia normal, que puede en el futuro entrar en crisis. Se entiende entonces que el progreso científico integra claramente episodios disruptivos, y relaciona cada tipo de episodio con el otro.

La relación entre el descubrimiento científico y el diseño creativo está en que ambas son actividades de resolución de problemas. Ahora, si describimos la producción de nuevas ideas en ciencia y diseño, veremos que mientras los fenómenos naturales *se descubren*, las teorías para explicar estos fenómenos son *inventadas*. Inversamente, mientras que los artefactos podrían *ser inventados*, el proceso de invención implica momentos de *descubrimiento*.

La teoría de Kuhn se puede aplicar a descubrimientos colectivos por una parte y a actos creativos personales por otra, aunque los patrones a escala histórica pueden reflejar lo observable a escala personal.

Inspirado en Kuhn, Dasgupta (1994) analiza los procesos de diseño y compara a la *ciencia normal y revolucionaria* con *el diseño rutinario e inventivo*. De modo que, en el diseño rutinario, la forma y comportamiento del artefacto se conocen desde el principio. Es decir, opera dentro de un paradigma existente. Mientras que en el diseño inventivo se instaure una nueva forma de artefacto o un nuevo enfoque para la creación del mismo. Así se propone un nuevo paradigma que eventualmente reemplaza a los antiguos.

Crilly (2010), nos propone una estructura del progreso del diseño creativo. Esta nos permite entender las fases a través de las cuales el diseño procede. Además, los conceptos de *diseño revolucionario* y *paradigma de diseño* son reemplazados por *diseño acumulativo* y *Reorientación*. Así, las etapas propuestas son nueve, las que explicaremos una a una.

1) *Pre-cumulative design is undirected / El diseño pre-acumulativo no está dirigido*: En esta etapa hay ausencia de un paradigma. Y las piezas de información de diseño disponibles, son difíciles de identificar y clasificar. Además los conceptos son juzgados y finalmente se tiene una orientación inicial hacia el problema/solución que emerge.

2) *Cumulative design is conservative / Diseño acumulativo es conservador*: En esta etapa explora sus posibilidades y perfecciona su desempeño. De tal modo que los esfuerzos no están destinados a generar nuevos conceptos alternativos, sino a desarrollar tanto como sea posible.

3) *Cumulative design is productive / Diseño acumulativo es productivo*: En esta instancia es mediante la acumulación que se comprende el problema y se sabe a dónde dirigir los esfuerzos. Es un logro progresivo.

4) *Cumulative design leads to perceived inadequacies / Diseño acumulativo conduce a percibir deficiencias*: Aquí el descubrimiento comienza con la conciencia de la anomalía. En el progreso se perciben insuficiencias y se enjuician los conceptos orientadores. Así se busca un nuevo concepto de candidato.

5) *Perceived inadequacies provoke conceptual reorientation / Percepción de insuficiencias provocan reorientación conceptual*: En esta instancia se revela una nueva perspectiva o posible solución al problema. Esta, aunque novedosa, se prefigura por otras ideas relacionadas, que se reconocen antes de formarse.

6) *Conceptual reorientation reveals new problem-solution spaces / Reorientación conceptual, revela nuevos espacios de problema-solución*: Es decir, dirigido por un nuevo paradigma. En otras palabras, se evidencia que el concepto anterior impedía la exploración de alternativas. Así se descubren nuevos espacios de problema-solución.

7) *Conceptual reorientation is resisted / Reorientación conceptual, es resistida*: En este caso, la novedad emerge sólo con dificultad. Así la comprensión es inhibida por la nueva perspectiva, mientras que la aceptación es inhibida por el reconocimiento.

8) *Candidate concepts are accepted on promise o Candidatos de conceptos son aceptados en la promesa*: En la etapa final, los nuevos conceptos compiten, para remplazar a los antiguos, así para su desarrollo, los nuevos conceptos deben ser aceptados sobre la base de su aparente promesa.

9) *Conceptual reorientations are incomplete o Reorientaciones conceptuales, son incompletas*: De ahí que se acepta al nuevo concepto y se estimula un proceso renovado de diseño acumulativo. Esto con la esperanza de desarrollar ese concepto en una solución eficaz al problema. Mientras que la aparición de insuficiencias puede conducir a reorientaciones.

En síntesis, las proposiciones descritas explican el diseño creativo como un proceso de desarrollo acumulativo. En este sentido cualquier proyecto puede estar totalmente restringido a un único período de diseño acumulativo, o pueden ser uno o más episodios perturbadores. Estas interrupciones pueden implicar grandes revoluciones. Así, la solución del problema se vuelve a conceptualizar, o bien aparecen pequeñas revoluciones en el propósito, proceso o producto.

2.4.2. El método de proyecto: una estrategia de cognición creativa y social

El diseño contemporáneo se enfrenta a la necesidad de responder a problemas complejos que muchas veces no son abordables por una única disciplina. En otras palabras, estos problemas se inscriben en diversos campos de conocimiento. Esta situación ha permitido que la disciplina del diseño experimente nuevas prácticas y maneras de gestionar el diseño y su investigación. Así, la disciplina del diseño transita en escenarios transdisciplinares y experimenta con métodos emergentes de tipo colaborativos, de innovación social, o multidisciplinares, entre otros. De esta forma se da una respuesta creativa a las necesidades o retos sociales y culturales de una sociedad/comunidad, en el contexto contemporáneo. De

ahí que la nombrada disciplina trabaja para encontrar y modelar soluciones concretas y viables que atienden a problemas sociales.

El proyecto de diseño permite que el diseñador gestione estas soluciones, a través de una propuesta metodológica efectiva. Al respecto, Cuevas nos señala que “el diseñador desarrolla una metodología de trabajo creativa que cuando se representa de forma sistémica muestra unos procesos de trabajo, en ocasiones inconscientes, que son extrapolables a otras disciplinas o prácticas profesionales; *Design Thinking*” (2018, p.15). En efecto, el diseño ha sistematizado sus modos de pensar y la forma particular que posee para enfrentar las problemáticas, pero es preciso que al momento de analizar perciba al mundo real como una totalidad, de manera holística y con un pensamiento sistémico. Hablamos de observar los problemas de manera total y no en parcelas, es decir, una nueva forma de comprender la realidad, que permita nuevas conexiones entre conceptos e ideas abordadas.

Sin embargo, el método de proyecto del diseñador ha tomado diversos y nuevos matices desde sus primeras apariciones. Al respecto, el cierre de la ULM en 1968 y la dispersión de sus profesores permiten que el modelo metodológico proyectual se extienda por el mundo. El diseñador alemán Gui Bonsiepe inicia su trabajo en Chile, incorporando en el discurso y práctica del diseño nacional el *sentido proyectual* e integrando el diseño en las industrias e instituciones estatales chilenas. Al respecto, en 1971 se crea la nueva Sección de Diseño Industrial, del Instituto de Investigaciones Tecnológicas -INTEC- de CORFO. Este era dirigido por Bonsiepe, en la fabricación de productos industriales solicitados por el gobierno socialista para la solución de problemas sociales masivos, reducción de la dependencia tecnológica y el desarrollo de la industria nacional, surgiendo el primer grupo de productos diseñados en el país y fabricados masivamente: dosificadores de leche, vajilla de loza, mobiliario, calculadoras, maquinaria agrícola, etc. Si bien Bonsiepe influyó en los contenidos curriculares de escuelas de diseño, nunca fue docente en Chile.

Vemos como el método de proyecto, en Chile, nace con una orientación claramente social, aunque en el año 1973, luego del golpe de estado, desaparecen estos procesos de diseño liderados por Bonsiepe. Pero el método de diseño sigue con vigencias aún en la actualidad, sobre todo en la enseñanza del diseño. De hecho, su aplicación en la resolución de problemas sociales o prácticos, es un conocimiento necesario y crucial en la disciplina.

Los procesos de desarrollo de un proyecto y la solución que se da a los problemas provienen de la filosofía pragmática. Este pensamiento “establece que los conceptos son entendidos a través de las consecuencias observables y que el aprendizaje implica el contacto directo con las cosas” (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey, s.f, p.2).

Desde el ámbito educativo, basándonos en la definición del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey (s.f.), podemos precisar al método de proyectos como experiencias de aprendizajes complejas y que dan solución a problemas del mundo real, una estrategia de construcción de aprendizajes significativos y centrada en los conceptos y principios propios de una disciplina y como un proceso que evidencia resultados reales y globales de aprendizajes en contextos significativos. El método de proyecto es utilizado por distintos estudiantes para enfrentar o resolver distintas problemáticas de diseño – consignadas o construidas. Así podemos observar su aplicación en el desarrollo del último proyecto en etapa de formación –las tesis o memorias de diseño. Transformándolo sin duda un documento académico rico como objeto de estudio, de aplicación y de aprendizaje disciplinar, que además permite al estudiante construir sus propias representaciones de problemas o tópicos complejos; conectar intereses, habilidades y contenidos, profundizar en temáticas relevantes y de interés actual y local, conectar experiencias previas y cotidianas con sus aprendizajes y desarrollar niveles superiores del pensamiento, dado que integran, sintetizan, critican y evalúan información; pero también planifican, investigan, consultan, construyen, prueban o ensayan, revisan o retroalimentan, presentan y demuestran. Todo a través de un método aprendido y canalizado como una estrategia de cognición creativa, social y disciplinar.

Mediante esta estrategia creativa o método vemos que las temáticas se vinculan a las metas u objetivos planteados, además de las grandes ideas disciplinares. De alguna manera las ideas de proyecto nacen principalmente: 1) de los conceptos disciplinarios; 2) de las preguntas y problemas propios, disciplinares y del entorno; 3) de la relación con el contexto social y cultural, concerniente a controversias o situaciones actuales o de interés global, nacional, regional, local o translocal; y 4) de la observación y detección de necesidades o servicios de un grupo social.

Ahora bien, si tomamos a Soliz (2012) y su mirada acerca del proyecto en ámbitos sociales y culturales, nos encontramos con una estrategia mayor. Una que, para el autor, parte en el *contexto de origen*, con una meta clara, y que engloba al proyecto de una sociedad,

de un cliente y del diseñador. Cuando estos proyectos se intersectan es cuando se cumple o no la función del diseño; ya sea una función de ornamentar o comunicar, aunque esta última es necesaria para la mayoría de proyectos. En definitiva, el objeto diseñado sirve a un proyecto mayor, inicialmente como objeto ideal no tangible, para luego ser materializado por diferentes medios.

El proyecto es un vehículo que permite que el *objeto mental o ideal* se convierta en un *objeto tangible*. De alguna manera lo humano y lo objetual se entrelazan; una unión que parte en la observación de necesidades sociales que se transforman en categorías conceptuales creadas en y por la cultura. De tal modo que los objetos creados a través de los proyectos se convierten, para una sociedad o civilización, en *objetos de uso cultural*. Así, es la cultura específica la que define las necesidades, transformando el origen del *diseño* en un contexto. De hecho, los contextos inevitablemente confluyen, generando un cruce entre la cultura del contexto de origen y la cultura hacia la cual se llega. De tal forma, el diseño se desplaza de la comunicación hacia la cultura, con procesos de socialización diferentes. Al respecto, los procesos de comunicación ya no se piensan desde la disciplina, sino que lo hacen a partir de los problemas y las operaciones del intercambio social, es decir, desde las matrices de identidad y los conflictos que articula la cultura. En definitiva, durante el *proceso de diseño* interactúan la cultura de origen y la de llegada, pero esta interacción no debe medirse solo de manera funcional o desde la comunicación, sino que puede hacerse a partir de la cultura y sus procesos (Soliz, 2012).

2.4.3. Temas, discursos y tópicos del proyecto de diseño que emerge en sociedad

El diseñador, a través de sus proyectos, se enfrenta y relaciona con diversas temáticas. Estas temáticas que se desarrollan en los proyectos de diseño nacen en principio del pensamiento del creador, con una estructura propia. Sin embargo, estas temáticas individuales se transforman en un lugar común, dando cabida a ciertos tópicos para el diseño. No solo eso; la propia elección temática visibiliza las posturas ideológicas del creador/diseñador, del perfil profesional, de la institución, de la sociedad y la nación. En palabras de Mazzeo y Romano: “el diseño debiera poder convertirse en una voz al alcance de todos los integrantes de nuestra sociedad” (2007, p.97).

Creemos que en la historia del diseño es posible identificar ciertas tendencias o relatos dominantes que van configurando la comprensión de este campo a la vez que van generando tópicos, discursos y cánones para la disciplina del diseño gráfico, su enseñanza y proyectos.

Conocer qué se ha escrito y cómo se ha abordado la historia del diseño gráfico y quiénes son los actores que la cuentan, permite estar al tanto de cuáles han sido las reflexiones y abordajes que se han realizado en la disciplina, mientras intentamos construir, algunos discursos y tópicos propios.

De esta manera nos encontramos con los distintos tipos de historiadores del diseño: académicos; educadores; y profesionales del área, quienes, desde sus distintas perspectivas y prácticas específicas, han orientado la construcción de la historia y los discursos del diseño gráfico. Un relato que desde su presente intenta buscar su pasado y así allanar el camino para su futuro. Así, mientras se intenta definir la historia del diseño gráfico, a la vez se proponen nuevas formas de avanzar (Triggs, 2011). Creemos que al observar su pasado podemos interpretar un discurso y ciertos tópicos dejados o asumidos por la disciplina y sus proyectos.

Mientras otras disciplinas del diseño, como la de moda o industrial, poseen una tradición de archivar, documentar, escribir críticamente y publicar su historia, el diseño gráfico sigue en busca de su pasado. Estas disciplinas han abordado los objetos diseñados, los movimientos de diseño -destacados diseñadores y la historia de la profesión- y la relación del diseño con otras áreas, como la cultura material. En cuanto al diseño gráfico, sigue la sensación de que su historia está menos establecida como disciplina (Triggs, 2011). Con esto, se dificulta la interpretación clara de sus discursos y tópicos.

Al remontarnos a 1983 nos topamos con la primera conferencia que reúne de manera formal a académicos, educadores y profesionales del diseño: Primer Simposio sobre la Historia del Diseño Gráfico, evento que tuvo como objetivo compartir información y determinar acontecimientos, fuerzas e individuos que contribuyeron a lo que hoy conocemos como diseño gráfico. Hasta ese momento la disciplina se dispersaba entre el pasado del arte, la impresión, la tipografía, la fotografía y la publicidad. Sin embargo, en este primer simposio se reflexiona sobre la necesidad de reconocer una historia propia para el diseño. Además, se hace una crítica distinta del diseño gráfico, para expresar ideas aplicadas.

El diseño se continuó desarrollando y con ello fue modificando sus temáticas, discursos, y tópicos como una forma de adaptar su hacer a los nuevos contextos sociales. Así, se

moviliza desde el individuo/cliente al comportamiento social en todas sus manifestaciones, es decir, un trabajo combinado entre diseñadores y la población de un territorio. De alguna manera el diseñador no solo comunica su creación o ideas, sino que su trabajo permite atender y visibilizar las exigencias sociales. Al respecto Carolina González nos dice:

Los diseñadores han utilizado sus trabajos para poder dar a conocer sus ideas y hacer públicas las reivindicaciones de la sociedad. Ellos, aun siendo poseedores de una identidad propia como individuo, poseen una marcada conciencia social y tienden a sintonizar e identificarse con los mismos intereses de la sociedad. Así es como reflejan en sus trabajos ese reclamo ya infundado, llenos de arte y creatividad, donde también se ve reflejada la identidad (2016, p.5).

El diseñador se identifica con los intereses sociales, por lo que también se relaciona con los distintos grupos de una sociedad. En otras palabras, el diseño se destina a posicionar a grupos, agregando valor para que puedan competir en el mercado. Aquí se observan dos objetivos de intervención: la política de carácter contra hegemónico o contracultural y la que busca la sustentabilidad económica, social y ambiental. En este relato encontramos evidencia para explicar el desplazamiento que el diseño comienza a evidenciar, desde el individuo al comportamiento social, que en el caso de nuestra investigación sería hacia un diseño patrimonial cultural. Sin embargo, detectamos que el objetivo final de la intervención estará permeado por los intereses políticos, económicos y/o sociales, que determinarán el objetivo final.

Se observan distintas estrategias y objetivos en las intervenciones, tales como resolver problemas concretos o empoderar a un grupo/comunidad, ya sea para producción independiente o para conformación de una conciencia política. Ahora, si observamos sus producciones, encontramos un mundo de artefactos que también se han ido adaptando a los contextos sociales, a los cambios tecnológicos y a las nuevas exigencias de la disciplina. Al respecto Vidal (s.f) nos señala que:

sobre la información relacionada al mundo del diseño gráfico y sus producciones, incluye una variedad de elementos visuales que el investigador no puede obviar: libros, obras de arte, entramados urbanos, arquitecturas, objetos (domésticos, industriales, lúdicos o estéticos), campañas publicitarias, señaléticas y diseño de modas; conjunto que compone un maravilloso mundo objeto-visual (Vidal, s.p.).

Asimismo, al observar los proyectos de título del diseñador gráfico de la Universidad de Chile podemos indicar algunas categorías temáticas de los proyectos desarrollados, tales como: patrimonio, mercantil, ayuda social, validación, sistematización o recopilación,

expresión artístico visual o audiovisual, investigación, estudio o análisis, posicionamiento, difusión e identidad visual, nuevas técnicas o tecnologías y enseñanza aprendizaje. Esto es una muestra de la variedad de objetivos y temas desarrollados por el diseñador en sus propuestas proyectuales. Además, nos dan una idea de los propios intereses y espacios de intervención de la disciplina.

En el diseño contemporáneo, más específicamente en el diseño emergente, el debate sobre la cultura ha estado ausente. Así, su discusión se ha centrado en las herramientas y métodos que utiliza, además de la participación y efectos ambientales, económicos y sociales de sus resultados. La falta de discusión impide que se transforme en un agente cultural y con ello social y ambiental (Manzini, 2016).

La cultura del diseño emergente es limitada y limitante, producto de la falta de debate. Manzini (2016) nos propone una solución desde el cultural-ismo y participación-ismo. Debemos volver a la discusión en temas de diseño, con criterios que permitan evaluar la calidad de las soluciones locales, a las visiones más amplias del mundo. Así, el diseño emergente es la forma de interpretar el diseño que está y el que aún no es corriente, pero que se expande para ser el diseño del siglo XXI, en un planeta limitado y conectado. De tal modo que el diseño emergente en proceso de transición es muy distinto a la construcción tradicional de Europa a principios del siglo XX. Este habla de un diseño como una actividad que utiliza la tecnología industrial de la época en los procesos de producción. Pero, el diseño cambia de objeto -productos, servicios y sistemas- a formas de pensar y hacer, es decir circula por los significados, métodos, herramientas, enfoques y culturas de diseño.

Otro cambio en la disciplina es la aparición del co-diseño que incluye variedad de actores -diseñadores y otros-. Además la propia definición de *diseño* se ha ampliado y se orienta a la aparición de tres significados diferentes para el término *diseño*: 1) *El diseño difuso*, centrado en la capacidad natural del ser humano, que combina sentido crítico, creatividad y sentido práctico; 2) *Experto en diseño*, enfocado en diseñadores profesionales, con habilidad y cultura de diseño; y 3) *Co-diseño*, como un proceso de diseño global, donde interactúan distintas disciplinas, actores y expertos del diseño (Manzini, 2016).

En la práctica, el *co-diseño* se entiende como los procesos de diseño orientados a soluciones y problemas con una naturaleza transdisciplinaria, mientras que el *diseño difuso* discute la importancia de divulgar las capacidades del diseño entre las diferentes partes

interesadas; es decir, la discusión sobre el pensamiento de diseño. Finalmente, al hablar de *diseño experto* nos referimos a la discusión de habilidades específicas de diseño y cultura. Así, el rol del experto está en cultivar, aplicar y visibilizar los métodos y herramientas del diseño emergente, pero no se limita solo a la técnica sino que además a la capacidad de análisis crítico y reflexivo, para el conocimiento, visiones y criterios de calidad orientados a las propuestas. En definitiva debe ser un portador de la cultura del diseño. Es decir, los conocimientos, valores, visiones y los criterios de calidad que nacen del diálogo y la discusión del diseño, su significado y la calidad de sus resultados (Manzini, 2016).

Para Guy Julier la cultura del diseño es una práctica contextualizada, con normas de práctica colectiva y compartida en o entre contextos. Para este autor el *diseño cultura* es principalmente una disciplina de estudio específica que produce expertos específicos, mientras que para Manzini (2016) es la cultura de los diseñadores de las comunidades en las que operan, o bien la cultura en la que se basa el diseño. Para este último autor, la *cultura del progetto* viene de la tradición del diseño italiano, desde donde la *cultura del diseño* se define como el *contexto significativo* del nuevo proyecto, con la producción de nuevos significados que pueden influir a su vez en la cultura en que crecieron. Así, la cultura del diseño desde su origen y naturaleza no es una sola unidad sino más bien una entidad plural que incluye distintas culturas, existiendo campos en los que el diseño investiga y discute.

El proyecto de diseño existe en un mundo material, donde los hombres viven y producen artefactos, y un mundo sociocultural donde los seres humanos interactúan, con ciertos lenguajes y significados. Desde el primer mundo, el proyecto resuelve problemas o se describe como una solución, mientras que desde el segundo mundo se describe la cultura de la que surgió, los criterios de calidad que adopta y los significados que lleva; de tal modo que la actividad humana y lo que producimos vive en ambos mundos. Sin embargo, mientras que en el mundo social la vida del artefacto es clara y socialmente construida, en el diseño emergente no ocurre lo mismo. Esto por dos razones: 1) por buscar la eficacia antes que la reflexión crítica y cultural cuando se enfrenta un problema, y 2) porque el resultado del proyecto son entidades complejas, híbridas y dinámicas, sin un lenguaje que permita hablar de ellas. En este sentido solo se discute sobre técnicas y resultados. Esta cultura orientada a la solución no permite crear un mundo más interesante (Manzini, 2016).

Las dimensiones tecnológicas, económicas y de gestión, poseen un papel central en el *diseño emergente*, al igual que las contribuciones culturales. Así mismo las acciones técnicas

y culturales dirigidas a soluciones también tienen un significado, de tal modo que brotan y plantean una cultura de diseño. En este sentido la cultura del diseño emergente hoy viene como *solución-ismo*. Este concepto, acuñado por Eugeny Morozovy se entiende como una ideología reductiva que nos conduce; es decir que las situaciones sociales complejas se simplifican con problemas y soluciones bien definidos. Así se identifican una multiplicidad de sub-cuestiones menos complejas. Pero la cultura del diseño emergente, también viene como *participación-ismo*, es decir, que para abarcar un problema grande y complejo, la innovación social, utiliza el desarrollo de iniciativas locales e involucra directamente a las personas afectadas.

El *participación-ismo* se justifica en el co-diseño, es decir, la participación de muchos actores en el proceso de diseño. Sin embargo, el *experto* dentro de este proceso reduce su rol a actividades administrativas estrechas, generándose la pérdida de las ideas creativas y la cultura del diseño. Por el contrario el *experto* debe ser un facilitador de los procesos donde los actores opinan y el experto sintetiza. Este resultado se conoce como *post-diseño*. Sin embargo, para Manzini (2016) *el experto* debe ser más que un facilitador, administrativo y visualizador, entablando un marco de diálogo con los actores involucrados, donde las partes escuchan mutuamente y pueden cambiar de opinión y converger hacia una visión común.

Finalmente, diremos que al momento de elegir un tema de proyecto, existen diversas posturas. Por un lado orientadas a planteos abstractos de índole especulativo/teórico, que en pocos casos consideran las reflexiones del entorno real, y por otro lado propuestas que abarcan un gran pragmatismo. Sin embargo, la consonancia de ambas posturas permitiría una posición mucho más equilibrada, con proyectos anclados a una realidad social y cultural (Mazzeo y Romano, 2007), aunque las autoras nos advierten que un exceso de pragmatismo podría anular los aspectos comunicacionales que caracterizan a las disciplinas proyectuales. Así, sus proyectos podrían orientarse hacia aspectos más funcionales o de resolución de necesidades, anulando la poética de este tipo de disciplinas.

2.5. Tramas socioculturales: la reconfiguración a través del proyecto de diseño

2.5.1. Los procesos de diseño en contextos sociales y de creación, a partir de una reflexión de base filosófica

Basándonos en Navarrete (2014) haremos un análisis sobre los procesos más íntimos del diseño a partir de una interpretación filosófica de los mismos. Con esta finalidad es que nos instalamos en las dicotomías entre la hegemonía de la *razón/intuición*, la *idea/sustancia* y lo *abstracto/expresivo*.

Se advierte sobre la poca reflexión que hace el diseño como disciplina en relación al inicio conceptual de la acción creativa. Es decir que se plantean dos posturas filosóficas sobre el proceso proyectual: *racional*, ligada al conocimiento teórico, e *intuitiva*, que niega al conocimiento teórico. Aunque se advierte lo limitante de la teoría sobre la creatividad, ambas posturas son la plataforma de la postura de los diseñadores, es decir, *abstracción* -racional- y *expresión* -intuición, materia, lo sensorial, lo empírico-. De esta manera, se dividen las visiones en los procesos de enseñanza-aprendizaje y en la práctica profesional, lo que finalmente es concretado en los proyectos de diseño desarrollados por los estudiantes. Sin embargo, pensamos que sus proyectos muchas veces nacen desde la intuición, pero son concretados y especializados mediante la razón.

Resulta importante para nuestra investigación comprender el proceso proyectual, sobre todo en el ámbito de la reflexión, no solo desde los espacios educativos, centrados en la mirada del docente y del estudiante, sino que además, intentando vincular estos procesos mentales del diseño, con los contextos sociales y las nuevas reflexiones que nacen en este proceso creativo como una construcción social. Al respecto, Navarrete nos señala que los conocimientos que tiene el diseñador son inherentes al proceso proyectual, es decir que de alguna manera los intervienen. Agrega que estos conocimientos “han sido incorporados a través de la educación formal, y también por otros caminos que tienen que ver con el contexto cultural en el que habita” (Navarrete, 2014, p.24).

En el ámbito educativo es el docente quien facilita el conocimiento y los aprendizajes, mientras que el alumno se encarga de interpretarlos y vincular tanto lo racional como lo intuitivo dentro del proceso creativo. Al respecto, creemos que a través del proyecto de título, entre otros soportes, nos es posible interpretar los conocimientos y competencias que posee el alumno de diseño, y también observar la influencia de la educación formal y sus avances

intelectuales junto a la experiencia del docente como autoridad. De hecho, es el profesor quien acerca al alumno a un conocimiento universal, además de aproximarlos hacia los contextos culturales y tradiciones específicas. Es más, el docente mediante sus posturas y elecciones temáticas en el proceso proyectual, deja entrever ideologías y aspectos sociales y culturales. En definitiva, el proceso creativo y proyectual nos permiten determinar cómo el alumno concibe las teorías e ideas en su formación, pero en un contexto cultural donde las tradiciones y teorías son propias de su época. En otras palabras, un contexto temporal desde donde nacen las ideas (Navarrete, 2014).

La tendencia latinoamericana influida por la Bauhaus nos permite pensar y aplicar una separación entre la teoría y la práctica proyectual. Esta creencia aún hoy se evidencia en las escuelas de diseño. De tal modo que conocer la teoría del diseño deja de ser necesario, e incluso en ocasiones se piensa que el conocimiento entorpece el proceso creativo. Con esta perspectiva se niega el componente cultural del diseño, y se asume una postura *light* (Rojas, 1995). Creemos necesario entender cómo se combina la teoría y lo que se percibe en la reflexión del proceso proyectual, y comprender el rol de la formación teórica en el diseño. (Navarrete, 2014).

Entendemos que la reflexión posee componentes *racionales e intuitivos*. Sin embargo, al observar el proceso proyectual, este tiende a valorar al pensamiento *racional y científico* por sobre el *perceptivo e imaginativo*. Pero son los conocimientos previos los que permiten surgir a los nuevos conocimientos, a través de relaciones de semejanzas que cada individuo realiza. Sin embargo, esta dicotomía en los procesos creativos permite el surgimiento de diseñadores que se inspiran en su *formación teórico-crítica*, mientras que otros enfrentan estos procesos de manera más *innata*. En este sentido, son las fuentes de la reflexión las que varían; por un lado las *bibliográficas*, cercanas a la formación teórico-crítica, y por el otro, la *observación* que nos lleva a la deducción de conceptos. Aunque cada camino posee sus fuentes para la reflexión, esta última posee tanto componentes racionales como intuitivos. En palabras de Navarrete “son dos caminos paralelos -no opuestos- para llegar al conocimiento” (2014, p.25).

Una mirada filosófica de la realidad nos remite a Platón, quien afirma que el sujeto posee conocimientos innatos que son estimulados por la realidad. Así se sella la apertura a la *tendencia abstracta* con su concepción de la *Idea*. Mientras que Aristóteles plantea que el mundo visible se conoce mediante la experiencia sensorial, incorpora la *sustancia* a la *Idea*.

Así, la tendencia *abstracta* y la *expresiva*, son las posturas para pensar y reflexionar en el diseño (Navarrete, 2014).

Desde el ámbito psicológico, se incorporan los aportes de Carl Jung, quien nos traslada desde la dualidad *razón* -abstracción- / *intuición* -expresión- hacia las variables de *sensación* y *sentimiento*. Estas últimas son variables que encontramos en el diseño. Jung entiende a la psiquis del ser en su totalidad; es decir, *consciente* -mente racional- e *inconsciente* -mente emocional-. Jung identifica cuatro funciones psicológicas: por un lado la *sensación* y la *intuición*, llamadas irracionales, y por el otro, el *pensamiento* y los *sentimientos*, llamadas racionales. En este sentido, las emociones -ira, miedo, amor, felicidad- estarían moldeadas por las experiencias adquiridas de la vida y por la cultura, es decir, que la mente emocional es más rápida que la racional.

En el proceso de enseñanza-aprendizaje existe objetividad y subjetividad. Algunos profesionales validan en la práctica empírica –lo aprendido en la calle- el conocimiento utilizado en el proceso proyectual, mientras que otros, la formación académica. Sin duda la experiencia del docente es valiosa, pero debe ir más allá de una opinión o gusto personal, debe acercar al alumno al conocimiento universal.

El conocimiento que nace en la razón se elabora en la reflexión teórica, aceptada por la comunidad científica específica. Este razonar se traslada al alumno, sin necesidad de experimentación personal, aunque es posible complementarlo con la práctica, para lograr una formación más acabada. Así, el docente, en el proceso proyectual, en ocasiones actúa sobre su opinión o recetas, que el alumno asume como objetivos de creación. Esta situación puede perjudicar su formación como proyectista con resultados que se diseñan a la manera del profesor. Si bien, en el ejercicio proyectual se estimula la creatividad a través del diseño de ensayo y error, tampoco el conocimiento teórico sólido suministra la solución proyectual (Navarrete, 2014).

En relación al conocimiento teórico y la ciencia en diseño, se observa cierta resistencia a la teorización en los talleres proyectuales. Esto impediría argumentar los diseños o buscar en la cultura y sociedad inducciones creativas. En este sentido el diseño se ha quedado en la investigación aplicada, con claras dificultades en la sistematización de los conocimientos, pero en una clara búsqueda hacia las ciencias puras.

Ahora bien, si basamos nuestro análisis en Aristóteles, observamos una relación de complemento entre teoría y praxis, que desde el diseño son entendidas como reflexión y actividad proyectual, respectivamente (Navarrete, 2014). Sin embargo, es difícil determinar cuánto hay de racional, de observación-percepción o de intuición dentro de la propia reflexión. Los profesores de la disciplina se enfrentan al desafío de trasladar el diseño y su formación al campo científico, en contextos sociales y culturales.

2.5.2. El vínculo del diseño gráfico con el patrimonio cultural y la retórica: una construcción discursiva del proyecto

El diseño gráfico se vale del patrimonio cultural para poder crear algo nuevo. Es decir, el patrimonio se transforma en premisas a partir de las cuales se pueden desarrollar nuevas argumentaciones. De ahí que el diseñador busca entre los distintos lugares o tópicos para poder enriquecer sus procesos de creación discursiva (Palacios y Rivera, 2008).

Para poder comprender este vínculo entre diseño gráfico y patrimonio cultural, tomamos algunos elementos de la retórica, a propósito de la insistencia de variados autores que señalan su presencia en todos los niveles del cotidiano (Gamonal y García, 2015: Lakoff y Johnson, 1980). Igualmente se hace presente en muchas disciplinas como el diseño, la arquitectura, la pintura, la moda, el cine, la literatura, entre otras (Gamonal y García, 2015: Barthes, 1970). Así, el discurso retórico se moviliza con fluidez en la publicidad y sus mensajes, textos o eslóganes, como también en las nuevas formas publicitarias, desde donde se reconocen aspectos propios de la retórica (Gamonal y García, 2015: Bermejo, 2013; Berlanga, 2013; y Llorente, 2013).

Entendemos que el diseño gráfico se apropia de los principios de la retórica, no solo a través de sus textos o mensajes, sino que principalmente a través de la materialización de estos principios, en una realidad social. Así, sus discursos se componen de aspectos verbales y visuales, con el fin de persuadir. Desde esta perspectiva su construcción discursiva influye:

en los cambios sociales, en las conductas, creencias y juicios de sus destinatarios en mayor o menor medida, desde la movilización de la audiencia para que ejecute una acción, a la “educación” de la audiencia para su respuesta consciente y distinción de valores, y su identificación en su caso (Gamonal y García, 2015, p.11)

En relación a las fases de la retórica, centraremos nuestra atención en sus primeras etapas -*inventio, dispositio, elocutio*- por ser las que participan del discurso gráfico en forma conectada en el proceso de creación. Mientras que memoria y *actio* se relacionan con la materialización del discurso, pasando desde el proyecto a la realidad. Al respecto se presenta la figura N°1, sobre las fases de la creación del discurso retórico, aplicadas al proceso creativo del diseño gráfico (Gamonal y García, 2015).

En este horizonte diremos que la *invención* o *inventio* es una de las operaciones de la retórica, esencialmente creativa, y se transforma en la condición necesaria para el desarrollo de las demás operaciones de la retórica -disposición, elocución, memoria y acción-. Esto porque sin ella no se contaría con la materia prima para el resto de las partes retóricas. Justamente, el fin de la *invención* es hallar los tópicos o ideas necesarias para construir los argumentos persuasivos.

Para Curtius (1955) la tópica es un *almacén de provisiones* que permitirá desarrollar los argumentos, en este caso los argumentos gráficos que nacen de los tópicos. Sin embargo, la *inventio* no pertenece a la creación, sino a la preparación del proceso discursivo, es decir, en ella se descubren y crean los argumentos del discurso. De hecho, se localizan en la memoria -*loci*- los temas o nociones generales, allí clasificados y almacenados. En este sentido, Palacios y Rivera (2008) vinculan los *loci* o ideas usables en el discurso, con los tópicos. Esta conexión se justifica en la existencia de redes de *loci*, que se transforman en una malla en la que cada recuadro se comienza a relacionar con el tema trabajado. Así surgen ideas que permiten ayudar al desarrollo de la argumentación. Se trata de un razonamiento que nos permite tener insumos y conexiones necesarias para desarrollar mensajes y discursos, en nuestro caso, gráficos. Así, el patrimonio cultural se transforma en un insumo para este tipo de *discursos gráficos*, además de un tópico del propio discurso disciplinar.

Figura N° 1:

Fases de creación del discurso retórico aplicadas al proceso creativo del diseño gráfico.



Fuente: Gamonal y García (2015, p.14).

Para la UNESCO, el patrimonio es el conducto para vincular a la gente con su historia. Encarna el valor simbólico de identidades culturales y es la clave para entender a los otros pueblos. En este sentido se puede afirmar que los tópicos forman parte del patrimonio cultural de una comunidad. Sin embargo, no se consideran verdades científicas, sino opiniones que al usarse de manera retórica actualizan tales opiniones. Así se generan nuevos argumentos, moldeando el pensamiento de auditorios específicos.

Palacios y Rivera (2008) recurren al esquema retórico pentiádico de Kenneth Burke. Este explica cada acto discursivo en relación con el *agente* o persona que realiza el acto: su *propósito*, con el que ha actuado, su *agencia*, en relación directa con los tópicos, y por ende, con el patrimonio. Es decir, los tópicos relacionados al patrimonio se transforman en los medios o instrumentos de que se vale el agente para actuar. Y por último, una *escena* o escenario del acto. Estos autores proponen, mediante este esquema retórico, el análisis de dos casos de diseño: el célebre Manual Tipográfico de Bodoni y el logotipo de los Juegos Olímpicos de México, 1968. A partir de este análisis interpretan el uso del patrimonio cultural en la conformación del mensaje gráfico.

Se concluye indicando que el patrimonio cultural es necesario para el diseño gráfico. Comprender la historia es la materia prima para crear. De esta manera, el diseño gráfico se transforma en un puente de diálogo entre el pasado y el presente, aportando de manera significativa al enriquecimiento cultural a través de sus proyectos.

Tercer apartado temático:

EL CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL COMO INSUMOS DE UN PENSAR HUMANO Y PATRIMONIAL EN EL PROYECTO DE DISEÑO

2.6. El contexto sociocultural de Chile: una invitación para el pensar proyectual en patrimonio cultural

2.6.1. Contexto sociocultural y económico de la disciplina del diseño: Modernidad, Posmodernidad y modelo económico capitalista

Al observar los orígenes del diseño como disciplina, es innegable su vinculación al mercado, puesto que su consolidación está marcada por lo que la tradición académica reconoce como Modernidad, a partir del hito de la Revolución Industrial (Margolin, 2012). Es así que sus orígenes la transforman en una práctica moderna. De alguna manera, esta consolidación es impulsada por una búsqueda equilibrada entre nuevos modos de producir y la apariencia de los objetos (Devalle, 2009).

En efecto, Devalle nos aclara que el diseño, como hoy se entiende, “surge en tanto práctica específica que se encarga de un problema moderno: el modo de ser y de aparecer de objetos, producidos a escala industrial y destinados a un uso/consumo masivo y cotidiano ” (2009, p.75). De esta manera, la autora asigna y vincula su origen a la Modernidad. Además, indica que el diseño se mueve en el mundo tecnológico, productivo y social. Sin embargo, indica que esto no siempre fue así. En efecto, señala al período de entreguerras como el momento en que esto se inicia, aunque se consolida en la segunda posguerra, vinculado a las reformulaciones del capitalismo.

Los procesos industriales y su masificación fomentan que el capitalismo moderno -como modelo y sistema económico- prolifere con fuerza en nuestra sociedad. En efecto, este modelo se ampara en una economía de mercado libre o en un liberalismo como doctrina política. Asimismo, Smith -considerado fundador de la ciencia económica- nos señala que “los gobiernos no deberán intervenir en la economía, restringiendo las libertades de los empresarios para producir y comerciar” (1958, p.3). No solo eso, sino que además el sistema

económico capitalista se orienta, -en esencia, para sobrevivir- hacia un crecimiento económico constante o una búsqueda de máxima rentabilidad (Domínguez y Carrillo, 2007). De ahí que la ganancia se transforme en el elemento estimulador del sistema.

Así la Escuela de diseño HFG-Ulm -fundada en Alemania después de la Segunda Guerra Mundial en 1953- nace como una estrategia de reconstrucción de la nación destruida y se cuestiona en sus últimos años -1968- la función del diseño en un sistema capitalista de mercantilización. Además, se pregunta la forma en que este modelo actúa como instrumento de control hegemónico. Estos cuestionamientos o investigaciones eran lideradas por Gui Bonsiepe, Tomás Maldonado, Claude Schnaid y Abraham Moles (Portal, 2016). La citada Escuela une en su modelo pedagógico las artes puras con el de arte aplicada y el diseño. Así se incorporan cursos con un carácter científico, donde se relaciona al diseño y la tecnología.

Como una forma de contextualizar temporalmente al capitalismo, sus estadios de desarrollo, y así entender el rol del diseño frente al modelo capitalista, Del Valle Orellana (1981) identifica cuatro fases sobre las que transita este modelo económico: comercial, industrial, financiera y tecnológica. Así, la autora sitúa a la primera fase del Capitalismo Comercial o Mercantilismo entre el siglo XV y finales del siglo XVIII, la cual caracteriza como una fase donde la generación de riquezas se da por la vía de las actividades comerciales. La segunda fase, Capitalismo Industrial, es ubicada por la autora en los últimos años del siglo XVII y finales del siglo XIX, y se ve estimulada por la transformación de los medios de transporte, además de las nuevas técnicas y modos de producción en masa de la Primera Revolución Industrial; segunda mitad del siglo XVIII y mediados del siglo XIX.

A causa del modelo capitalista imperante, la Escuela de diseño HFG-Ulm “se encontraba frente a un dilema paralizante cuyas únicas alternativas implicaban la redefinición de la profesión -enfrentada a los modelos capitalistas de producción-, o la redefinición de estos modelos, pasando de una sociedad competitiva a una no competitiva” (Portal, 2016, p.38). Con posterioridad su educación es orientada a los procesos científicos y la producción en masa, así desaparecen los talleres artesanales y la escuela se alinea con el cientificismo del proyecto moderno. Es en la HFG-Ulm que el diseño, como disciplina, transita de un modelo teórico orientado a la estética aplicada a otro que “consideraba al diseño como una ciencia social y humana aplicada” (Ariza, 2007, p.53).

A su vez el capitalismo industrial permitió, con posterioridad, la unión de empresas y bancos, en la búsqueda de mayores ganancias. De esta manera, entre el último cuarto del siglo XIX hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial, transcurre el Capitalismo Financiero. En efecto, Barbosa, Medina y Vargas señalan que en esta fase financiera “los grandes volúmenes de dinero solo fluctuaban gracias a su participación en mercados locales e internacionales, convirtiéndose en el referente de acumulación” (2014, p.139). De manera paralela, a mediados del siglo XIX y comienzos del XX, acontecía la Segunda Revolución Industrial (Roel, 1998).

Enseguida, el capitalismo financiero permitió la llegada de empresas multinacionales. Estas comienzan a dominar la producción y venta de artículos. De esta forma se genera un monopolio que absorbe a la competencia y que permite la entrada del Capitalismo Monopolista (Domínguez y Carrillo, 2007). Este momento adquiere su madurez después de la Segunda Guerra Mundial.

Finalmente, desde 1945 hasta hoy se instala el Capitalismo Tecnológico, con un gran desarrollo en la electrónica, la cibernética, los satélites, la informática, la biotecnología, las comunicaciones en tiempo real, entre otros logros tecnológicos y científicos (Barbosa, Medina y Vargas, 2014; Pérez, 2009).

En virtud de estos cambios, llevados a un contexto latinoamericano, Oliver Mora señala a los años setenta del siglo pasado, como el momento en que aflora una tendencia orientada hacia una menor intervención estatal, agregando que “varios gobiernos comenzaron a adoptar políticas más orientadas hacia el mercado con una menor intervención estatal, siendo el caso de Chile, con la dictadura de Pinochet, el caso más extremo” (2008, p.8).

Más tarde algunos economistas identifican a la década de los setenta como el inicio de una nueva fase del capitalismo financiero, denominándola incluso como la Tercera Revolución Industrial, Revolución de la Inteligencia o Revolución Científico-Tecnológica; una fase caracterizada por el acceso a la información y el inicio de la Era de la Información.

Esta nueva Era de la Información se considera un periodo determinado, entre otras cosas, por la globalización y el neoliberalismo, además de presentar una revolución científica y tecnológica (Roel, 1998). Incluso Rifkin (2011) señala que la Tercera Revolución Industrial implica un nuevo paradigma económico orientado hacia una actividad económica sostenible y una sociedad más equitativa y compleja. Así también agrega que “las grandes revoluciones

económicas de la historia acontecen allí donde convergen unas nuevas tecnologías de la comunicación con unos nuevos sistemas energéticos” (Rifkin, 2011, p.14), situación que en palabras del autor se presenta en las tres revoluciones ya mencionadas.

Por consiguiente, en lo que corre del siglo XIX, la sociedad cambia de rural, agrícola y manual a urbana, industrial y comercial. Con posterioridad, y en el contexto de la globalización, la sociedad se introduce en las tecnologías de la información y así transita hacia una sociedad posmoderna, una que desde mediados del siglo XX y hasta la actualidad es para algunos autores la Revolución Informática.

En este contexto global y retomando al diseño como eje central, es menester indicar que esta disciplina se incluye al proyecto de la sociedad postindustrial, una vez iniciado el periodo de posguerra (Del Valle Ledesma, 1997). Sin embargo, Bonsiepe quien impulsa en Chile y Latinoamérica el modelo de HFG-Ulm -para las escuelas de diseño- señala que:

Mientras que en teoría, el diseñador debía ser el representante y el intérprete del interés de la sociedad como un todo, el diseño se ha transformado en un elemento estratégico de las políticas empresariales modernas, en las cuales la competencia por el precio, ha sido reemplazada por la diferenciación de los productos, desde el diseño (Bonsiepe, 1968, p.9)

De esta manera, como consecuencia de la incorporación del sistema capitalista a la sociedad, se ven afectadas “la conceptualización y praxis de las políticas públicas” (1968, p.3). Esto trasciende a la educación pública. De hecho, tanto el financiamiento como la eficiencia o no del sistema educativo se ven condicionados por el actual modelo de desarrollo económico y social (Mora, 2008). Del mismo modo, las estrategias de formación e incluso la *didáctica específica* (González, 2010) de diversas disciplinas comienza a modificarse y se adecúa a dichos cambios de modelos y de sociedad. Es más, en la actualidad los gobiernos de turno esperan que la educación superior o disciplinar se adapten a ciertas necesidades u objetivos económicos y sociales precisos. Así lo expresa la UNESCO en la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior:

Los gobiernos y sus electorados están ejerciendo una presión cada vez mayor sobre las actividades autónomas de enseñanza e investigación de las universidades financiadas por el Estado. Actualmente no se pretende simplemente mejorar el nivel educativo general de la población y los resultados de la investigación científica sino que se concede mayor importancia a la adaptación de la educación y la investigación universitarias a objetivos económicos y sociales concretos. (UNESCO, 1998, s. p.)

En este sentido, y situando al diseño gráfico como una forma de comunicación visual, Del Valle Ledesma (1997) señala que el diseño siempre estará determinado por el contexto y tendencias del poder económico, político y socio-cultural. Además la autora agrega y se cuestiona: ¿a qué vida social satisface el Diseño Gráfico?, dejando entrever la necesidad y capacidad de adaptación del diseño gráfico, en virtud de los diversos contextos y tiempos en que se desenvuelve como disciplina y profesión. Cardona y Castañeda indican que los diseñadores “han de diseñar servicios y productos surgidos del capital social y el patrimonio cultural de la comunidad misma” (2016, s.p). Paralelamente podemos intuir un dinamismo en la formación disciplinar. Incluso el propio reconocimiento del diseño como disciplina se produce como consecuencia de diversos cambios económicos y sociales a mediados de los años 40’ (Mazzeo, 2014); idea que refuerza María Del Valle Ledesma (1997) quien identifica a 1945 como el año en que la producción de los objetos se modifica, lo que permite al diseño ser un factor más dentro de esta producción.

Este es el caso de una de las escuelas consideradas como conformadoras del campo disciplinar del diseño y cuya “enseñanza se constituyó en un hito en la consolidación de lo que luego serían las escuelas de Diseño” (Arfuch, Chaves y Ledesma, 1997, p.21). Sus aportes pedagógicos para el diseño, aún hoy, sirven de base para muchos currículums académicos actuales (Ariza, 2007).

Esta es la Escuela Bauhaus de Alemania, donde a raíz de los cambios sociales y la modificación en los sistemas de producción, su sistema de enseñanza decanta en reformas educativas. Tales modificaciones se orientan a una formación de artesanos productores de objetos. Conrads (1970), nos recuerda lo expresado en 1926 por el arquitecto fundador de la Bauhaus, Walter Gropius: “Los productos realizados en gran cantidad según modelos de la Bauhaus deben resultar rentables gracias a la utilización de todos los modernos medios económicos de la estandarización (producción en serie por la industria) y al gran consumo” (1997, p.24). También agrega:

Los talleres Bauhaus son esencialmente laboratorios en los que los prototipos de productos adecuados para la producción en masa y típicos de nuestro tiempo se desarrollan cuidadosamente y se mejoran continuamente. En estos laboratorios, la Bauhaus quiere entrenar a un nuevo tipo de trabajador para la industria y las artesanías, que domine tanto la tecnología como la forma. (Gropius citado en Conrads, 1970, p.96)

A través de las palabras de Walter Gropius se puede concluir que la escuela Bauhaus permanece atenta a las nuevas orientaciones productivas, en una sociedad moderna y capitalista donde el gran consumo comienza a diseminarse sobre la sociedad.

Sin embargo, Costa (2014) nos señala que pasamos de una cultura y economía productiva basada en los productos y la producción a un nuevo paradigma centrado en los servicios y la gestión. Este cambio de paradigma influye en el devenir del diseño. En palabras del autor “el Diseño gráfico era hijo de esta cultura material de producción, de ideología capitalista, que llevó desde mitad del siglo XX a la cultura de masas y a la sociedad de consumo” (p.99).

Estos cambios socioculturales trascienden y alientan el surgimiento de un nuevo ideal pedagógico. Así la educación transforma sus métodos y técnicas de enseñanza con otros pertenecientes al mundo gerencial de la empresa (Díez, 2010).

Sin embargo, así como el campo del diseño y la educación se ven influidos por el *modelo de mercado* -fuertemente arraigado en nuestra sociedad- este modelo repercute potentemente en todos los sectores de la vida social. De esta manera modifica la economía, la política, la cultura, los modos de vivir y consumir, por mencionar algunas áreas. La sociedad cambia sus principales parámetros socioeconómicos y culturales. Así abandona a la sociedad industrial para transitar a nuevos periodos con otros desafíos.

En este sentido, los grandes cambios que nuestra sociedad ha experimentado en lo que corre de su historia, permite a diversos autores denominar, tipificar y caracterizar los distintos periodos y sus respectivos cambios. De ahí que varios autores señalan y caracterizan, desde diferentes perspectivas, el periodo que sigue a la Modernidad. Así Lyotard (1987) y Vattimo (1990) introducen el concepto de *sociedad posmoderna*, mientras que Katona (1968) la califica como *sociedad de consumo*: Bell (1973) al igual que Bauman (1999) la llaman *sociedad postindustrial*; e incluso para Dahrendorf (1959) es post-capitalista. Otros autores más recientes la denominan como *modernidad tardía* (Giddens, 1993); *segunda modernidad* (Beck, 1998); *ultramodernidad* (Marina, 2000); *modernidad líquida* (Bauman, 2003); *sobremodernidad* (Augé, 2007); entre otros.

Jameson en su obra “*El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*” refiere al teórico marxista Ernest Mandel para indicar que esta nueva sociedad se puede considerar como una etapa del capitalismo, “un tercer momento en la evolución del capital” (1991, p.14), siendo la etapa más pura del mismo. Asimismo, para Jameson (1991) el

posmodernismo es la lógica cultural del capitalismo avanzado. Sin embargo, para otros autores, como Bell (1973), la estructura de la sociedad no se ha modificado y se mantiene en los mecanismos modernos, mientras que la cultura sí lo ha hecho, transformándose en posmoderna, hedonista y consumidora.

Asimismo, Lipovetsky (2005) señala que la *Era del Vacío* o la *Era del Individualismo Posmoderno*, como la denomina, se visualiza con más fuerza en las sociedades democráticas avanzadas. Una nueva etapa que rompe con el ideal moderno de sometimiento a las reglas racionales colectivas. Se recorre un cambio sociológico global, una búsqueda basada en la propia identidad, dejando atrás la “universalidad que motiva las acciones sociales e individuales” (1983, p.8). Benavides, basándose en Lipovetsky, señala al actual estado social como “cultura de la conservación posmoderna” e identifica tres paradojas principales:

Cuanto más nos atrae lo efímero, más nos entusiasma el pasado. Entre lo efímero y el pasado (formas de percibir el tiempo) está el patrimonio (el tiempo como unidad ahistórica. Referencia a la Estética).

Cuanto más se despliega el individualismo (autonomía subjetiva), más se evoca la vuelta de lo religioso. Exigencia de las identidades regionales y nacionales. (Preocupación por la Tradición).

Cuanto mayor es el egocentrismo, más aumenta la conciencia de responsabilidad eco-lógica (Ecología), (Benavides, 1995, p.32).

Así, podemos afirmar que no existen consensos definitivos en la delimitación temporal y caracterización de nuestra sociedad. Pero nos resulta relevante comprender en términos generales los contextos sociales, culturales y económicos que rodean a la disciplina del diseño. Esto es así pues, como ya se indicó, el diseño siempre estará determinado por el contexto y tendencias del poder económico, político y socio-cultural (Del Valle Ledesma, 1997).

A pesar de lo expuesto, el posmodernismo para varios autores va quedando atrás. Es por esto que indagamos en las nuevas categorías sociológicas que nos advierten del inicio de un nuevo periodo o era -entendida esta como la post-posmodernidad- con nuevas y diversas teorías que avalan esta transición. Indagar en estos cambios sociales nos permite situar a la disciplina del diseño en un marco más preciso. Así pues algunos autores denominan a este periodo como: *Performatismo* (Eshelman, 2000), *Hipermodernidad* (Lipovetsky, 2005),

Automodernidad (Samuels, 2008), *Digimodernismo* (Kirby, 2009), *Altermodernidad* (Bourriaud, 2009), *Metamodernidad* (Vermeulen y Van Der Akken, 2010), entre otros.

Ahora bien, este cambio social no significa el fin de la *Era del Consumo*, aunque sí podría acarrear nuevas formas de consumir en la búsqueda de “calidad de vida, pasión por la personalidad, sensibilidad ecologista, abandono de los grandes sistemas de sentido, culto de la participación y la expresión, moda retro, rehabilitación de lo local, de lo regional, de determinadas creencias y prácticas tradicionales” (Lipovetsky, 2005, p.10). De ahí que para Benavides la sociedad actual es compleja y cambiante, provocando problemas para su reflexión. Su velocidad de cambio impide pensar en ella, antes de un nuevo cambio: “precisamente ahora, al interior de esta compleja sociedad estamos obligados a defender el patrimonio cultural” (Benavides, 1995, p. 32)

2.6.2. Estado-Nación como articulador de identidad, cultura y patrimonio de Chile

Chile comienza su conformación como república independiente en el siglo XIX cuando se inicia la delimitación actual de sus fronteras y nace una unidad político administrativa más amplia. Este nuevo escenario del territorio nacional identifica las expresiones culturales propias y hace suyas a las culturas Aymara, Mapuche, Rapa Nui, Diaguita, Kolla, Quechua, Kawéskar y Yagán, (Durston, 2003). Estas culturas son las que Arenas (2014) denomina Naciones indígenas, y así las diferencia de las Naciones no indígenas, donde identifica la Huasa, la Chilota, la Patagónica -aiseninos y magallánicos-, la Nortina, la Atacameña, la Germano y lacustre. Asimismo, el Estado chileno a través de la Ley Indígena N° 19.253 reconoce, hoy, a nueve pueblos originarios: Aymara, Quechua, Atacameño, Colla, Diaguita, Rapa Nui, Mapuche, Yagán y Kaweskar.

Esta amplia gama de etnias, con sus expresiones culturales, se suman a la influencia del colonialismo español que, con su lenguaje y costumbres católicas, intervienen los valores y tradiciones propias del territorio nacional. En este sentido para Villalón y Pagés (2015) el hecho de obligar a los pueblos indígenas a abandonar sus lugares históricos -para vivir en otros contextos- modificó en muchas ocasiones sus tradiciones y sus costumbres. Asimismo Arcos agrega:

El indígena de hoy ha sufrido cambios y transformaciones, por lo que se puede encontrar diferencias en comparación con los de la época colonial, incluso, hasta hace 60 años. Sin embargo, a pesar de los cambios, mantiene ciertos rasgos culturales de su origen sin renunciar a su identidad,

misma que se expresa en formas de vida comunitaria, comunicación oral a través de su lengua madre, relación con la naturaleza, una estructura propia de organización social, medicina y una sabiduría ancestral (ciencias indígenas), (2010, p.126).

Hoy, este mestizaje junto a la permanencia de ciertas tradiciones y costumbres de los pueblos originarios, permiten comprender los orígenes de la identidad del pueblo chileno. De alguna manera, Waldman nos refuerza esta idea al referirse al proceso de construcción del Estado en Chile. Así señala que durante este proceso Chile sienta soberanía sobre el territorio araucano, con la intención de incorporar el territorio araucano al proyecto nacional. Esto lo hace “eliminando las diferencias para ponerlas bajo el control de una cultura nacional chilena al estilo del modelo europeo- extendiendo hacia ellos los instrumentos jurídico-legales y asumiendo que la educación sería el principal mecanismo de su transformación en ciudadanos” (Waldman, 2004, p.100). Es más el autor agrega que:

Las formas republicanas de gobierno y el laicismo racionalista, inspirados en el modelo enciclopedista europeo, se extendieron política e intelectualmente de manera hegemónica en toda la sociedad chilena, al tiempo que la sociedad consolidaba su autorreconocimiento como monolítica, criolla, cristiana, occidental y racialmente homogénea (Waldman, 2004, p.99).

Así, con el correr del tiempo, Chile aúna un conjunto de tradiciones culturales comunes, con costumbres propias y actividades que expresan su cultura dentro de un territorio geográfico. Una unidad política que en gran medida permite el nacimiento de la Nación. Así, para Castillo (2012) el Estado-Nación es un tipo de Estado territorial moderno. Es más el autor se basa en Hobsbawm (1991), para señalar que son los Estados modernos quienes crearon a las naciones, pero se fundamenta en Gellner y agrega que son las culturas nacionales “las que definen y crean las naciones” (1988, p.8). Siguiendo con este fundamento añade que:

El nacionalismo no corresponde al despertar de las naciones, sino que es este nacionalismo el que inventa naciones donde antes no existían. De esta manera, la vía nacionalizadora correspondería a la relación entre la educación y la comunicación de los individuos, haciendo posible la aceptación de una cultura superior, la que es decodificada y difundida por medio de la educación de Estado (Gellner, 1988, p.8).

Por su parte, Daza concibe a la nación como “una matriz identitaria colectiva fundada en un espíritu, en un carácter propio a cada pueblo particular y producida por una maduración histórica más o menos extensa” (1998, p.1) y agrega que “la nación supone entonces esa forma de identidad colectiva a la que se denomina comúnmente identidad nacional” (1998,

p.2). Ahora bien, en la concepción moderna de nación encontramos el concepto de Estado, a través del cual podemos dar forma territorial y política a estas identidades colectivas. Sin embargo Castillo nos aclara que “no fueron las naciones las que se dieron a la tarea de crear los Estados modernos” (2012, p.8), más bien fue a la inversa, así “estos Estados forman parte del resultado contingente de una serie de eventualidades históricas” (2012, p.8).

Es preciso indicar que cuando el Estado no reconoce las identidades del territorio, estas se transforman en *minorías nacionales*, dentro de una sociedad dominante, dejándolas fuera de un mismo cuerpo político (Daza, 1998).

El Bicentenario de Chile en 2010, abrió un camino que ha permitido al pueblo y su Estado reflexionar en torno a la nación y la identidad de este país, desde la conmemoración de su independencia de España hasta la fundación de la vida democrática.

En el año 2000 el entonces Presidente Ricardo Lagos crea la Comisión Bicentenario, que permite orientar los objetivos propuestos para tal celebración y que más tarde Michelle Bachelet continuaría en el 2006. Estas iniciativas permitieron que numerosos autores reflexionaran en torno al tema, dejando sentadas algunas propuestas teóricas en torno a los desafíos futuros, a la identidad y a la historia del país y la nación, entre otras temáticas. Se da cuenta de una nación diversa, múltiple y complementaria (Silva, 2008).

Ahora el Estado se orienta hacia la unidad política, jurídica y territorial. La identidad chilena no es algo tan claro, o se aleja de un consenso absoluto. Silva nos advierte al indicar que la identidad es “dinámica y cambiante, refiere tanto a lo que hemos sido como a lo que somos, y aún más a lo que queremos ser” (2008, s. p). Entonces, existen variadas interpretaciones de la misma, abordadas desde “...la versión militar-racial, la versión psicosocial, la versión hispanista, la versión de la cultura popular, la versión católica esencialista y también la crítica, y por último la versión empresarial o neoliberal” (Larraín, 2001, pp. 479-480).

Para comprender al Estado chileno y sus avances culturales es preciso delimitar, a grandes rasgos, sus facultades o influencias en la población, principalmente a través de una valoración y fomento cultural por parte del Estado. Orientados a ese fin, diremos que entre los años 1924 y 1970, el Estado Chileno influye sobre las situaciones de vida de las personas que habitan su territorio, extendiendo así sus facultades y gasto social. Articula organismos

gubernamentales, con miras a un “Estado de Bienestar” y una visión desarrollista, orientada a la industrialización y la democratización.

Estos objetivos orientados al bienestar social y al desarrollo del país se ven de alguna manera truncados por la crisis de 1929, y son retomados en 1940. Recién logran afianzarse con más fuerza en 1960, cuando su énfasis se orienta hacia la educación, la salud, la previsión y la vivienda. En este periodo resalta, la creación de ministerios, juntas y servicios a nivel nacional. Sin embargo, el rápido crecimiento de la población impidió que los beneficios del Estado llegaran a toda la sociedad, que ya se establecía con nuevos sectores, como las capas medias y populares.

La gestión cultural del Estado chileno sostiene un modelo de desarrollo económico y social. Este modelo permitió un mayor progreso cultural, a través de políticas culturales al servicio del desarrollo socioeconómico. Así el Estado enfatizó en “...los servicios de cobertura educacional y la difusión de valores culturales homogéneos que permitieran generar una idea de nación consistente” (Bastías, 2008, p.18). Se entiende así que es a través de la educación que se inculcan pautas culturales en los individuos. Esta conciencia del rol que cumple la cultura en las economías se ha diseminado tanto a nivel local, nacional e internacional. Hoy más que nunca existe la comprensión de la cultura como un componente integral de la economía. De esta manera crece la economía y la cultura.

Entre los años 1950 y 1960 surgen políticas orientadas a democratizar la cultura. La cultura entonces entra en los objetivos del Estado de Bienestar, antes enfocado en superar las carencias económicas; prioridad que apartaba del disfrute cultural a un gran sector de la población. El Estado centra su interés en la demanda, aunque finalmente actúa a través de la oferta cultural, predestinada a hacer crecer el consumo. Se entiende entonces la existencia de una demanda latente a activar (Rubinich, 1993; Harvey, 1990 y Gobierno Vasco, 2013).

El hito, que sin duda es relevante en este camino hacia la valoración y fomento cultural por parte del Estado chileno, se produce varias décadas después. En el año 2003, como una forma de valorar y preservar la cultura, el Estado chileno establece el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. El comienzo del camino a la institucionalización de la cultura, no fue un recorrido fácil para Chile. Tampoco ha pretendido obligatoriamente un desarrollo formal de políticas públicas en cultura. Sin embargo, la cultura pasa de ser un privilegio para grupos

de elite o grupos dominantes, a ser pensada como un derecho colectivo e individual. Además de un aporte, al desarrollo económico y social de la población (Antoine, 2012).

Según la clasificación de Antoine la primera gran etapa cultural para Chile se da entre 1810-1960 y es llamada *la acción cultural del Estado*, cuyo objetivo principal era aportar con la civilización de la población, además de transmitir los valores culturales. La educación y las universidades públicas -en este periodo- asumen un rol primordial, y los espacios culturales principales son: “el Ágora de la Universidad, el Ateneo de las artes y la sala principal del Teatro Nacional” (2012, p.148).

Este autor ubica una segunda gran etapa entre los años 1960-2010. La denomina la *etapa de las políticas culturales*, donde los gobiernos chilenos se interesan en la relación existente entre educación y cultura. Las élites artísticas y la comunidad escolar siguen siendo el foco objetivo de beneficios, promoción y financiamiento. Mientras las universidades estatales, que fueron protagonistas de la creación particular y las vanguardias, pierden su sitio al politizarse con nuevas ideologías que poco a poco van perjudicando sus presupuestos y las alejan del ciudadano medio. Aparecen en esta etapa nuevos espacios para la cultura como: “las bibliotecas públicas, los museos y las recién estrenadas «casas de la cultura»” (Antoine, 2012, p.150). Estas casas culturales asumen dos focos de acción: “animación sociocultural (allí cuando más cerca estén de las bases) o de administración cultural (allí cuando más cerca estén del mercado)” (2012, p.150). En esta etapa además se fundan las primeras leyes que promocionan y protegen a las industrias culturales, mientras el mecenazgo estatal se mezcla con el de la empresa privada y los particulares.

Finalmente, del 2010 en adelante se destaca una etapa que este autor nombra como *etapa de las políticas públicas en cultura*. Encontramos leyes de mecenazgo, con una valoración y desarrollo de las industrias creativas, que con nuevos subsidios enfrentan a la demanda cultural y la necesidad de rendir cuentas en cultura: o *accountability*. Comienza a evaluarse a la cultura de manera integral.

Clarificamos y estrechamos aún más las etapas ya mencionadas. Entre 1930 y 1960 Chile, en un contexto de polarización política, vive la democratización de su cultura, es decir, intenta ponerla al alcance de la mayor población posible como un bien colectivo. Se genera una demanda por cultura, donde la propia oferta cultural genera una demanda latente. Esto se conoce como *extensionismo* (Rubinich, 1993). Este modelo, a través de la política

cultural, interpreta las necesidades, transforma la realidad, e integra el saber popular y las perspectivas particulares, conociéndose también como *política cultural de lógica descendente* (Bassand, 1992). Se inician las industrias culturales, ofertando productos de la cultura, mejorando el capital artístico cultural del país. Sin embargo, la cultura sigue siendo un subsector de la educación y se lucha contra el analfabetismo, mediante la promoción del libro y la lectura. Igualmente el mecenazgo cultural del Estado se evidencia durante este periodo (Antoine, 2015; Harvey, 2006).

Entre 1960 y 1970, el país continúa en una polarización política y se sigue desarrollando y democratizando en cultura, intentando alejarse del “paternalismo” que se imputaba a las políticas de democratización. Sin embargo, el énfasis pasa del objeto cultural a la persona, lo que Rubinich (1993) denomina *basismo* o también llamada *lógica ascendente* por Bassand (1992). En teoría, se centra en la demanda cultural (Harvey, 1990; Gobierno Vasco, 2013). La cultura sigue siendo un subsector de la educación y ya el Estado no puede eludirla, por tanto aparecen las primeras *políticas culturales*. Por ejemplo, en 1966 se destaca del Estado chileno su incorporación o adopción al *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales* de la ONU, ratificado en 1972 y promulgado como Ley recién en 1989 (Acosta, 2011).

Entre 1970 y 1990, la cultura en Chile vive un periodo de cambios profundos. En la década de los años setenta, Chile por la vía democrática elige a su primer gobierno socialista: el de Salvador Allende y la Unidad Popular: 1970-1973. Este gobierno, se convierte en el primero del mundo en su condición de socialista elegido democráticamente.

Se inicia un periodo de grandes cambios sociales, económicos y políticos. Este camino al socialismo se hace por una vía pacífica, y se conoce como la *vía chilena al socialismo*. Se construye un Estado Popular con una economía principalmente estatizada. El conocimiento se democratiza y llega a todo el pueblo, sin importar su condición económica. El Estado y su política nacional, se encargan del acceso al arte y la cultura, mediante los medios de comunicación y la educación. Se abren nuevos espacios culturales. De hecho, se expropió la empresa Zig-Zag y se transformó en una editorial estatal: la Editorial Nacional Quimantú, creada en 1971 por el gobierno de la Unidad Popular. De esta manera se socializa el conocimiento, con precios populares para libros. Sin embargo, una vez ocurrido el golpe militar se destruyeron muchos de estos libros de autores tan reconocidos como Gabriela Mistral, Jack London, Pablo Neruda y otros autores (Subercaseaux, 1997; Corvalán, 2003).

El pueblo y el gobierno reconocen a una serie de artistas e intelectuales, que se desarrollan y dan nacimiento a la Nueva Canción Chilena. Este movimiento musical fundía los valores del folklore con la práctica de músicos de formación académica. (Corvalán, 2003). El término de Nueva Canción Chilena se acuña por primera vez en julio de 1969, a través de la organización del primer festival orientado a ese fin (Vergara, 2012). Es considerado, hasta hoy “uno de los movimientos artísticos más significativos surgidos nunca en Chile” (Vergara, 2012, p.18).

Sus principales representantes fueron: Violeta Parra, Víctor Jara, Quilapayún, Inti Illimani, Rolando Alarcón, Luis Advis, Patricio Manns, los hermanos Ángel e Isabel Parra, Illapu, Tito Fernández, Richard Rojas, Nano Acevedo, Payo Grondona, Osvaldo Rodríguez, entre otros. Sus letras apoyaban a la clase obrera e interpretaban a la realidad social y la Unidad Popular y el canto era utilizado como un vehículo de expresión y protesta (Vergara, 2012). En consonancia con esta generación de músicos populares, el gobierno de Allende crea el sello discográfico estatal IRT (Errázuriz, 2006).

Por otro lado, el teatro llegó más a la gente a través del *Teatro Nuevo Popular*. Así urgen nuevos cineastas y largometrajes -más de veinte-, (Corvalán, 2003). Esto mediante el organismo dependiente del Estado: Chile Films (Errázuriz, 2006).

En 1973, tras el golpe militar, la política cultural chilena ocupa rasgos y tendencias de un sistema totalitario. Este sistema se instala en Chile e inmediatamente desmantela al gobierno de la Unidad Popular, arrastrando de paso a su proyecto cultural (Errázuriz, 2006). Es más, el autor señala que en el “proceso de implantación de un nuevo régimen autoritario, la actividad cultural generalmente sufre importantes transformaciones, privaciones e impulsos, provocadas directa o indirectamente por las acciones y políticas del régimen” (Errázuriz, 2006, p.64).

La dictadura militar desarticula la institucionalidad vigente, y toma el control cultural. Se inicia un periodo de *reconstrucción cultural* y *depuración de elementos indeseables*, que es como consideraban a los remanentes de la Unidad Popular. Comienza una política cultural de *idiosincrasia chilena* conducente al *deber ser nacional*. (Errázuriz, 2006, p.68).

El golpe militar y una posterior dictadura, enfatizan una estrategia que rompe con el Estado democrático. Durante los primeros años -1973-1976- las políticas culturales del régimen militar eran paradójicas. Por un lado, se hablaba de “extirpar de raíz el cáncer

marxista y los focos de infección moral” (2006, p.77) y por otro, mostrar al extranjero un Chile cultural, que promueve el desarrollo económico y social, que fomenta la regionalización y que rescata las tradiciones de chilenidad como un deber nacional. Esto con el fin de edificar una sociedad nueva (Errázuriz, 2006). Es así que se crea la Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores y el organismo técnico *ProChile*, ambos orientados a difundir las exportaciones y la *imagen país* (Antoine, 2015).

Para Errázuriz (2006) las artes se reconocen por su rol social y su función crítica y subversiva. Esta cualidad atemoriza a los regímenes autoritarios. Sin embargo, y paradójicamente, las artes son una herramienta de propaganda y adoctrinamiento de ideas oficiales, de corte nacionalista. Podemos afirmar entonces que las artes, para los gobiernos totalitarios, se perciben como *peligrosa amenaza* a la vez que *aliado estratégico*. El control del campo artístico cultural, ejercido por los regímenes autoritarios, como es el caso chileno, se plasma a través de diversos ámbitos: contenidos de estudio -Preescolar, Escolar y universitario-, medios de comunicación, periodismo cultural, extensión artística, etc. (Errázuriz, 2006). Por un lado, se obliga a los canales de televisión a una *franja cultural* semanal, pero por otra parte se disminuyen paulatinamente los subsidios directos al sector cultural (Antoine, 2015; Stanziola, 2002).

Las ideas de control y vigilancia del campo cultural, en periodo de dictadura, afectaron al patrimonio creativo y a las fuentes que nutrían a la cultura. Sin embargo, Subercaseaux (2006) nos advierte que durante este periodo la cultura se afirma y lo hace bajo tres posturas: una de matriz *nacionalista autoritaria*, compuesta por grupos militares y civiles más directamente involucrados en el golpe; una *integrista espiritual*, ligada a capas altas de la sociedad, tradicionalismo católico y el Opus Dei; y la última *neoliberal*, con criterios mercantiles y de eficiencia empresarial para la cultura. Estas tres corrientes nutrieron la vida cultural chilena durante este periodo, desembocando inevitablemente en una inhibición de la creación y la vida cultural del país, a la vez que, sin proponérselo, estimularon una *imaginación contestataria* y la búsqueda de una cultura que anhelaba la democracia y la libertad.

Al final de los años setenta, las políticas económicas de Chile asumieron el modelo neoliberal. Paulatinamente los subsidios directos al sector cultural fueron mermando. Mientras tanto, los daños de la censura, exilio y exterminio de una parte de la cultura, sumado a una cultura nacional homogénea y hegemónica, terminan por generar en la cultura chilena

un “*apagón cultural*”, como más tarde, diversos autores llamarían a esta etapa (Antoine, 2015; Donoso, 2013; Chapleau, 2003, Stanziola, 2002).

Entre 1990 y 2010, el país tiene un nuevo renacer cultural. Los gobiernos democráticos desarrollan nuevas estrategias para intervenir desde el Estado a la cultura, sobre la base de nuevos criterios:

Garantizar la libertad de creación y de expresión; aceptar la autonomía de los procesos culturales frente al Estado; favorecer la equidad en el acceso a la cultura; estimular la participación de todos los sectores en la vida cultural; reconocer (fáctica y legalmente) la diversidad de culturas y de identidades étnicas dentro del país; fomentar la descentralización en la producción y gestión culturales y cumplir con el deber del Estado de proteger y difundir el patrimonio físico y espiritual de la Nación (Antoine, 2015, p.164).

En este nuevo periodo, la cultura chilena se caracteriza por su gran desarrollo legislativo. Se incorporan organismos centralizados de administración cultural del Estado, asignando recursos concursables para la cultura, se generan leyes de *donaciones modales*, como la Ley de Donaciones con Fines Culturales en Chile, conocida también como Ley Valdés. Esta Ley permite donaciones de las empresas hacia la cultura y las artes. El Estado chileno norma el mecenazgo privado entregado a su cultura, mientras la empresa se transforma en mecenas. Estas donaciones modales se adscriben “a beneficios de carácter tributario y la creación de instituciones (públicas y/o privadas) que tienen como objetivo la promoción y estímulo del mecenazgo cultural por la empresa y los particulares” (Antoine, 2016, s. p.). Por otro lado, para este periodo, existe un subsidio a la oferta cultural con transferencias directas y balances (Antoine, 2015).

Ahora bien, “tras el retorno a la democracia, la política cultural pareció convertirse en un elemento trascendental para los procesos de modernización del Estado, comenzando entonces el largo proceso para integrarse oficialmente a su lista de responsabilidades específicas” (Garrido y Avalos, 2011, p.143).

Así es que en 1990, con el Gobierno democrático del ex Presidente Patricio Aylwin - primer gobierno post dictadura, 1990-1994-, el país llama a resaltar ciertos valores, como principios básicos y esenciales de una cultura en democracia. De esta forma promueve esencialmente “la vigencia de los derechos humanos como fundamento de las prácticas diarias de concordia en el nuevo imaginario” (Garrido y Avalos, 2011, p.144).

Estos nuevos principios –impulsados como prioridades por la política de este gobierno– eran principalmente “libertad, pluralismo, autonomía, diálogo y apertura y protección del patrimonio nacional, acceso y, principalmente, participación de los ciudadanos marginados del desarrollo de la cultura” (Garrido y Avalos, 2011, p.144). Comienzan a disiparse los sistemas de control y el miedo generado en dictadura (Subercaseaux, 2006). Así lo expresa Castillo: “Chile, al recuperar la democracia, superó los momentos más oscuros de su historia y consolidó su institucionalidad pública, gozando del respeto de la comunidad internacional” (2009, p.8).

El arte de pintar, de actuar y de hacer música se expresa nuevamente a través de sus artistas exiliados. Ellos se suman a los nuevos artistas y renacen temáticas o expresiones prohibidas en el anterior gobierno (Subercaseaux, 2006).

Más tarde, en el año 1997, durante el gobierno de Eduardo Frei Ruiz-Tagle: 1994-2000, se continuó con las tareas de la administración anterior, pero se destaca en materia cultural la constitución de la Comisión Asesora Presidencial en Materias Artístico Culturales. Con respecto al principal organismo público encargado de cultura, este siguió siendo la División de Cultura del Mineduc, como indica Bastías:

En diferentes áreas de acción, orientadas cada una a las diferentes disciplinas artísticas y temas culturales (artes visuales, danza, cine, música, teatro, culturas originarias, educación, entre otras). Estas áreas tenían la responsabilidad de definir políticas e implementar programas para cada uno de los sectores, considerando la descentralización en materias de apoyo a la formación y creación, y la promoción de las diferentes producciones culturales nacionales (2008, p.21).

Durante el gobierno de Ricardo Lagos, como ya se mencionó anteriormente, en el año 2003, se crea el Consejo Nacional de la Cultura, como una manera de asegurar una coordinación con los organismos estatales relacionados a la cultura, tales como: “División de Cultura del Ministerio de Educación, Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museo, Dirección de Relaciones Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores. Departamento de Cultura del Ministerio Secretaría General de Gobierno y Consejo de Monumentos Nacionales” (Antoine, 2015, p.166). Todos estos organismos sirven de base para la nueva institucionalidad de la cultura.

Esto posibilita un crecimiento de disciplinas artísticas, con la aparición de nuevos talentos y una gestión Estatal comprometida con la cultura. Aumenta la demanda artístico-cultural, se avanza en materia legislativa en la protección del patrimonio, se crea el Instituto del

Patrimonio, se activa un Plan Nacional de Turismo Cultural, se establece la Cineteca Nacional y se generan Bases de Datos y la Cuenta Satélite de Cultura (Antoine, 2015; CNCA, 2005).

Entre 2006 y 2010, durante el primer gobierno de Michelle Bachelet, se triplicó el presupuesto en cultura y “se pasó de 22 mil a 63 mil millones de pesos” (Antoine, 2015, p.167). Se establecen las políticas culturales más concretas, a través del documento “*Chile quiere más Cultura*”, encabezado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, el que incluyó los trece Consejos Regionales y los Comités Consultivos. Se establecen lineamientos para una política cultural nacional, entre el período 2005-2010. Estos lineamientos se establecen a través de nueve principios ordenadores, cuatro líneas estratégicas, diez objetivos centrales y cincuenta y dos medidas específicas (Antoine, 2015; CNCA, 2005). La diversificación de los aportes a la cultura se observa a través del mecenazgo privado o empresarial, quienes se adhieren al beneficio de descuentos tributarios. En este escenario, en el 2004, los aportes de privados a la cultura eran de 6.140 millones, mientras que para el 2006 eran de 8.560 millones, para llegar en el 2008 con un aporte privado de 13.548 millones (CNCA, 2010).

Finalmente entre el 2010 y el 2014, un nuevo escenario mundial se deja escuchar a través de la UNESCO. Así lo afirma Antoine (2015), al indicar que la UNESCO propone una nueva concepción para las políticas culturales, una que contemple a la diversidad cultural junto con la diversidad ideológica. Así se relaciona a la cultura con la promoción de la ciencia, la educación, el medio ambiente, la cohesión social y el desarrollo sostenible. La cultura comienza a verse como capital humano, social y creativo, que permite, el desarrollo económico del país.

Antoine (2015) agrega que atrás quedan las concepciones orientadas al *extensionismo* cultural de comienzos del siglo XX; orientación que buscaba ampliar la cultura entre la población y que la vinculaba con la educación escolar, los medios de comunicación y las industrias culturales. Atrás también va quedando el modelo *basismo* para las políticas culturales, en una lógica ascendente. Un nuevo modelo comienza a asumirse, uno que se orienta a nuevas relaciones entre “economía y cultura, entre cultura y trabajo, entre cultura y generación de riqueza, entre cultura y jerarquía urbana” (Antoine, 2015, p. 170).

El Observatorio de Políticas Culturales (2014), a través del informe: “*La cultura en el gobierno de Sebastián Piñera: 2010-2014*” da cuenta sobre las cuestiones culturales del primer gobierno de derecha en este siglo. Este informe recoge el nivel de logro de los compromisos presidenciales de este gobierno, donde se destacan tres Proyectos de Ley asociados a promesas presidenciales y su nivel de logro: iniciativa para modificar la Ley de Monumentos Nacionales –con 48% de logro-, iniciativa para modificar la Ley de Donaciones Culturales -100% de logro- y la iniciativa para crear el Ministerio de la Cultura y el Patrimonio, que agrupará al Consejo de la Cultura y las Artes; Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos; y al Consejo de Monumentos Nacionales –con un 59% de logro-.

El mencionado informe establece que en relación al financiamiento en cultura, este aumentó en un 22,9% en los 4 años del período. El fomento a la cultura se sigue realizando a través de fondos concursables, sin embargo, se agrega en el 2011 una nueva línea dirigida al emprendimiento cultural. Estos fondos concursables aumentaron en un 28,9%. En relación a las industrias creativas no se registran transformaciones en el plano legislativo ni en el programático. Sin embargo, se incorporan al Departamento de Fomento del CNCA las áreas de Diseño y Nuevos Medios, lo cual es un avance en las Industrias Creativas (Observatorio de Políticas Culturales, 2014).

Este informe además indica que en el 2013 el 77% de los municipios se habían integrado al programa *Agenda Municipal de Red Cultura*, el cual buscaba “que un 2% del presupuesto municipal se destine a cultura; la integración de un Plan de Cultura a los Planes de Desarrollo Comunal -PLADECO-; y contar, al menos, con un encargado capacitado en la materia” (Observatorio de Políticas Culturales, 2014, pp.04-05).

También se materializa el programa “*Lee Chile Lee*” aumentando el presupuesto del Plan Nacional de Lectura en un 374,6%. En relación a la recuperación del Patrimonio Cultural Arquitectónico, se restauran edificios patrimoniales afectados por el sismo del 2010. Se instituyeron programas de apoyo a la internacionalización cultural en las áreas audiovisuales, musicales y del libro. Se continúa con el Plan de Infraestructura Cultural iniciado durante el gobierno de Bachelet: 2005-2010, y se concretan 24 centros culturales. Además se agrega la construcción y/o restauración de 5 teatros regionales, asociados al programa RedCultura (Observatorio de Políticas Culturales, 2014).

En relación con el incentivo al aporte de los privados a la cultura, se aumentó el universo de posibles beneficiarios y donantes. Mediante la Ley N° 20.675 se modificó la ley sobre donaciones con fines culturales contenida en el artículo 8° de la ley N° 18.985. La modificación, en términos generales, amplía de dos a seis tipos de donantes e incorpora como nuevos beneficiarios a la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, y, por primera vez, a los propietarios de inmuebles patrimoniales. Se amplían también los plazos de ejecución de las iniciativas y se establecen mecanismos de seguimiento y fiscalización de los proyectos (Ley N°20.675).

En este sentido, las leyes de mecenazgo privado continúan creciendo. Hoy estas leyes se han convertido en un recurso de comunicación que promueve la imagen empresarial para con sus públicos, donde el beneficio para la empresa no es una contraprestación económica, sino un reconocimiento social. Es así que las empresas comienzan a institucionalizar estas políticas internas de comunicación (Antoine, 2016 y 2005; Capriotti, 2007, Clotas, 2009).

Frente a la televisión, el gobierno de Sebastián Piñera disminuyó en un 19,2% el Fondo de Apoyo a Programas Culturales del CNTV, con un importante recorte en el 2012. Para este gobierno, la cultura contenía el tema de la tecnología, por tanto se concreta el Proyecto de Ley ingresado el 2008 al Congreso, que permitía el ingreso de la TV Digital.

Se observa que en estos últimos años la evaluación del nivel de logro de los compromisos presidenciales en relación a la cultura da cuenta de una nueva etapa. Así, la evaluación integral, comienza a ser un punto relevante para la medición de la eficiencia y la eficacia de las decisiones de gobierno para los avances en cultura. Avances que se encuentran en un nuevo escenario cultural, con dilemas y desafíos para la integración regional y la globalización. De este modo, se entiende que si los Estados se ocupan del desarrollo de su cultura, podrán aspirar a ser un país moderno y desarrollado.

2.6.3. Los devenires de la cultura en Chile: Su diversidad, construcción, apagón y apogeo, a partir de la década del setenta

Sin duda Chile presenta en su territorio una gran diversidad cultural. En este sentido, Barra (2007) nos proyecta un nuevo enfoque para observar a la diversidad cultural chilena desde la óptica humanista-ecológica. Además, nos demuestra la multiculturalidad que siempre ha tenido Chile como nación. Por un lado, la multiculturalidad y, por otro, la

recepción de inmigrantes al país. Esto pone en juego la aceptación de la diversidad cultural en la nación, aunque permite el desarrollo humano de sus ciudadanos.

La autora nos explica el concepto de *diversidad cultural*, a través de la definición de *cultura* de Clifford Geertz (1957). Así, indica que esta sería la forma de interpretar la existencia y experiencias sociales, por parte de los distintos grupos sociales de Chile. Además, agrega que el nivel de ingreso y educación de las personas afecta a la interpretación de cultura. En este sentido se da cabida a la existencia de una *cultura de clase media, de clase alta y popular* asociada a bajos ingresos.

En los últimos años, Chile se incorpora al mercado mundial y requiere comprender, primero su propia diversidad cultural para luego entender a las sociedades extranjeras y percibir a sus consumidores en los mercados internacionales y así, con este conocimiento, ser capaz de producir intercambio mercantil y adaptar los productos chilenos a otras preferencias de consumo, pero no desde un enfoque instrumental -sistema económico y sus interconexiones internacionales- sino desde el enfoque humanista-ecológico, es decir, en una relación armoniosa entre los seres humanos y el ambiente natural.

En relación a la diversidad cultural de Chile, esta evidencia una gran variedad: mestizos, pueblos indígenas sobrevivientes e inmigrantes provenientes de Europa y el Medio Oriente. De ahí que se rompa el mito de ser un país homogéneo culturalmente, otorgándole una identidad multicultural, aunque el desafío es reconocer y valorar su propia diversidad cultural, a través de un diálogo intercultural abierto y permanente. Pero no solo eso, pues los nuevos inmigrantes han generado otras complicaciones. Chile enfrenta ahora el desafío de nuevas políticas de migración para una mejor integración, que permitan que las clases bajas y medias no vean a los inmigrantes como una amenaza laboral, para evitar sentimientos xenofóbicos. En efecto, el país evidencia discriminación racial, socio-económica y cultural, haciéndose urgente nuevas políticas públicas y un cambio hacia un enfoque humanista-ecológico de la diversidad humana, más solidario (Barra, 2007).

Para el enfoque humanista-ecológico, el concepto de diversidad cultural parte de la aceptación y valorización de sí mismos en el contexto social para luego ampliarlo a lo regional, nacional e internacional. No podemos pensar en la diversidad cultural internacional sin antes pensar en la propia o la de su comunidad. En este escenario, la *gran familia humana*, promueve una actitud de respeto y valoración al medio ambiente, a pesar del daño hecho a

este en pos del desarrollo económico. Si Chile parte ya con este desafío, se puede transformar en un modelo económico y en un ejemplo para el mundo, construyendo una sociedad pluralista, multicultural y solidaria que respeta y vive en armonía con su medio ambiente (Barra, 2007).

Para comprender los devenires culturales del país, es preciso que nos remontemos unas cuantas décadas atrás. Entre los años 1964 y 1973, Chile realiza, a través de sus gobiernos, una serie de reformas estructurales para rectificar las problemáticas sociales y un crecimiento económico lento. Este proceso desencadena una política repleta de ideologías y polaridades ideológicas graves tanto a nivel interno como a nivel internacional, que se profundizan durante el mandato de Salvador Allende.

En septiembre de 1973, la revolución socialista de la unidad popular fue vista como un peligro al pensamiento neoliberal y la crisis termina en un golpe de Estado, a cargo de las Fuerzas Armadas lideradas por el General Augusto Pinochet. De esta forma se da fin al gobierno democrático de Salvador Allende y se rompe el sistema político existente. “La Junta Militar de Gobierno toma el poder político, clausura el Congreso Nacional, declara en receso a los partidos políticos e instaura el Estado de Sitio en todo el país” (Vico y Osses, 2013, p. 20). Comienza un proceso de reorganización drástica, a través de una conspiración económica neoliberal (Collier y Sater, 1998; Chapleau, 2003). De hecho en la entrevista que realiza Mario Casasús al periodista mexicano Manuel Mejido nos sintetiza en pocas líneas la realidad de Chile una vez ocurrido el Golpe militar: “Los militares asesinaron a los símbolos de la Unidad Popular” (2013, s.p).

Se inicia en Chile un periodo de dictadura militar que se prolonga por 17 años: desde 1973 a 1990, el cual rompe con las doctrinas de Estado del gobierno de Salvador Allende, un defensor de mejoras al bienestar de cada chileno e impulsor de capitales para una educación en cultura y la reivindicación de expresiones artísticas e intelectuales (Chapleau, 2003). Bajo el gobierno de Allende las expresiones artísticas en su amplia expresión: música, poesía, teatro, revistas, etc.- se transformaron en métodos eficaces de comunicación del proyecto político de la Unidad Popular (Chapleau, 2003), siendo vistas, por tanto, como un peligro para las nuevas ideas del régimen militar.

En este nuevo periodo iniciado en 1973 el gobierno utiliza una serie de prácticas asociadas a la muerte, el exilio y la censura, quebrándose una identidad que aún no se consigue afirmar

completamente por su gran pérdida cultural. Es así que la cultura es reprimida por un régimen hegemónico de gobierno con claras ideas neoliberales. En efecto, se desdibuja cualquier tipo de manifestación artística e intelectual con ideologías distintas a las del gobierno imperante y se prohíbe inmediatamente toda manifestación artística.

El periodo más duro de la dictadura fue entre 1973-1981, etapa que se conoce como el *apagón cultural* y que es considerada una etapa vergonzosa para el progreso del arte y la cultura en el país, por la falta de protagonismo que tuvieron artistas y creadores como consecuencia de la censura cultural. Chapleau nos señala el principal motivo de esta censura cultural, durante el gobierno de Pinochet, indicándonos que:

Debido al hecho que cada expresión artística fue considerada una amenaza al régimen, cada símbolo del gobierno de Allende y su producción cultural fue silenciada físicamente, y el peligro de actividad cultural les hizo a muchos creer que había un “apagón cultural” en Chile por los siguientes 17 años (2003, p.63-64).

Un ejemplo claro de este despojo cultural y la fuerte censura oficial fue la quema de bibliotecas, libros y discos, cierre de radios, periódicos y revistas y persecución, cárcel y exilio de artistas dentro de un periodo donde la difusión de ideas era restringida y condenada. Esta presión por parte del Estado provoca incluso una autocensura en lo cultural-artístico (Castillo, 2006 y 2010). No solo se cortaban de raíz las antiguas ideologías sino que además se introducían nuevas ideas a través de diversas estrategias, como la incorporación en los hogares de televisores -más del 75% de los chilenos, tenía un televisor-, medio que permitió dejar a la gente en su casa y generar un vínculo entre las personas y el Estado. De esta forma se sesgaba la realidad e incentivaba al consumo en vez del pensamiento (Constable y Valenzuela, 2013; Chapleau, 2003). En palabras de Chapleau (2003):

La controversia intensa en la política chilena sobre lo que pasó en los años setenta y ochenta, las memorias vividas de cada chileno, los resultados extraordinarios y las catástrofes culturales de la censura, y las cuestiones sociales son unos símbolos de la presencia actual de la dictadura... Chile tiene un pasado largo de una relación fuerte entre la política y las obras de expresión. (Chapleau, 2003, p.45)

La pérdida y el poco desarrollo cultural vivido en Chile durante la Dictadura generó posteriormente un *déficit cultural* que se vincula a la *tarea de control y exterminio cultural ideológico*, ejercida durante el gobierno de la dictadura, pues este gobierno no solo buscaba borrar la experiencia socialista de la historia de Chile, sino que además todas las manifestaciones culturales que de alguna u otra manera se vinculaban a ese gobierno

(PNUD, 2002). De ahí que se armara una preocupación estética sin contaminación política, es decir, un arte más neutro sin mucho mensaje: un paisaje, un retrato, etc. Así queda fuera el arte contemporáneo por su carácter subversivo y se instaura una cultura con elementos establecidos como verdades únicas.

Una vez que Chile recupera su democracia debe lidiar con la reconstrucción de la misma. Así el primer gobierno que sirvió como *transición a la democracia* fue el del ex presidente Patricio Aylwin: 1990-1994, quien crearía la Comisión Nacional de Verdad y Reconciliación, como una manera de empezar a restablecer la convivencia nacional, además del reconocimiento a la violación de los Derechos Humanos durante la dictadura a través del Informe Rettig en 1991. Con el gobierno de Eduardo Frei Ruiz-Tagle: 1994 - 2000, se afianza el modelo de regionalismo abierto y se amplían las relaciones internacionales en el plano económico, con un claro crecimiento financiero para Chile. Sin embargo, es recién en el tercer gobierno en democracia, de Ricardo Lagos, 2000-2006, donde se observa con más fuerza la reconstrucción de la cultura perdida.

Con la vuelta a la democracia, el Estado chileno permite la libertad de expresión, el debate sobre el periodo de dictadura, el fin de la censura y restablece la democracia y la confianza de los chilenos (Subercaseaux, 2006; De Cea 2012).

Durante el gobierno del ex presidente Ricardo Lagos, se procede sobre un territorio ya regionalizado, y bajo un sistema democrático, en donde la cultura y las artes vuelven a proliferar. Se produce un incremento en las disciplinas artísticas tanto en cantidad como en calidad de creaciones y obras nacionales, además de una renovación de creadores jóvenes, un compromiso por la gestión cultural en instituciones públicas y privadas en desarrollo. Igualmente, más personas se interesan en el arte y sus manifestaciones, creciendo la demanda de arte y cultura sobre todo en las regiones. El CNCA afirma que: “no todas las disciplinas muestran la misma vitalidad y excelencia, pero no parece exagerado afirmar que una primavera cultural se ha instalado en el país en este cambio de siglo” (CNCA, 2005, p.3).

Chile comienza a revalorizar su cultura despojada y lo hace desde sus instituciones, disciplinas y regiones. Esto como consecuencia del nuevo clima que se vive en el país. Un Chile con libertades públicas, con un bienestar social y económico y con una población más educada; también con universidades que desarrollan el arte, con mayores financiamientos

públicos, con una mayor relación internacional y con nuevos creadores que interpretan la realidad de país, con una clara valoración por el arte (CNCA, 2005).

En la administración de Lagos se plantea el tema del desarrollo regional -desde una nueva óptica- una nueva relación entre el Estado central y las regiones. En virtud de esto, se les asigna a estas últimas una mayor autonomía política regional. Es en este gobierno que aparecen con más fuerza las políticas culturales; así, “el Presidente Lagos, en particular, ha proclamado que la cultura será uno de los ejes de su mandato. En efecto, su gobierno impulsa una reorganización institucional y multiplica los fondos asignados a los distintos programas y proyectos” (PNUD, 2002, p.17). En este mismo sentido el ex Presidente Lagos, nos advierte que “El Desarrollo Humano del país, en su sentido más amplio, se vincula con el desarrollo de una política cultural inclusiva, amplia, generosa, libre y abierta a la crítica” (PNUD, 2002, p.17).

En el año 2003, se crea en Chile el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes –CNCA-, cuyo objetivo era apoyar el progreso de las artes y la difusión de la cultura. Así se instala, al alcance de la sociedad, el patrimonio cultural de Chile. Además, se incentiva en las personas su participación en la cultura nacional a través de diversos fondos públicos concursables en materia de cultura: FONDART o Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes; Fondo Nacional de Fomento del Libro y la Lectura; Fondo de Fomento de la Música Nacional; Fondo de Fomento Audiovisual; y Fondo Nacional para Escuelas Artísticas.

Antes de continuar con el recorrido histórico nacional en relación a la reconstrucción cultural del país, es preciso indicar que en el plano internacional, la UNESCO aprobó en el año 2003 la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, reconociendo en este plano a las tradiciones y expresiones orales, idioma, artes, usos sociales, actos festivos, técnicas tradicionales, entre otras (Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, 2009). Por otro lado, se advierte de los riesgos que trae el proceso de globalización en la identidad de un país:

Representan una respuesta a la crisis del modelo industrial *fordista* y a la creciente globalización, que amenaza la supervivencia de las diferencias regionales y la capacidad de las comunidades, incluso de los estados nacionales, de ser artífices de sus propios destinos (Gobierno de Chile, 2007, p.19).

Continuando en el marco país, en el año 2007 la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo pone en marcha un programa de fortalecimiento de la identidad regional, cuyo objetivo era “apoyar el fortalecimiento de la identidad regional y así contribuir al desarrollo endógeno de las regiones y a que los gobiernos subnacionales ejerzan con liderazgo y competencias el desarrollo de sus territorios” (Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, 2009, p.13).

Este apoyo a la Gestión Subnacional sigue en el eje del proceso de descentralización, tomando como desafío la preparación de líderes y gestores que permitan el desarrollo de sus territorios regionales. Comienza una nueva relación entre Estado, sociedad y cultura, en donde se espera situar a la cultura en el centro del progreso de Chile, reconociéndose como esencial en nuestra identidad nacional. Sin embargo, queda pendiente el surgimiento de políticas culturales regionales. En este sentido, en el año 2005, se establecen los primeros lineamientos, a través del documento titulado “*Definiciones de Política Cultural 2005-2010*”. De ahí en adelante cada gobierno sigue aportando en este proceso de construcción política, desde las regiones, como aporte a la cultura del país.

2.6.4. El territorio como identidad cultural y su administración

Para poder comprender las particularidades del territorio chileno creemos pertinente exponer la forma en que este país organiza su territorio diverso y extenso. De ahí que es necesario indicar que el proceso de regionalización que asume Chile se basa en contextos económicos. A causa de ello se homogeniza la identidad cultural nacional y se aplastan las identidades particulares de cada región.

Este nuevo orden territorial –regionalizado- se organiza de manera centralizada. Sin embargo a pesar de apagarse las particularidades de identidad regionales, Chile es reconocido como un país con una gran diversidad cultural, en lo largo de su territorio y en concordancia con sus regiones.

El territorio como objeto de trabajo es atractivo, no solo por las multidisciplinas que intervienen en su análisis -de tipo ambiental, económico, cultural, social, geográfico, institucional, etc.- sino que además por ser una construcción social. Para Serrano el territorio se transforma en un espacio donde sus habitantes comparten diversos elementos, en palabras del autor:

El territorio es un ámbito relativamente extenso con características físicas y culturales comunes cuyos habitantes comparten elementos de identidad, pertenencia y memoria colectiva. El territorio tiene frontera y demarcación, de donde se es, de donde se viene, desde donde se mira al exterior. Esta frontera no necesariamente coincide con la división político administrativa de los países (Serrano, 2010, p.2).

De acuerdo al autor, podemos afirmar que lo extenso del territorio chileno permite el desarrollo de diversas identidades culturales y que a su vez el Estado de Chile poseía un gran control, con una administración pública centralizada. Esto genera una enorme desigualdad debido a que el poder político y económico se concentra en la capital, un desequilibrio poblacional al generar zonas con poco asentamiento humano, una rigidez que se expresa en decisiones de Estado unitarias aplicadas a la nación, una politización que se traduce en recursos que favorecían a poblaciones más grandes, y una burocracia que demoraba los procesos ya que las decisiones de provincia se tomaban por el poder central.

Boisier nos advierte de las consecuencias que genera el Estado centralizado sobre las particularidades del territorio chileno, señalando que:

En aras de la homogeneidad, confundida con la igualdad y confundida esta con la democracia, el Estado aplastó los particularismos territoriales e impuso un modelo de sociedad uniforme, que tuvo sus virtudes en la construcción del Estado-Nación, pero al costo de instaurar una cultura nacional más extranjerizante que autóctona y un modelo de relaciones sociales extremadamente centralizado. De Arica a Magallanes el país parece ser uniforme, pero en verdad dista de serlo. (2000, p.83)

En las palabras de Boisier se evidencia como nuevamente el Estado, a través, de su estrategia centralista va dejando de lado la cultura autóctona de sus regiones, instaurando una cultura nacional más vinculada a identidades extranjeras que locales. Por tanto, entendemos una gran potencialidad en los procesos de descentralización. Esto permite identificar las limitaciones y potencialidades de los entornos regionales de Chile. En este sentido, es preciso que estos elementos surjan a partir de los propios sujetos que componen estas comunidades. Esto justificado en que el desarrollo de los territorios depende de la capacidad que estos sujetos posean para identificar las condiciones humanas, sociales y productivas instaladas, además de la importancia que existan las condiciones para poner en marcha una estrategia a largo plazo.

Este desarrollo territorial permitiría aumentar el bienestar de las condiciones de vida y las oportunidades económicas, sociales, políticas y culturales de las personas que viven en ese

territorio (Boisier, 2000). En este sentido, para Thayer (2011) el desarrollo regional conlleva cuatro supuestos: 1) *Político-institucional*: extender los espacios de discusión y de acción; 2) *Social*: fortalecimiento de las dinámicas de articulación y del capital social; 3) *Cultural*: reconocimiento de las identidades y trayectorias históricas de las regiones; y 4) *Económico*: orientación hacia un proceso de distribución equitativa de recursos y bienes sociales.

En Chile existe una insuficiencia política y democrática en los gobiernos regionales que limita la implementación de una política de desarrollo basada en los cuatro supuestos señalados. Esto impide a los gobiernos regionales generar procesos de integración social con identidad territorial. En este sentido, una institución política puede contribuir a remodelar las identidades colectivas. Esto siempre y cuando esta política de reconocimiento cumpla con tres dimensiones: *el respeto*, *la confianza* o respeto cívico y *la autoestima* o reconocimiento y valoración igualitaria de las identidades y singularidades culturales. Así la sociedad civil tiene una mayor identificación con la institucionalidad regional, su territorio de influencia y su proyecto de desarrollo (Thayer, 2011).

La ciudadanía reconoce, en su mayoría, espacios de participación y de inclusión en la gestión pública. Y relaciona este reconocimiento con una mayor valoración del desarrollo alcanzado y de las expectativas de desarrollo futuro de la región. Sin embargo, estos espacios no son suficientes para una efectiva estrategia de desarrollo, sobre todo en las áreas prioritarias -educación, empleo y salud-. En este escenario, es necesario mejorar la gestión pública atendiendo a la demanda de descentralización y de participación ciudadana en la gestión del desarrollo (Thayer, 2011).

Thayer (2011) desarrolla o plantea tres hipótesis en relación al territorio y su descentralización y señala que: 1) No existe coincidencia entre las expectativas de desarrollo de la ciudadanía de regiones, y la percepción del proceso de desarrollo en marcha; 2) Existe una demanda de descentralización generalizada y elevada, y a la vez una percepción de insuficiencia de la descentralización existente; y 3) La demanda de descentralización no está vinculada exclusiva ni necesariamente a la percepción de un mayor nivel de desarrollo alcanzado por las regiones, sino que puede estarlo también a la percepción de bajos niveles de desarrollo regional.

En este escenario, Chile organiza su territorio y apuesta por estrategias de descentralización. Von Baer (2009) nos señala que este recorrido parte de manera más formal

a finales de los años 60' y es impulsado por la Oficina Nacional de Planificación Nacional -ODEPLAN-, a través de la estrategia denominada *estrategia de desarrollo regional polarizado*. Esta se transforma en la primera división del territorio a escala regional, posteriormente se avanza en el gobierno de la Unidad Popular con la *estrategia de regionalización* impulsada por la Comisión Nacional de la Reforma Administrativa-CONARA-, en donde ya se incluye la creación de regiones político administrativas, la figura del Intendente Regional y el Fondo Nacional de Desarrollo Regional, cuya intención radicaba en la disminución de las desigualdades regionales. Durante el gobierno de Allende la planificación regional continuó; sin embargo, se realizaron algunos ajustes que permitieron una congruencia con la transición al socialismo y su proyecto político social (Boisier, 2000).

Durante el gobierno militar se produce una situación poco previsible, pues se mantiene la estrategia de descentralización y planificación regional con un discurso autoritario por un lado y neoliberal por otro. Sin embargo, es preciso indicar que la descentralización propuesta se funda en la teoría económica, siendo la descentralización el escenario de un sistema económico basado en el mercado y lejos estaban los fines basados en dimensiones territoriales (Boisier, 2000).

En 1974, se iniciaría el proceso llamado *regionalización* del país y se genera un documento, el cual es entregado a ODEPLAN y posteriormente procesado por la CONARA. Así el país queda dividido en 25 provincias, desde donde surgen 13 regiones, aunque fundadas por miramientos económicos y geopolíticos que finalmente afectan y apagan los aspectos culturales o sociales.

Con posterioridad a comienzos de los años 80 comienza el desarrollo regional, en palabras de Sergio Boisier:

Se consolida una estrategia nacional de desarrollo regional que es en cierto sentido, una no-estrategia. El desarrollo de cada región dependerá, a partir de ese momento, de lo que cada región pueda hacer potenciando su inserción externa (internacional) mediante el aprovechamiento de sus ventajas comparativas estáticas, vinculadas a su dotación de recursos naturales. El Gobierno Nacional, sostendrá, con y a la fuerza, el marco institucional necesario para un éxito de corto plazo: represión de la fuerza de trabajo organizada y permisividad en la explotación irrestricta de los recursos naturales (1990, p.2).

Finalmente en 1993 se establecen los Gobiernos Regionales -GORE-, culminando así el proceso de administración territorial, solo con pequeñas modificaciones posteriores. Sin

embargo, aún para Chile continua el proceso de descentralización. Al respecto, Boisier (1990, 2000) nos señala que en los procesos de descentralización vividos en Chile la clase política chilena nunca ha entregado todo el poder político a sus regiones. Rodríguez, refuerza esta idea indicando que:

En el aparato del Estado chileno se han ensayado en los últimos treinta o cuarenta años sucesivos e interrumpidos procesos de regionalización, tentativas de descentralización y de desconcentración, que han terminado finalmente ahogados por la fuerza imperativa casi inevitable del centralismo presidencial e institucional (Rodríguez, 2011, s.p).

En este nuevo ordenamiento territorial regionalizado y su posterior desarrollo, Chile se reconoce como un país con una gran diversidad cultural, histórica y territorial. De hecho existe una pluralidad de norte a sur, lo que lo transforma en un país multicultural. Sin embargo, a pesar de esta gran presencia e influencia multicultural en su territorio, Chile se ha organizado administrativamente a través de un régimen centralizado. Aunque solo hace algunas décadas ha comenzado a incorporar las necesidades particulares de su variado territorio. De ahí que se orientara hacia una intención de descentralización, aunque solo en términos administrativos y no de poder o gobierno.

A pesar de poseer un proceso de descentralización aún en desarrollo, Boisier (2000) nos habla de la función ejecutiva y política en una región y la señala como “la capacidad para establecer y ejecutar en ella modelos de crecimiento y de desarrollo propios, únicos y diferentes de los modelos que se construyen a nivel nacional” (p. 37), oportunidad que tiene Chile para potenciar un crecimiento y desarrollo, a través de las particularidades de sus regiones y poniendo en el tapete de la discusión y el debate la diversidad e identidad cultural de cada región y la inclusión de los pueblos indígenas al desarrollo nacional, exigiéndose hoy un *Chile multicultural*.

2.7. El pensar proyectual, en patrimonio cultural: su enseñanza y aplicación, desde los enfoques constructivista, instrumentalista y finitista

2.7.1. La educación disciplinar como transmisor de paradigmas, conceptos, cultura y patrimonio, desde un enfoque instrumentalista y finitista

En la búsqueda de un diseño gráfico en patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, como un resultado parcial y social de la formación del diseñador gráfico en Chile, es que vinculamos el enfoque instrumentalista y finitista; teorías que

además conducen el fundamento de una nueva definición disciplinar. Basamos nuestra descripción principalmente en Barnes (1982) con su libro “*Kuhn y las Ciencias Sociales*”, donde se proyectan los enfoques ya mencionados y su vinculación con la enseñanza del diseño gráfico y el pensamiento científico.

La cultura del diseño, como ciencia, se transmite a través de sus *paradigmas*. En este sentido, es el docente, como *autoridad* dentro de la formación, quien entrega estos contenidos. Esto para que a su vez los alumnos puedan asimilarlos, interpretarlos y así desarrollar las competencias para utilizarlos de manera rutinaria. Esta traslación formativa del alumno lo ayuda a entender lo que ya se sabe sobre su disciplina y a transitar desde la *pre-ciencia* a la *ciencia normal*, estimulado por la aceptación del conocimiento científico o repertorio de paradigmas, que no es más que las *pautas de convenciones* que constituyen la subcultura del *diseño*.

El alumno casi nunca pondrá en duda la credibilidad de las *fuentes de autoridad*, que le muestran los conceptos y teorías, como representaciones convencionales de ese medio. Estas convenciones son las que la comunidad ha decidido y permiten ordenar el propio medio a través de *relaciones de semejanzas aprendidas* e impuestas a la naturaleza. El aprendiz asimilará el orden preferido por la comunidad del diseño mediante un proceso de aprendizaje en el que interviene la aplicación de autoridad -el docente-. El aprendiz es quien acepta a esta autoridad y es bajo la cual le es posible comprender esta ordenación convencional y así organizar y conceptualizar lo que percibe. En este proceso de aprendizaje el futuro diseñador logra las habilidades que le permitirán la aplicación de los conceptos, para lo cual sus capacidades cognoscitivas naturales -experiencia-, sumadas a los modelos autoritarios -cultura- le admitirán este logro. Para Bourdieu y Passeron (2001) lo que se enseña en las aulas, es una cultura determinada por clases dominantes, así el éxito del alumno dependerá de su adscripción a un determinado *habitus* de clase, más que al desempeño personal.

A pesar de lo expuesto, el *aprendizaje ostensivo*, es decir, a través de la experiencia, donde se aprende el significado de un término señalando ejemplos del entorno, tiende a no considerarse. Esta situación se da jerárquicamente, y en ella se supone más importante al aprendizaje que es movido por la *razón* o por la adquisición de reglas y definiciones. Sin embargo, para Barnes (1982), estos procesos de ostensión son los que en definitiva permiten la adquisición del conocimiento, por su superioridad práctica al aprendizaje por reglas y definiciones.

En definitiva, estas reglas y definiciones se sustentan en actos ostensivos anteriores. Es decir que en el caso del alumno de diseño, este comenzará a relacionar su experiencia con los nuevos conceptos adquiridos, mediante la sucesión de relaciones de semejanzas aprendidas por ostensión que finalizan en una amalgama finita de casos que se aceptan para algún término. Por ejemplo, el estudiante de diseño conoce y comprende los colores que ha visto y aprendido previamente a lo largo de su existencia. Este aprendizaje ostensivo enriquecerá al aprendizaje formal, cuando la disciplina le explique la teoría del color y así comprenda que los colores han sido catalogados como fríos o cálidos, y que esta significación es una convención aceptada y avalada por una autoridad. El alumno comprende así los nuevos términos. Reforzamos esta idea, basándonos en Polo, quien señala que “cada ser humano ‘lee’ su hábitat de modo diferente, no solo en la perspectiva generacional, sino también en la cognitiva, la mediática y en la del entorno material que a cada individuo corresponden” (2012, p.111).

Es así como se entrelaza la *cultura* y la *naturaleza*, para producir conocimiento que siempre posee un carácter convencional. Sin embargo, cada vez que el alumno se enfrenta a un nuevo caso de un término, confronta un conjunto de similitudes y diferencias entre los casos nuevos, los casos del pasado y ambos entre sí. En este sentido, Barnes (1982) refiriendo a Kuhn (1987), advierte que ni la experiencia ni el uso del concepto en el pasado nos determinará su uso futuro. El concepto en sí no nos indicará su uso correcto, es la comunidad en última instancia, quien acordara los *usos aceptados*, a través de negociaciones que finalmente concordarán una nueva rutina o nueva convención de algún término.

En definitiva, los conceptos quedarán determinados por *juicios futuros*. Aunque las evaluaciones de un conocimiento convencional dependan de nosotros mismos, más que del sistema, la teoría o algún sistema de referencia. Por consiguiente, el uso propio que el alumno le da a los conceptos se producirá por una sucesión de juicios, formulados en el momento en que son necesarios. Nada determinará su correcta aplicación futura, entendiéndose que las proposiciones no son ni verdaderas ni falsas. Cada individuo pondrá el fin y el uso. En otras palabras, no hay una única traducción; he aquí la interpretación finitista del conocimiento o de su uso. Se sitúa el poder en quienes aplican los conceptos y no en los conceptos mismos.

El alumno en su proceso de enseñanza-aprendizaje, comprende un conjunto finito de problemas-soluciones -paradigmas aceptados-. Esto es así hasta que parte de esta misma comunidad científica identifica ciertas anomalías en los paradigmas existentes, es decir,

problemas que no se solucionan a través de los paradigmas anteriores. Esto permite estimular la curiosidad de la comunidad poniendo en crisis a los paradigmas ya establecidos. De esta forma comienza un nuevo proceso de negociación que terminará con la aparición de nuevos paradigmas. Es ahora la comunidad la que emite juicios contingentes que desarrollan el uso del léxico propio, en donde el *antiguo conocimiento y rutinas* se hacen necesarios para entender lo nuevo, pero donde además las *finalidades y los intereses* de la propia comunidad determinarán de alguna manera los antiguos y nuevos cuerpos de conocimientos. Estos últimos se consideran dentro de un contexto de uso y se relacionan con los intereses sociales. Es decir, para evaluar un uso *científico e ideológico*, se consideran los intereses de uno o de otro, aunque ambos intereses -científicos e ideológicos- están presentes en ambos contextos. Sin embargo, aparecen los intereses sociales y se diferencia al desarrollo científico del ideológico, aunque ni los intereses ideológicos ni los científicos justifican finalmente la validez de un significado.

En este sentido, ejemplificamos algunos de los conceptos mencionados en la teoría de Kuhn, aplicados al caso de las universidades y el diseño gráfico chileno. A este fin, diremos que la universidad chilena orienta su quehacer a través del Estado, sus gobiernos y las políticas públicas -principalmente educativas y culturales- que este impulsa. Es así que se visibiliza y concreta a la cultura, a través de las distintas misiones y visiones expresadas por las instituciones universitarias estatales. Es indudable por tanto la influencia sociopolítica, como interés ideológico, considerado en los lineamientos y formación universitaria.

Ejemplificamos lo ya descrito a través del caso del diseño gráfico en Chile. Más específicamente hablamos de los carteles políticos, sociales y culturales de la izquierda chilena en el gobierno de la Unidad Popular: 1970-1973. Así se instaura un nuevo estilo gráfico en respuesta a una serie de causas internas y externas del país donde se instaura una nueva lógica educativa avalada en un modelo neoliberal, y se visualiza el maniqueo de la hegemonía cultural de este periodo. En este contexto la enseñanza del diseño se desenvuelve en Chile y genera objetos o productos creados en su mayoría con una finalidad de desarrollo económico que posterga al diseño social.

Como consecuencia y paulatinamente, se pierde el valor del diseño identitario y cultural (Higuera *et al*, 2014). Nuevos intereses y juicios disciplinares, estimulan la aparición de nuevos conceptos asociados a un pensamiento neoliberal, con matices nacionalistas y

militares de la cultura y la sociedad. Los lineamientos universitarios y disciplinares se modifican, siendo la censura y el temor, los principales impulsores de estos cambios.

Es indiscutible que los antiguos paradigmas del gobierno de la Unidad Popular, son remplazados drásticamente por nuevos intereses neoliberales. Sin embargo, una vez retomada la democracia en Chile, y con ella una nueva puesta en valor de la cultura, comienza la incorporación de otras necesidades orientadas a problemáticas sociales y culturales. Son estas las que el diseñador debe atender y en su formación considerar.

Un maniqueo sociopolítico a la disciplina del Diseño comienza a vislumbrarse, aunque los intereses de la ciencia y estos nuevos intereses ideológicos empiezan a interactuar. Una relación que se da de una manera más armoniosa, en donde la disciplina del diseño hace un uso diferente del conocimiento y la cultura. La visión negativista del finitismo nos conduce a un nuevo resultado, aunque no al último. Vemos como el mito maniqueo funciona tanto en los fines e intereses de la dictadura como en los fines e intereses de la democracia. Esto comienza a permear a la educación, actuando directamente sobre las visiones y misiones institucionales y disciplinares, lo que acarrea una modificación de conceptos, y advierte la aparición de nuevos problemas-soluciones. Si pensamos en la doctrina educacional y disciplinar del periodo en dictadura, esta podría evaluarse de manera negativa. Esto por su predisposición e incompatibilidad con la experiencia, dejando entrever nuestra desaprobación con tales intereses, al momento de evaluar tal conocimiento. Aparecen los intereses sociales y se diferencia al desarrollo científico del ideológico.

El instrumentalismo se complementa con el finitismo. Y esa analogía nos lleva a una explicación del desarrollo social del conocimiento científico; desde la mirada del instrumentalismo, las teorías y modelos científicos del diseño son herramientas. Estas tienen como finalidad ser útiles para el avance del conocimiento -heurística- de la propia disciplina o como base de pronósticos técnicos -predictiva- y de ninguna manera representan a la realidad, sino más bien son instrumentos para manejarse en el mundo del diseño. Por otro lado, el enfoque finitista nos invita a comprender al mundo y sus objetos a partir de los fines, es decir la causa del mundo se encuentra en su finalidad, sin olvidar que los juicios de los científicos del diseño se ven condicionados por intereses sociales generales y condiciones macropolíticas.

En definitiva resulta casi inevitable que la vorágine patrimonial que comienza a vivirse primero a nivel internacional, a través de la UNESCO, y luego de manera paulatina en Chile, llegue a sus aulas, tanto a nivel escolar como universitario. Así comienzan a manejarse nuevos interés e ideas, a través del maniqueo sociopolítico que se entrelaza con nuevos intereses disciplinares. Estos nos hablan sobre un diseño social o que contempla las necesidades humanas más urgentes. Nuevas pautas de convenciones comienzan a fraguarse, permitiendo la apertura a otras definiciones de la disciplina, conducentes a la apertura de nuevos paradigmas, en donde el patrimonio y las identidades tienen cabida.

2.7.2. La universidad y la disciplina del diseño en la gestión del patrimonio cultural

Antes de enfocarnos en la universidad como un agente que gestiona, valora y difunde el patrimonio, a través de sus procesos de enseñanza aprendizaje, es importante contextualizar la realidad de la institución universitaria en Chile y Latinoamérica. Al respecto Brunner (2005) intenta diferenciar las transformaciones de la universidad pública, centrándose en los tipos de financiamientos y su vinculación con el estado y el servicio público. Esto nos permite comprender al sistema universitario desde su historia y transformación y admite una delimitación del concepto de universidad estatal como entorno inmediato de la carrera de diseño.

Brunner (2005) nos invita a reflexionar sobre la dimensión de lo público y privado en las universidades. El mismo concepto de lo público se ha modificado, junto a las transformaciones sociales, introduciéndose nuevas demarcaciones de lo privado. Este autor realiza un recorrido histórico, desde la universidad medieval y su transición de pública a estatal y nuevamente a un financiamiento fiscal. Así observa al modelo latinoamericano de universidad pública como una anomalía, que vincula “lo público con el interés corporativo de las instituciones” (Brunner, 2005, p.31) y a su vez este interés con el patrocinio o mecenazgo estatal. Las universidades se van privatizando con nuevos financiamientos. Sin embargo, el balance de lo público y privado, debe ir más allá del solo ámbito económico. En este plano, las universidades latinoamericanas, enfrentan una crisis en su financiamiento y problemas por su cultura tradicional para enfrentar cambios hacia una institución emprendedora.

Todas las universidades son públicas por reconocimiento y por efecto, sin importar que autoridad la reconozca o funde, su sola afirmación las hace públicas y con ello se dotan de

privilegios y un orden social. Paulatinamente las universidades buscaban y conseguían significativos grados de autonomía, generalmente por la vía del conflicto. Además, reclutan a su cuerpo institucional, se regulan internamente y tienen la facultad de gobernarse. Sin embargo, su principal logro y de mayor efecto público duradero es la de otorgar grados académicos que cada vez son más valorados socialmente, es decir la universidad pública por efecto (Brunner, 2005).

Las universidades públicas se hacen estatales una vez que se rompe la antigua pretensión universalista de las mismas y aparecen los estados-naciones. Junto con ello además, se fundan universidades nacionales marcadas por la política de su territorio e idioma. Así, las antiguas instituciones igualmente se adhieren al Estado, y las universidades se transforman en potencias políticas. De ahí que la universidad dependerá del Estado y este las señala como parte de su poder (Brunner, 2005).

El tránsito del Estado al mecenazgo estatal, se produce una vez nacionalizada la universidad y sostenida con capital público, pasándose de la política a la economía. Las fuentes internas -pago de estudiantes, principalmente- y externas -beneficios eclesiásticos; donaciones, pagos del rey, patrimonios, etc.- de la Edad Media se diluyen en el nuevo mecenazgo estatal. Este nuevo régimen de financiamiento se hereda de las universidades castellanas, financiadas en su totalidad por la corona y poseedoras de privilegios financieros (Brunner, 2005).

Las universidades alemanas son un claro ejemplo del nuevo orden universitario estatizado. El estado las funda, financia, orienta su investigación de saberes básicos, contrata a profesores como empleados públicos, contrata a sus graduados y regula las profesiones. Poseen libertad de enseñanza y de estudios, a cambio de patriotismo y lealtad hacia el Estado. El resto de las naciones europeo continentales asumen el modelo alemán. Paradójicamente, este modelo repercute fuertemente en el sistema educativo de los Estados Unidos, a pesar de ser un mercado libre.

Brunner (2005) posiciona a Chile como uno de los países con menos financiamiento público a las universidades con 20%, solo por encima de Corea: 16%. Los países con mayores aportes son: Túnez, 100%; Finlandia, 97%; Turquía, 96%; y Alemania, 91%.

El modelo latinoamericano de universidad pública se forja en la tradición castellana y se forma después de la Independencia. Así se identifican y financian con lo público y gozan

de prestigio y autonomía -coartada en periodos de turbulencia política, como golpes-. Además, en ocasiones supervisan el resto del sistema educacional, entre otras cosas. Atrás queda el origen mixto público/privado de las universidades medievales y el modelo alemán. De esta manera, las universidades latinoamericanas asumen una formación profesionalizada, centrada en habilitar para el ejercicio de las profesiones. Este nuevo modelo asumido es más el resultado de sus anomalías que de sus virtudes (Brunner, 2005).

El Estado protege a la universidad y la beneficia con el mecenazgo fiscal mientras que la universidad forma a las élites profesionales de cada país. Sobre la base de Clark (1983) y Brunner *et al* (2005), se proponen múltiples dimensiones para determinar el mayor o menor grado de lo público o privado de una universidad. Estas dimensiones propuestas y aplicadas serían: fundación y reconocimiento establecido por decisión político/administrativa y procedimientos legales del Estado, propiedad estatal, misión determinada por el Estado y coordinadas por políticas gubernamentales, fuentes de ingreso del presupuesto fiscal, control público directo, normas de gestión y gobierno burocráticas, con autoridades designadas por el gobierno, facultad de obtener grados y títulos legalmente válidos.

Se asoma una nueva realidad de financiamientos compartidos, donde se pondera el servicio público versus el interés privado. Esto con un claro enfrentamiento entre el Estado y el mercado. Hoy la gran mayoría de universidades en el mundo comienza a distanciarse del mecenazgo estatal como único financiamiento, pero así como se desvanecen las universidades únicamente estatales, aparecen las que se financian parcial o exclusivamente en el mercado.

Los sistemas nacionales tienden ahora al financiamiento privado, aunque siguen siendo públicas por su reconocimiento oficial y sus efectos: habilitar el ejercicio de la profesión. Su financiamiento nuevamente es mixto, con fuentes de recursos externas e internas, públicas y privadas. El sistema chileno destaca por su gran privatización, sin embargo, en el mundo cada vez es más recurrente la participación de fuentes privadas internas y externas -venta de servicios, patentes, licencias, etc.-.

Una aproximación multidimensional a lo público/privado es lo que Brunner (2005) propone. De modo que la universidad no debe clasificarse como pública o privada atendiendo solo a una o algunas dimensiones -financiamiento, tipo de control, misión, etc. Es decir que las universidades además tenderán a moverse y no a estar estáticas en ciertas

dimensiones, atendiendo a causas institucionales o del entorno. Sin embargo, las universidades son públicas por su reconocimiento inicial y la otorgación de grados y títulos, pero sus otras dimensiones se moverán entre lo público y lo privado.

El sistema chileno en perspectiva multidimensional es un claro ejemplo de la mezcla pública y privada; con autonomía corporativa concedida por el Estado, pero con misiones propias que la institución despliega y coordina en el mercado, financiamiento público/privado, mecanismos de control laxo o voluntario, acercándose a lo privado, aunque con métodos de contraloría directa, que la acercan a lo público. Además, su gestión y gobierno se dan con una administración colegial-burocrática, más tradicional. Pero otras universidades lo hacen acercándose al *management* de tipo empresarial, con participación de sus académicos.

Por otro lado, el Estado reconoce a las universidades privadas tradicionales, a través de procedimientos legales y administrativos especiales, y la institución a su vez se somete al tipo de control público -liviano y a distancia-, pero sin intervención de contraloría, como en las estatales. Así, su gestión y gobierno más común es el *management* de tipo empresarial, mientras que las universidades privadas nuevas, acercan sus dimensiones más aun hacia un modelo privado -control público voluntario-.

A nivel internacional las dimensiones del cambio emergente, que Brunner (2005) visualiza, son en el financiamiento, el control público y las formas de gestión y gobierno, mientras que el sistema nacional, principalmente estatal, se desplaza desde el polo público hacia el privado. Al respecto, los gobiernos desarrollan nuevas maneras de asignación de recursos públicos para las universidades estatales. De ahí que incorporen mecanismos de tipo mercado: metas, incentivos, contratos de desempeño, fondos concursables, entre otros.

El control público tiende a aumentar y las instituciones se someten a instrumentos de medición, indicadores y estándares. En este sentido, América Latina avanza hacia más regulación pública, con la intención de orientar el comportamiento institucional hacia los objetivos definidos por la política pública. Así la tendencia en los estilos de gestión y gobierno emergen de la empresa privada, pero se aplican bajo los enfoques del *new public management* en el sector público.

Ahora se avanza hacia un nuevo estadio, una universidad pública que adopta un sentido más emprendedor de su propia misión. Al respecto, consideramos el análisis que realiza Burton Clark (1983) respecto a los cambios que conducen hacia la universidad emprendedora. En consecuencia, se entra en un período crítico, donde las bases tradicionales desaparecen y las universidades se aferran al territorio conocido, que enfrenta nuevas condiciones. Las universidades estatales exitosas toman riesgos, se transforman y cambian su cultura organizacional, antes de quedarse ancladas en el pasado tradicional.

En este marco regulador y particular nos preguntamos por el rol de la educación en la gestión del patrimonio cultural, desde la mirada de la participación de la sociedad, y basándonos en Zaida García (2009) creemos que este rol, en nuestros tiempos, pretende incorporar a los actores sociales y sumarlos a los espacios de articulación. Así, la educación patrimonial es un concepto emergente, que está diseñando una pedagogía que propone áreas de actuación para que estas se apropien, junto a los ciudadanos, de su propia identidad y territorio.

Debemos revisar entonces el panorama de la sociedad posmoderna, que multiplica la visión en torno a la valoración de construir y generar identidad e intervenir la educación de la gestión patrimonial.

Partimos por preguntarnos qué es patrimonio y cómo ocurrió la construcción del concepto. Según Canclini (1987), existe una construcción social, un sentido de pertenencia, cuya consecuencia es la construcción y la interacción entre ciudadanos. Este cambio de paradigma cultural no sólo implica la conservación, sino que también contempla involucrar al ciudadano a través de estrategias que potencian su participación y responsabilidad.

Conocer significa generar un proceso de aprendizaje que incluya y comprenda los significados y los usos de las dinámicas sociales, mientras que valorar implica formar a un ciudadano culturalmente responsable, y actuar involucra crear procesos educativos que proporcionen competencias coherentes. Por ende, en este proceso de conocer, valorar y actuar, el bien patrimonial se convierte en un recurso del aprendizaje (García, 2009).

Las áreas básicas de la actuación son el eje principal de la formación, y se centra en involucrar a niños y jóvenes en la reflexión del patrimonio. Hablamos de la educación primaria, secundaria y disciplinar e incluso podemos trabajar en áreas no convencionales,

como el turismo o como los parques y los patrimonios típicamente culturales. De tal modo que se requiere de una sistematización, a través de herramientas de enseñanza, del patrimonio cultural, como un puente entre la cultura y la gente (García, 2009).

Reconocer lo que se ha hecho o lo que no respecto a la valoración o conservación de nuestro patrimonio, nos permite apreciar la importancia de la problemática, pero también observar el cruce que la disciplina del diseño tiene con los patrimonios. En este sentido el diseño interviene permitiendo un registro visual de nuestro patrimonio a través del entorno cotidiano personal, la ciudad y los archivos del pasado (Tejeda, 2001).

Chile, al fundarse como República, se afianzó como país y se configuró como contexto con ciertos códigos específicos. Este país acumula desde el siglo XIX, un patrimonio visual, comunicacional y morfológico, con su propio código de identidad.

Dentro de las publicaciones chilenas en torno al valor y registro de piezas gráficas patrimoniales, se encuentra: “*Impresos chilenos, 1776-1818*”, editada en dos volúmenes por la Biblioteca Nacional (1963). Este texto posee aportes destacados, como los de Guillermo Feliú Cruz y el diseñador Mauricio Amster, quienes contribuyen criterios textuales, morfológicos e iconográficos. Este escrito transparenta los primeros impresos chilenos, y su publicación marca un momento culminante del interés por el patrimonio visual chileno de los años sesenta. Un aporte indiscutible a la recuperación patrimonial, es el que realiza hasta su muerte en 1930, el investigador, historiador, coleccionista e impresor José Toribio Medina (Tejeda, 2001).

En el pasado político de Chile, tanto en el gobierno de Allende, con su proceso de cambios políticos, como en la dictadura de Pinochet, se detuvo la investigación del patrimonio visual de Chile. Existieron algunos intentos durante el gobierno de Allende, con la Editorial Quimantú, en cuanto a rescatar zonas patrimoniales, aunque con una carga obrerista. Por otro lado, durante el gobierno autoritario, la falta de presupuesto para temas patrimoniales terminó en una sequía de investigación y publicación. Se genera así una asociación entre investigación y empresa privada. El profundo daño estructural a la cultura de Chile en dictadura, genera dificultades para el estudio y valoración del patrimonio visual una vez instaurada la democracia. A pesar de lo descrito, encontramos interesados en publicar sobre el patrimonio como Hernán Rodríguez, Meltor Prior, rescates fotográficos, algunos jóvenes diseñadores y aportes en publicaciones desde la DIBAM y el Fondart, entre otros.

El patrimonio gráfico de Chile, desde la óptica del diseño gráfico, nos traslada a los jóvenes diseñadores que, inquietos, quieren descubrir su patrimonio visual. Así, nos cruzamos con lo *vernáculo* -concepto trabajado por Lewis Blackwell y Neville Brody-, o en otras palabras, lo no profesional, lo local, lo opuesto a la cultura dominante, lo nativo o la *alteridad* a decir de Gui Bonsiepe; el resultado del hacer cotidiano, por ejemplo, un boleto de micro, la bolsa, etc.-, entre otros objetos rutinarios. El patrimonio visual, va quedando incorporado a nuestra memoria, a nuestros genes (Tejeda, 2001).

Nuestro patrimonio gráfico vernáculo lo podemos recoger e investigar a partir de tres áreas: 1) En el entorno cotidiano personal, como lugar cambiante, diferente y específico, el que se mide a partir de nuestro cuerpo y los objetos que lo rodean, prolongando sus funciones, sean estas *comunicativas puras*, como el teléfono o la radio, o bien *comunicativas visuales*, como libros, fotografías, folletos, boletos, y otros. Nuestro hogar es nuestro propio patrimonio. 2) En segundo lugar se encuentra la ciudad, como un espacio diseñado como un manual de instrucciones, es decir, por donde ir o no ir o donde estamos, y también como un escaparate publicitario para productos, conciertos, protestas, murales, etc. 3) La última área se refiere a los archivos del pasado o colecciones de documentos, libros u objetos de arte. Estas colecciones son preselecciones intencionadas de nuestro patrimonio, como la Biblioteca Nacional con sus secciones, el Museo histórico con fotografías y postales, el Museo nacional de bellas artes, el Museo histórico natural, e incluso algunas tiendas con objetos de la artesanía chilena (Tejeda, 2001).

En definitiva, en nuestros pasados gráficos encontramos a nuestro ser y la manera de entendernos con la forma de las cosas. Pero así como los entornos cambian, el diseño también va modificando sus relaciones sociales y las formas de redefinir su propia cultura. La educación disciplinar se entrelaza con la educación patrimonial y con las tramas sociales, pero en un mundo complejo. En palabras de Cuevas, un mundo “susceptible de ser modificado y redefinido continuamente, al que nos tenemos que adaptar para producir nuevos significados y morfologías que tengan sentido en el mundo local-global en el que nos movemos” (2018, p.15).

Además de los patrimonios gráficos, tan propios del diseño gráfico, la educación en general ha puesto una connotada atención en la transferencia de tradiciones y costumbres. Estas nacen de su propia gente, cultura y sociedad. Los pueblos originarios, sin duda han aportado en esta construcción, y la educación formal ha debido lidiar frecuentemente con

distintas etnias, como Mapuches, Atacameños, Diaguita, Rapanui, Selk'nam, Aymara, Quechua, Colla, Yagán y Kawésqar. Destacamos por su presencia territorial, basada en el censo del 2002, a las etnias Mapuche, Aymara, Atacameña y Quechua. Basta con observar los textos escolares, las distintas publicaciones con fines educativos, e incluso las tesis en áreas tan diversas como la antropología, la sociología, la historia, las artes, la arquitectura y el diseño, entre otras. Todos estos escritos se han vinculado a los pueblos originarios reconocidos por el país.

Lo extenso del territorio de Chile genera que cada región destaque alguna etnia en particular, y con especificidades que se manifiestan en la educación y la localidad. Un ejemplo de aquello se evidencia en las celebraciones o festividades, que varían según la región y su cercanía cultural y territorial con alguna etnia.

La investigación en relación a las etnias se especifica y los aportes de cada región aportan en la construcción de identidad. La formación asume estas especificidades étnicas, culturales, patrimoniales y territoriales.

El texto “*De fiesta en fiesta, calendario de celebraciones religiosas del norte de Chile*”, es un ejemplo de esta especificidad y pulcritud que adquieren las temáticas de los pueblos originarios y las costumbres y tradiciones. Esta investigación se interesa por aquellas celebraciones de un sector del territorio chileno: su norte. Tal texto es un aporte en la comprensión del patrimonio cultural inmaterial del sector y en él se analiza una manifestación representativa del mismo, una visión de las *fiestas* como “una constante cultural de las sociedades complejas” (Díaz, Ruz y Galdamez, 2013, p.15). Sus autores advierten la existencia de variantes regionales, locales e históricas, y ven en ellas mucho de la tradición católica reinterpretada en cada comunidad donde se reproduce. Se ubican específicamente en las festividades religiosas andinas en el norte de Chile.

La educación formal toma las particularidades étnicas y muestra un mapa nacional de sus pueblos originarios. También transfiere tradiciones, costumbres, sitios patrimoniales, rutas culturales, atractivos turísticos y áreas o medios naturales; todos como parte esencial del patrimonio cultural de cada país. De este modo, el estudiante distingue, la dimensión histórica y cultural de su territorio y fortalece sus compromisos y responsabilidades sociales.

2.7.3. Teoría fundamentada o *Grounded Theory*: La escuela constructivista y la enseñanza del patrimonio en la disciplina del diseño

Para poder aproximarnos a conocer nuestro objeto de estudio es necesario tener un fundamento ontológico -la naturaleza de la realidad- y epistemológico -cómo se genera el conocimiento-. Es así que en el afán de sustentar sobre bases teóricas nuestro estudio se hace necesario asumir una determinada postura. En este sentido, nuestra posición teórica será la Teoría Fundamentada – *Grounded Theory*- (Raymond, 2005). Al respecto, consideramos lo señalado por Bonilla y López, quienes refieren que la teoría fundamentada es:

Un método de investigación cuyo soporte epistemológico radica en la vinculación entre un sujeto que busca la comprensión de un objeto a investigar mediante “las acciones y significaciones de los participantes de la investigación” (Charmaz, 2013: 272). Lo anterior implica que el investigador “recoge, codifica y analiza datos en forma simultánea” (Soneira 2006:155) mas no sucesiva. En ello radica la singularidad de la TF como un proceso metódico, sistemático e interpretativo, propio del paradigma cualitativo. (2016, p.306).

Así mismo Bonilla y López (2016) indican a Glaser y Straus como los creadores de esta teoría en el año 1967. Sin embargo, nos advierten sobre las modificaciones que esta teoría ha manifestado en el tiempo y nos hablan de tres momentos consecutivos: 1) La escuela clásica u ortodoxa de B. Glaser y A. Straus; 2) La escuela reformulada propuesta por A. Strauss y J. Corbin; y 3) La escuela constructivista propuesta por K. Charmaz.

Justamente, es esta última escuela constructivista, la que nos permite aplicar la teoría fundamentada en esta investigación. En este sentido, Bonilla y López agregan en relación a esta tercera escuela que:

Su propuesta es un rediseño al modelo positivista, cuestionando sus bases objetivistas, mediante un enfoque sistemático que fomenta la integración de (1) la experiencia subjetiva del investigador, como prioridad y (2) las condiciones sociales propias del objeto de estudio. La escuela constructivista hace énfasis en el objeto de estudio, al cual también llama fenómeno, pero deja en un segundo plano a los métodos para estudiarlo. Esta postura se sustenta en que el carácter cualitativo de la TF debe evitar las prácticas positivistas, teniendo claro que se buscan las representaciones interpretativas de la realidad social (la cual es diferente según el ambiente o contexto), en vez de informes que tengan un sello de una pretensión puramente objetivista (Bonilla y López, 2016, p.307).

Igualmente señalan que en la Teoría Fundamentada intervienen dos grandes estrategias:

...el método de comparación constante y el muestreo teórico. Según Soneira (2006), el método de comparación constante expresa por sí mismo la flexibilidad de la TF e implica por parte del

investigador (1) la recolección, (2) la codificación y (3) el análisis de los datos, en forma simultánea (Bonilla y López, 2016, p. 307).

Por otro lado, el constructivismo entiende al conocimiento como una construcción del ser humano y no como una copia de la realidad, es decir, el conocimiento se construye mediante los esquemas o conocimientos previos que cada persona posee. Estos conocimientos previos son construcciones que cada persona va realizando en su relación con el medio que lo rodea o con los distintos contextos de la vida. En otras palabras, los aprendizajes desde la mirada constructivista, conllevan procesos mentales que permiten ir adquiriendo los nuevos conocimientos para luego generalizarlo a nuevas situaciones. Para esta teoría, el ser humano asume un rol activo y constructivo en su aprendizaje; construye sistemas significativos de su realidad y otorga un sentido a sus experiencias, a través del intercambio social, histórico y cultural. En otros términos, es el conocimiento previo el que permite el surgimiento del conocimiento nuevo. La teoría nos habla de dos posturas: la de Jean Piaget con el *Constructivismo Psicológico* y la de Lev Vigotsky con el *Constructivismo Social*.

Se parte de la premisa de que el ser humano posee la habilidad de aprender de sus experiencias y es desde ellas que organiza y sintetiza la información. Cabe destacar que a diferencia del *construccionismo social*, que ve los fenómenos en relación a los contextos sociales o como una construcción sociológica de la realidad, el *constructivismo psicológico* le otorga un sentido individual a los conocimientos, relacionado con el contexto social pero más como una construcción psicológica.

En palabras de Méndez (2002) el constructivismo es una epistemología, es decir, una teoría para explicar la naturaleza del conocimiento en el *hombre*. No solo eso, sino que además propone que el conocimiento científico no puede independizarse de las prácticas culturales y valóricas pues nace en la sociedad, pues las prácticas de la ciencia son construcciones sociales, aunque sean de manera parcial.

Por consiguiente, entendemos que la teoría constructivista nos permite encontrar distintas formas para la construcción de la realidad, tanto de manera individual como colectivamente, ya que es un proceso en principio interno pero que posteriormente se externaliza en nuevos conocimientos. Esta construcción de realidad es lo aprendido y se sitúa en contextos cada vez más complejos y cambiantes. De ahí que la formación enfrenta estos nuevos retos.

Consideramos, entonces, que el conocimiento se construye, y es desde esta perspectiva que la formación -en este caso del diseñador gráfico- otorga las oportunidades para impulsar este proceso formativo de construcción. Entendemos que si la formación del diseñador gráfico confiere las herramientas para una construcción en patrimonio cultural, y además lo hace desde un contexto local, entonces el aprendiz podrá conectar su experiencia previa en la vida cotidiana a los nuevos conocimientos propuestos y, de esta manera, la disciplina podrá proponer desde una formación basada en patrimonio cultural, nuevas miradas y aportes, mientras el docente ofrece diversas y mejores oportunidades para esta construcción, entendiendo al aprendizaje como un proceso, más bien subjetivo de construcción personal, que se encuentra en constante modificación, producto de las experiencias.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque metodológico de la investigación

El objetivo principal de nuestra investigación consiste en analizar el contenido textual, latente y manifiesto, de los proyectos de título presentados en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile durante el periodo 2000-2015, con la intención de develar la tendencia de un nuevo *hacer social* en esta disciplina, basado en una preocupación por abordar temáticas relacionadas al patrimonio cultural, social y/o natural, protegido y no protegido de la nación, cuya orientación –postulamos- distancia a la disciplina de una praxis de tradición mercantil signada por la lógica capitalista.

Comprendiendo este objetivo, abordamos nuestra investigación desde una metodología multimodal, es decir, cualitativa y cuantitativa, de carácter inductivo y con un enfoque de análisis hermenéutico/interpretativo. Según el nivel de profundidad con que se aborda nuestro fenómeno, en una primera etapa este tiene un alcance exploratorio-descriptivo, es decir, busca identificar propiedades, características y perfiles, a través de un estudio de tendencia o variaciones que se producen en el transcurso del tiempo. Luego, en una segunda etapa, se realiza un análisis inferencial o interpretativo mediante técnicas documentales y hermenéuticas del análisis de contenido, que permiten inferir las posturas narradas.

El alcance del análisis para nuestra investigación es longitudinal, dado que se concentra en el seguimiento de un proceso a lo largo de un tiempo específico, de este modo analizamos los distintos momentos evolutivos de nuestro corpus documental, considerando los proyectos de título durante el periodo estudiado; 2000-2015.

Consideramos que mediante esta estrategia metodológica es factible la interpretación, significación y explicación de los mensajes comunicacionales en estos textos académicos, los cuales se indagarán a partir de las siguientes dimensiones: orientaciones temáticas, geográficas y patrimoniales; fines patrimoniales; propuesta de solución a la intervención patrimonial; destinatarios del mensaje o públicos objetivos; y discursos.

Todo esto en un marco contextual en el que ponemos en diálogo un *saber hacer* de la disciplina con un *saber hacer social*, por lo que no podemos orientar nuestro proceso investigativo como una mera cuantificación o cualificación, por ser ambos enfoques necesarios y complementarios, ayudándonos su utilización en conjunto a corregir los sesgos propios de cada método (Corbetta, 2003), ya que si bien ambos enfoques parten con la lectura como medio de producción de datos, el enfoque cuantitativo nos impone un

contexto de comprobación y contraste, mientras que el cualitativo uno de descubrimiento y exploración.

De esta manera, en el modo cuantitativo de análisis tendremos varios tipos de unidades para examinar: títulos, objetivos, beneficiarios/grupo objetivo, resumen y/o introducción, las que en su conjunto admiten la realización de comparaciones, clasificaciones o cuantificaciones. Mientras que el enfoque cualitativo nos permite formular hipótesis en la búsqueda de interpretaciones particulares dentro del contenido, mediante la aplicación sistémica de una estrategia interpretativa que revele el *sentido oculto* del texto, articulando sus dimensiones o categorías de análisis desde una codificación inductiva. Así en una primera etapa se recogen datos de tipo cuantitativos descriptivos, para luego obtener datos cualitativos que permitan interpretar y complementar la información.

De este modo, a través del enfoque hermenéutico/interpretativo encontramos el sentido de los documentos, al asumir *a priori* un mensaje en el texto e intentar comprender la experiencia narrada. Esta condición admite explicar un texto mediante la interpretación de las palabras que formulan un pensamiento con mensajes latentes y manifiestos. Por tanto, se determina su significado, a través de la interpretación, de la significación y de la explicación del texto analizado, proceso en donde se relacionan autor, texto y lector.

Al observar los documentos escritos podemos hacer diversos análisis. En nuestro caso, tanto para el análisis cuantitativo como el cualitativo, utilizaremos el *análisis de contenidos*, técnica de investigación documental que nos permite indagar la fuente que es objeto de nuestra investigación, obteniendo de ella el significado informativo y conceptual de los datos. Schettini (2015) define el análisis de contenidos como:

Una técnica de interpretación y comprensión de textos –escritos, orales, filmados, fotográficos, transcripciones de entrevistas y observaciones, discursos, documentos- es decir, todo tipo de registro teniendo en cuenta el contexto en el que se produce tanto lo manifiesto como lo latente de los discursos, y posible de realizar análisis tanto cuanti como cualitativo (2015, p.45).

En el caso de nuestra investigación, este análisis se realiza específicamente en los proyectos de título de la carrera de Diseño. Estos documentos escritos, según su práctica discursiva y contexto en que se producen, son considerados como textos académicos de carácter práctico investigativo, los que además tipificamos como un discurso expositivo-argumentativo, es decir que, describe, informa, explica y analiza el tema, pero además

argumenta con opiniones o ideas que sustentan algún punto de vista propuesto. Teniendo en cuenta que estos textos se generan en el proceso de finalización de la carrera, apreciamos un nivel observable o manifiesto del proceso de producción discursiva que se da en la etapa final de la formación profesional. Por tanto, observamos sus características internas, indagando en sus valores, principios y mensajes, pero además en su sentido ideológico.

En general existen tres tipos de *análisis de contenido*: temático, semántico y de redes. En nuestro caso utilizamos el análisis temático, de modo que actuamos sobre los mensajes comunicativos y según criterios de clasificación proponemos un plan de categorización. Luego, este plan nos permite realizar un análisis categorial temático, que complementamos con indicadores que evidencian la frecuencia de aparición de tales categorías especiales. De tal manera, podemos inferir ciertas tendencias del periodo en estudio, algunos patrones de funcionamiento o interacción entre las tendencias. Para esto, desde el análisis cuantitativo del contenido, prestamos atención a la frecuencia de aparición de ciertas características, mientras que en el análisis cualitativo del contenido nos interesa la presencia o ausencia de la característica contenida.

De ahí que establecemos inferencias o explicaciones de los mensajes comunicados en los proyectos de titulación, entendiendo que estos textos académicos nos narran una realidad de la disciplina del Diseño Gráfico, específicamente, una que revela un nuevo *hacer social*. En el mismo sentido, Krippendorff plantea que el análisis de contenidos es un “conjunto de métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la descripción e interpretación sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, y la formulación de inferencias válidas acerca de los datos reunidos” (1990, p.28). Para efectos de nuestro estudio, consideramos esta estrategia metodológica en el estudio de una tendencia a las temáticas de patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, tanto tangible como intangible, revelada en los proyectos de título de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile durante el periodo 2000-2015.

En nuestro análisis nos encontramos con dos estructuras: una más superficial y claramente observable -el texto- y otra, más profunda, pero inobservable -el discurso-. En el caso del texto realizamos un análisis lingüístico o textual en la propia emisión de mensajes. Mientras que para el discurso lo hacemos mediante la interpretación o inferencia, a través de una hermenéutica interpretativa que nos muestra las intenciones ocultas del autor. No obstante, nuestra mirada no descansa en la intención del autor, sino más bien en la acción discursiva,

entonces vemos al discurso como una construcción social que emerge desde los textos (Van Dijk, 2013). En este sentido, examinamos el contenido del texto estudiado en la búsqueda de esta presencia patrimonial, tanto como un discurso construido, a la vez que se transforma en un *saber y hacer social* en la disciplina del diseño gráfico.

Ante la situación descrita, planteamos como hipótesis, que las tendencias temáticas en patrimonio cultural, social y natural, presentes en los proyectos de título de diseño gráfico de una universidad estatal durante el periodo 2000-2015, conforman un perfil disciplinar de preocupación social, cuando sus responsabilidades proyectuales incorporan retos en pos de la construcción de identidad nacional, regional y/o translocal. Este nuevo hacer -enmarcado en el desarrollo humano por sobre el del mercado- distancia a la disciplina de su función más tradicional y paralelamente reconoce nuevas necesidades, reconstruye mensajes y discursos pro patrimoniales y concreta su ser en una praxis humana, hacia un diseño social.

3.2 Delimitación del problema de investigación

3.2.1. Geográfica

Esta investigación sitúa sus límites geográficos en la zona central de Chile. Esta zona concentra siete de las diez universidades públicas que imparten la carrera de Diseño Gráfico en Chile, ubicadas éstas en las regiones: Metropolitana, Valparaíso, Maule y Biobío. Como se aprecia en la Figura N°2, las restantes se encuentran en las regiones de Antofagasta, Coquimbo y Araucanía.

En el caso particular de este estudio, nos centraremos en Santiago, capital de la Región Metropolitana y del país, ciudad que acoge en su territorio a dos universidades tradiciones y pioneras en impartir esta disciplina: la Pontificia Universidad Católica de Chile y la Universidad de Chile. De esta última casa de estudios, tomamos como muestra los proyectos presentados en el periodo 2000-2015 para obtener el título de Diseñador Gráfico.

La selección de esta institución radica en que esta casa de estudios, que cuenta con prestigio nacional e internacional, es parte de la trayectoria histórica de institucionalización del diseño en el país, entendiendo que la disciplina en Chile “comienza a definirse como tal recién a fines de los años sesenta del siglo pasado, con la reestructuración de los programas de las facultades de arte de las universidades y de la Escuela de Artes Aplicadas” (CNCA, 2017, p. 16).

Figura N° 2:

Distribución por zonas y regiones de las universidades públicas/estatales que imparten la carrera Diseño Gráfico en Chile.



Fuente: Elaboración propia.

También la causa de esta selección busca poder observar la presencia de patrimonio cultural en los proyectos de título. En este sentido, se asume la premisa de que el patrimonio cultural posee una estrecha relación con la identidad de una comunidad y territorio específico que lo definen. Consideramos así el contexto regional de cada institución universitaria como un marco favorable en la búsqueda de patrimonio cultural.

Este aspecto nos permite especular sobre una formación que se preocupa y asume una identidad propia con particularidades regionales y disciplinares, además de pensar su comunicación desde los problemas y las operaciones del intercambio social con identidad cultural (Soliz, 2012). Misión precisa en la construcción de identidades propias de cada comunidad con estímulos formativos y del entorno que permiten la construcción de este aprendizaje.

La idea es observar a la carrera de Diseño Gráfico en un marco territorial como una oportunidad de intervención humana. Para lo cual nos basamos como señala Serrano en: “factores de identidad cultural, trayectorias previas, visiones de futuro, capacidad de los actores locales, etc.” (2010, p.2). En este escenario los actores sociales, mediante la cultura y sociedad que los enmarca, descifran y evalúan la realidad del territorio a través de sus intervenciones.

Es menester mencionar que Chile es el país más largo del mundo, contando con 4.329 km. de longitud, característica geográfica que lo hace una nación de contrastes climáticos y geográficos, además de manifestarse la variedad casi completa de climas existentes en el planeta, exceptuando el clima tropical. Estas características geográficas y climáticas, generan una gran diversidad de identidades regionales con sus habitantes y costumbres propias. Así, las personas reconocen un territorio y se identifican con él, con su cultura, tradiciones, paisaje, historia, etcétera, lo cual transforma a Chile en un territorio con una gran heterogeneidad cultural, situación que permite pensar en patrimonios regionales a la vez que nacionales y locales.

Es importante indicar que en la búsqueda de presencia patrimonial, es preciso consensuar un resultado formativo común entre las carreras de diseño. Por esta razón la principal unidad de análisis de este estudio serán los trabajos o proyectos de finalización de carrera. El análisis de estos nos permite observar las huellas dejadas por una formación desde sus distintas dimensiones -procedimental, actitudinal y conceptual-, además la periodicidad constante de elaboración de estos documentos favorece una visión más holística y comparable de la formación en patrimonio cultural.

3.2.2. Temporal

El recorte temporal de esta investigación es el periodo que va desde el año 2000 al 2015. La elección de este periodo radica en que durante estos años se sucedieron diversos acontecimientos significativos vinculados con la educación superior, el diseño gráfico y la institucionalización del patrimonio cultural en Chile.

Cabe consignar que la carrera de Diseño en la Universidad de Chile se reabre en 1996, luego que no se impartiera durante 15 años desde que fuera cerrada en 1980 por la dictadura militar. En este escenario de reapertura, es en el año 2000 donde egresan los primeros estudiantes, existiendo por tanto trabajos de finalización a partir del 2001, es decir, proyectos de títulos.

Como se consignó en la primera parte de esta investigación, referida a la contextualización del problema, es durante el gobierno de Ricardo Lagos donde se profundiza este proceso de institucionalización cultural, mediante la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes –CNCA-, y la elaboración de políticas públicas.

También es importante destacar que en los años posteriores suceden algunos acontecimientos que marcan el desarrollo cultural y patrimonial de Chile. Tal es el caso de la celebración del Bicentenario de la Independencia Nacional en el 2010, el cual se transforma en una estrategia orientada a promover la protección y valoración del patrimonio natural y cultural. Escenario que trajo asociada nuevas temáticas y debates culturales que la educación superior asumió desde lo particular de cada disciplina.

Al año siguiente, el 2011, el CNCA, “crea el área de Diseño, en el Departamento de Fomento de la Cultura y las Artes, la que ha fomentado, principalmente, la profesionalización, la internacionalización y la difusión del trabajo de los diseñadores nacionales” (CNCA, 2017, p.20-21).

Luego, el 2014, Chile incorpora un nuevo sitio a la lista de Patrimonio Mundial: Qhapaq Ñan-Sistema Vial Andino, declarado en la Sesión del Comité N° 38 de 2014. En cuanto a la agenda de institucionalidad y legislación cultural, ese mismo año se realiza una consulta ciudadana a los actores culturales, gestores culturales y representantes de organizaciones, sobre el proyecto de ley que creará el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, el cual fue promulgado finalmente el 13 de octubre de 2017 por la Ley N°21.045.

También el 2014 destacamos un hecho relevante para la reflexión disciplinar; la realización del Quinto Seminario de Historia del Diseño, organizado por el Consejo Nacional de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. A propósito de este evento, el historiador Jocelyn-Holt (2014) reflexionó sobre el diseño y los hitos que permiten su conformación y desarrollo, tanto a nivel global como en el contexto de Chile, advirtiendo que la historia del país y con ello también la del diseño se sustentan en la política, es más podría incluso estar pauteada por el diseño político. En este sentido el diseño se sirve de un eje principalmente político.

De esta manera cerramos nuestro espacio temporal en el año 2015, durante el segundo gobierno de Michelle Bachelet: 2014-2018. Para este año un 42,9% de las instituciones académicas del país impartían alguna carrera asociada a los dominios disciplinares de arquitectura, diseño y servicios creativos.

El 2015 nos muestra un nuevo escenario mundial para las políticas culturales, impulsado por la UNESCO, cuyo enfoque relaciona a la cultura con la promoción de la ciencia, la educación, el medio ambiente, la cohesión social y el desarrollo sostenible. La cultura comienza a verse como capital humano, social y creativo, que permite el desarrollo

económico del país (Antoine, 2015). En esta línea, el informe “*Herramientas para la gestión cultural local – participación ciudadana*”, elaborado por el CNCA señala:

Los chilenos en democracia han relevado a la cultura como un factor fundamental de su existencia y desarrollo social. Las comunidades culturales demandan así un incremento sustantivo de la acción del Estado para fortalecer y profundizar un Chile de personas libres, pluralista, tolerante y capaz de terminar con las desigualdades y las discriminaciones, donde se viva la diversidad cultural, las relaciones pluriculturales y el cultivo de la memoria (CNCA, 2014, p.11)

Es así que hacia el 2015 el contexto país se torna propicio para el desarrollo, valoración y difusión del patrimonio cultural. Panorama que las carreras de diseño van asumiendo e incorporando en sus visiones, misiones, perfiles y programas.

Consideramos como un hito relevante la continuidad de las convocatorias del concurso titulado *Haz Tu Tesis en Cultura*, iniciativa comenzada en el año 1998 por la División de Cultura del Ministerio de Educación. Esta continuidad permite seguir aumentando la investigación del campo cultural del país, contando al 2015 con la participación de 640 trabajos académicos y más de 60 universidades nacionales e internacionales participantes. De las 39 postulaciones presentadas ese año, 21 corresponden a posgrado y 18 a pregrado, y 33 de estas pertenecen a universidades nacionales, donde la Universidad de Chile destaca con 10 ensayos. Es relevante el aumento en la participación de las temáticas patrimoniales, seguida por la creación artística, y la categoría de pueblos originarios y migrantes: así un 36% se concentra en la temática patrimonial; un 15% sobre participación y acceso como derecho a la cultura; y un 15% para políticas públicas e institucionalidad. Entre los planteles universitarios, la Universidad de Chile ha sido desde el año 2015 la que presenta mayores postulaciones, seguida por la Universidad Católica, mientras que en regiones destaca la Universidad de Concepción y la Universidad Austral de Valdivia (CNCA, 2016).

También el 2015, la CNCA crea el Programa de Intermediación Cultural, como una forma de vincular a la producción creativa y la ciudadanía. Su objetivo es consolidar un campo cultural que favorezca la circulación y difusión de bienes y servicios culturales, a través de alianzas estratégicas entre “organizaciones sin fines de lucro, entidades públicas y privadas, artistas y otros profesionales de la cultura” (CNCA, 2016, p.10). Se organizan también las jornadas de capacitación para el desarrollo del sector cultural *ACERCA 2015*: “Así se intenta fomentar el desarrollo del territorio y el turismo, a través de la puesta en valor del patrimonio natural y cultural como principales recursos” (CNCA, 2015, s.p).

En este escenario, el día del patrimonio cultural aumenta de manera significativa la oferta de visitas y recorridos en todo el territorio nacional, abriendo edificios y sitios patrimoniales. Además abren nuevas categorías y actividades patrimoniales, tales como barrios y zonas típicas, artesanos y oficios tradicionales y patrimonio cultural indígena.

Resumiendo, consideramos que durante el espacio temporal abarcado por esta investigación: 2000-2015, Chile experimenta un proceso en el que se desarrolla su institucionalidad cultural, generando identidad y reconocimiento de su patrimonio. Esto se da en un marco particular, en la vorágine del patrimonio cultural chileno, como componente social y cultural de este milenio, lo cual sumado al auge de las teorías internacionales de un diseño social, como componente disciplinar, y los propios cuestionamientos de la disciplina, permiten que el diseño gráfico comience a reconocerse como un sector que cumple un papel estratégico en la difusión, rescate y generación de valor y diferenciación en el campo del patrimonio cultural. Tendencia que esperamos destramar a partir del análisis de los proyectos de título presentados para obtener el título de diseñador gráfico en la Universidad de Chile.

3.3. Descripción detallada del método de investigación

3.3.1. Diseño de la investigación

Nuestra estrategia de análisis es inductiva y de carácter descriptivo documental, conteniendo tres tipos de unidades de análisis: de muestreo, de registro y de contexto, cuyas especificaciones se detallarán en el siguiente apartado.

Tanto para el análisis cuantitativo como cualitativo hemos aplicado una ficha de análisis. Sin embargo, para cada unidad de muestreo se utiliza una ficha diferente:

- a) Ficha de análisis para Tesis de Diseño Gráfico UCH: 2000-2015.
- b) Ficha de análisis para Tesis de Diseño Gráfico UCH patrimoniales: 2000-2015.

Para la organización del análisis, nos hemos basado en lo propuesto por López-Aranguren (1994), Bardin (1986), Mayer y Quellet (1991), Landry (1998) y Gómez (2000), de cuya lectura proponemos las siguientes cuatro etapas generales: 1) el análisis previo o lectura de documentos, 2) la preparación del material, 3) la selección de la unidad de análisis y 4) la explotación de los resultados. Etapas que se profundizan posteriormente en el apartado que explica la técnica utilizada de *análisis de contenido*.

Mediante estas fichas analizamos el contenido de los proyectos de finalización de carrera, en la búsqueda de información o datos objetivos sobre patrimonio cultural. Es decir, nos orientamos a: describir tendencias y cambios en los contenidos; observar evolución en los intereses; revelar diferencias en los resultados; comparar objetivos y relacionar características conocidas del patrimonio cultural con los resultados obtenidos. De esta manera, obtendremos datos como intereses temáticos sobre patrimonio, tendencias geográficas de las temáticas, posibles criterios usados en la selección de patrimonio cultural, propuesta de solución, entre otros.

3.3.2. Objeto de investigación: unidades de análisis

Las unidades de análisis se establecen como objeto de la codificación y/o de la categorización dentro de los registros, es decir, constituyen los elementos sobre los que se enfoca nuestro estudio. Es así que la unidad de análisis “es una definición abstracta, que designa el tipo de objeto social al que se refieren las propiedades. (...) Esta unidad se localiza en el tiempo y en el espacio, definiendo «la población de referencia» de la investigación” (Corbetta, 2003, p.81). Anteriormente, López-Aranguren ya distinguía tres tipos de unidades de análisis: *unidades de muestreo*, *unidades de registro*, y *unidades de contexto*, además agrega que las unidades de análisis “son los elementos de la comunicación en que se va a centrar el análisis” (López-Aranguren, 1994, p. 375).

Según esta definición, nuestras unidades de análisis han sido precisadas en *unidades de muestreo*, *unidades de registro*, y *unidades de contexto*. Para un mejor entendimiento, antes de precisar nuestras unidades de muestreo diremos que para López-Aranguren (1994) estas unidades son:

Las diversas partes de la realidad sometida a observación que el investigador considera como separadas e independientes entre sí; por ello son aspectos de la comunicación que pueden formar parte de una muestra de elementos, para a continuación ser objeto de análisis (López-Aranguren, 1994, p.375).

Unidades de muestreo

Nuestra *unidad de muestreo* se localiza, en una primera etapa, en las *Tesis de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile durante el periodo 2000 – 2015*, y en una segunda etapa esta unidad se torna más específica aún, considerando a las *Tesis de Diseño Gráfico en*

patrimonio de la Universidad de Chile durante el periodo 2000 y 2015. Para estos efectos, comprendemos estos proyectos de finalización como una manifestación cultural común que da cuenta del resultado de una formación en diseño y patrimonio, además, de ser un documento donde convergen competencias procedimentales, actitudinales y conceptuales. Es más, estos proyectos permiten caracterizar particularidades de cada contexto nacional, regional, local y formativo.

Unidades de registro

Desde nuestras unidades de muestreo se obtienen las *unidades de registro*, las que entendemos como “cada parte de la unidad de muestreo que pueda ser considerada como analizable separadamente porque aparezcan en ella una de las referencias en las que el investigador está interesado” (López-Aranguren, 1994, p.375). Es así que, desde la primera *unidad de muestreo*: Tesis de Diseño Gráfico de la UCH, durante el periodo 2000-2015, tomamos como *unidad de registro* a los *títulos*. Mientras que de la segunda *unidad de muestreo*, referida a las Tesis de Diseño Gráfico en patrimonio de la UCH durante el periodo 2000-2015, consideramos como unidades de registro los siguientes elementos: títulos; objetivos; beneficiarios / grupo objetivo; resumen; y/o introducción. Mediante estas *unidades de registro* analizamos la presencia/ausencia, la frecuencia de aparición y los temas latentes del patrimonio cultural, así como también las orientaciones temáticas y geográficas; finalidad en la estrategia patrimonial; propuesta de solución en la intervención patrimonial; y destinatario del mensaje o público objetivo.

Unidades de contexto

Basándonos en lo señalado por Bardin (1986) entendemos el propósito de las *unidades de contexto* de la siguiente manera:

Sirve de unidad de comprensión para codificar la unidad de registro. Corresponde al segmento del mensaje cuyo tamaño (superior a la unidad de registro) es óptimo para captar la significación exacta de la unidad de registro. Esto es lo que, por ejemplo, puede ser la frase para la palabra, el párrafo para el tema (Bardin, 1986, p.81).

Al respecto, en nuestro estudio las *unidades de contexto* que influyen en la interpretación o valoración de las unidades de muestreo, a la vez que la caracterizan, se expresan en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, ubicada en la zona central de Chile,

Región Metropolitana, más específicamente en la ciudad de Santiago, para lo cual consideramos el análisis de la información contenida en las Tesis y sus Portadas. Estas *unidades de contexto* engloban a las *unidades de registro* y se encuentran contenidas en las *unidades de muestreo*, tal como se aprecia en la tabla N°1.

En este sentido, para la primera *unidad de muestreo*, referida a todas las Tesis de Diseño Gráfico de la UCH durante el periodo 2000-2015, se consideró el título como *unidad de registro*, y como *unidad de contexto* se utilizó: carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile; portada de las tesis; y tesis completas. Mientras que para la segunda *unidad de muestreo*, referida a las Tesis de Diseño Gráfico en patrimonio de la UCH durante el periodo 2000-2015, se estableció como *unidades de registro*: a los títulos, objetivos, beneficiarios / grupo objetivo, resumen y/o introducción; siendo las *unidades de contexto*: la tesis misma, sus portadas y la Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile,

Basándonos en Heinemann (2003), diremos que el posterior *análisis de contexto* permite descubrir interdependencia entre los resultados del análisis de contenido y acontecimientos compilados a través de otros procedimientos. En definitiva, se incluyen los textos en su contexto de creación, lo cual admite, debidamente, una reconstrucción del contenido del texto, es decir, proponer interdependencia entre el texto y las condiciones socioculturales, territoriales, políticas e institucionales en las que se creó.

La siguiente tabla presenta –de manera desagregada- una síntesis de las unidades de análisis que se utilizan en nuestro estudio:

Tabla N° 1:

Unidades de análisis subdivididas en unidades de muestreo, unidades de registro y unidades de contexto.

UNIDADES DE ANÁLISIS		
Unidades de muestreo	Unidades de registro	Unidades de contexto
Tesis de Diseño Gráfico de la UCH, periodo 2000-2015	Títulos	- Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, ubicada en la zona central de Chile, Región Metropolitana, ciudad de Santiago. - Tesis completa. - Portadas de tesis.
Tesis de Diseño Gráfico en patrimonio de la UCH, periodo 2000-2015.	Títulos	- Carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, ubicada en la zona central de Chile, Región Metropolitana, ciudad de Santiago. - Tesis completa. - Portadas de tesis.
	Objetivos	
	Beneficiarios/Grupo objetivo, Resumen y/o Introducción.	

Fuente: Elaboración propia.

3.3.3. Variables/ Atributos; Dimensiones/Sub-variable; Indicadores; Categorías y Sistema de valores

Al investigar, tanto con técnicas cuantitativas como cualitativas, emergen variables o atributos que dan cuenta del fenómeno estudiado en su complejidad, siendo necesario subdividir a su vez estas en dimensiones o sub-variables, que sean medibles en indicadores, estableciendo categorías y sistemas de valores pertinentes para este proceso. En este sentido, diremos que en términos conceptuales y de manera general, una variable nos permite medir u observar aquellas propiedades que pueden variar, las cuales se establecen en palabras para permitir y facilitar su adecuación a los requisitos prácticos de la investigación. Es así que una variable cuantitativa permite su medición en términos numéricos o cuantificables, es decir valores, mientras una variable cualitativa no es factible de ser medida en términos numéricos, pues expresa cualidades del sujeto/objeto observado, las que son posibles de codificar mediante categorías.

Una vez identificadas las variables es necesario su operacionalización, es decir, debemos hacerlas tangibles, medibles o posibles de ser registradas para lo cual se debe identificar su definición operacional específica, los procedimientos y criterios para medir una variable, alcanzando una gran cantidad de información. Tal volumen de información genera variables complejas, tornando dificultoso el paso de su conceptualización a su operacionalización, por lo que se vuelve necesario distinguir analíticamente entre variables, dimensiones e indicadores, entendiéndose las dimensiones como subvariables, es decir, elementos contenidos en estas que han de ser operacionalizados mediante indicadores.

En las tablas N°: 2, 3, 4, 5, 6 y 7, identificaremos variables/atributos, dimensiones/sub-variables, categorías, indicadores y sistema de valores para cada unidad de análisis.

Tabla N° 2:

Operacionalización de la variable/atributo: orientación y la dimensión/sub-variable: orientación temática.

OPERACIONALIZACIÓN: VARIABLE: ORIENTACIÓN - SUB-VARIABLE: ORIENTACIÓN TEMÁTICA			
Unidad de análisis (universo o población objetiva): Proyectos de titulación del Diseñador Gráfico de la Universidad de Chile			
Unidad de muestreo (población muestreada): Tesis de Diseño Gráfico UCH durante el periodo 2000 - 2015.			
Unidad de registro: Título			
VARIABLES o atributos: Orientación			
Dimensiones/sub-variable: Orientación temática			
Indicadores (cualitativo)	Categorías (escalas de medición)	Indicadores (cuantitativo)	Sistema de valores (escalas de medición)
Presencia de temática patrimonial	Escala nominal	Frecuencia de aparición de títulos en temática patrimonial	Escala ordinal
	Términos: Pueblo originario; Costumbres/ Tradiciones; Sitios; Rutas culturales/ Atractivos Turísticos; y Parque/ Reserva/ Monumento/ Santuario natural, de Chile		Número de títulos en temática patrimonial
Presencia de temática mercantil	Packaging; Sistema de comunicación para la venta; Campañas de publicidad; Industria; Difusión de pymes, microemprendimientos o empresas; Oficios o artesanos	Frecuencia de aparición de títulos en temática mercantil	Número de títulos en temática mercantil
Presencia de temática de ayuda social	Salud (física y psicológica) o sexualidad; Educación; Medioambiental; Género; Discriminación-inclusión o accesibilidad; Económico; Bullying- violencia; Cultura; Sustentabilidad; Discapacidad.	Frecuencia de aparición de títulos en temática social/no patrimonial	Número de títulos en temática social/no patrimonial
Presencia de temática de validación, sistematización o recopilación	Técnica; Teoría; Procesos; Metodología; Cartografías-colección; Comportamientos; Orientaciones; Archivos virtuales; Museos virtuales; Pautas; Clasificación.	Frecuencia de aparición de títulos en temática de validación, sistematización o recopilación.	Número de títulos en temática de validación, sistematización o recopilación
Presencia de temática expresión artística visual o audiovisual	Escenografías; Ilustraciones; Indumentarias; Documentales; Cortos; Comunicación emocional/sensorial; Experiencias; Experimentos; Interfax; Editorial; Efectos audiovisuales; Oferta artístico cultural; Tipografías; Animaciones; Artes gráficas; Exposición; Enciclopedia virtual.	Frecuencia de aparición de títulos en temática artística visual o audiovisual	Número de títulos en temática de expresión artística visual o audiovisual
Presencia de temática de investigación, estudio o análisis	Ciencia visual; Disciplina del diseño; Audiovisual; Semiótico; Sintáctico/Visual.	Frecuencia de aparición de títulos en temática de investigación, estudio o análisis	Número de títulos en temática de investigación, estudio o análisis
Presencia de temática de posicionamiento, difusión e identidad visual	Rediseñar; Identidad corporativa; Posicionar, valorar o difundir; Señalizar (Señalética); Ofertar (academia, disciplinas); Estrategia comunicacional.	Frecuencia de aparición de títulos en temática de posicionamiento, difusión e identidad visual	Número de títulos en temática de Posicionamiento, difusión e identidad visual
Presencia de temática en nuevas técnicas o tecnología	Software de Diseño; Programas, interface, plataformas; Sistemas de organización; Web móvil (dispositivos); Herramienta de visualización; Nuevos Soportes comunicacionales; Nuevos enfoques; Aplicaciones; Ensayos experimentales.	Frecuencia de aparición de títulos en temática en nuevas técnicas o tecnología	Número de títulos en temática en nuevas técnicas o tecnología
Presencia de temática de enseñanza aprendizaje	Talleres; Cursos; Recursos de apoyo; Material didáctica; Proyecto pedagógico; Guía; Instructivo; Seminarios; Sistema o propuesta de integración; Manual; Juego educativo.	Frecuencia de aparición de títulos en temática de enseñanza aprendizaje	Número de títulos en temática de enseñanza aprendizaje

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 3:

Operacionalización de la variable o atributo: orientación y la dimensión/sub-variable: orientación geográfica de la temática patrimonial

OPERACIONALIZACIÓN			
VARIABLE: ORIENTACIÓN			
SUB-VARIABLE: ORIENTACIÓN GEOGRÁFICA DE TEMÁTICA PATRIMONIAL			
Unidad de análisis (universo o población objetiva): Proyectos de titulación del diseñador gráfico de la Universidad de Chile			
Unidad de muestreo (población muestreada): Tesis de Diseño Gráfico UCH, en patrimonio, periodo 2000-2015.			
Unidad de registro: Título.			
VARIABLES o atributos: Orientación			
Dimensiones/sub-variable: Orientación geográfica de temática patrimonial			
Indicadores (cualitativo)	Categorías (escalas de medición)	Indicadores (cuantitativo)	Sistema de valores (escalas de medición)
Presencia de temática patrimonial nacional (Chile).	Escala nominal	Frecuencia de aparición nacional	Escala ordinal
	Términos de Pueblo originario; Costumbres/tradiciones; Sitios; Rutas culturales/atractivos turísticos; y Parque/Reserva/monumento/Santuario natural, DE CHILE.		Número de casos nacionales
Presencia de temática patrimonial regional (regiones de Chile)	Términos de Pueblo originario; Costumbres/tradiciones; Sitios; Rutas culturales/atractivos turísticos; y Parque/Reserva/ Monumento/Santuario natural, DE LAS REGIONES DE CHILE	Frecuencia de aparición regional	Número de casos regionales
Presencia de temática patrimonial local. (provincia de Santiago y sus comunas)	Términos de Pueblo originario; Costumbres/tradiciones; Sitios; Rutas culturales/atractivos turísticos; y Parque/Reserva/ Monumento/Santuario natural, DE LA PROVINCIA DE SANTIAGO.	Frecuencia de aparición local	Número de casos locales
Presencia de temática patrimonial Translocal. (Sudamérica, extranjera)	Términos de Pueblo originario; Costumbres/tradiciones; Sitios; Rutas culturales/atractivos turísticos; y Parque/Reserva/ Monumento/Santuario natural, TRANSLOCAL	Frecuencia de aparición translocal	Número de casos translocales

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 4:

Operacionalización de la variable o atributo: orientación y la dimensión/sub-variable: orientación patrimonial del tema.

OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE: ORIENTACIÓN SUB-VARIABLE: ORIENTACIÓN PATRIMONIAL DEL TEMA			
Unidad de análisis (universo o población objetiva): Proyectos de titulación del Diseñador Gráfico de la Universidad de Chile			
Unidad de muestreo N°1 (población muestreada): Tesis de Diseño Gráfico UCH, en patrimonio, periodo 2000-2015.			
Unidad de registro: Título.			
VARIABLES o atributos: Orientación			
Dimensiones/sub-variable: Orientación patrimonial del tema.			
Indicadores (cualitativo)	Categorías (escalas de medición)	Indicadores (cuantitativo)	Sistema de valores (escalas de medición)
Presencia del término: Pueblo originario/amerindio o americano	Escala nominal Términos de etnias: Chinchorros; Afrodescendientes; Aymaras; Quechuas; Atacameños/likan-antai; Mapuches; Changos; Diaguitas; kolla; Rapanui; Pehuenches; Picunches; Chiquiyanes; Cuncos; Huilliches; Puelches; Chonos; Kawésqar; Aonikenk/Tehuelche; Selk'nam/Onas; Yamanas/Yaganes; Poyas; Pueblo precolombino; País o pueblo de américa; Interculturalidad.	Frecuencia de aparición de temática de pueblo originario/amerindio.	Escala ordinal Número de casos en temática de pueblo originario/amerindio.
Presencia de término: costumbres/tradiciones	Términos: Conocimientos; Modos de hacer; Prácticas y usos de la vida social; Rituales; Festividades; Manifestaciones (literarias, musicales, plásticas, escénicas, lúdicas, textiles, artesanales, gráfica, urbana, Danza); Formas de expresión; Histórico gráfico-fotográfico; Hito o periodo histórico; Tradición oral; Personajes o tesoros humanos (ilustres, populares, históricos, Talento creativo, artistas, experiencias, testimonios); Identidad popular, urbana o chilena.	Frecuencia de aparición de temática de costumbres/tradiciones .	Número de casos en temática de costumbres/tradiciones.
Presencia de términos sitios patrimoniales o tradicionales	Términos: Mercados; Ferias; Santuarios; Plazas; Espacios de prácticas culturales (museos); Monumentos o sitios históricos; Monumentos públicos; Monumentos artísticos; Conjuntos o sitio arquitectónico/s históricos; Centros industriales; Obras de ingeniería; Sitios tradicionales; Sitio o lugar del territorio nacional.	Frecuencia de aparición de temática de Sitios patrimoniales o tradicionales.	Número de casos en temática de Sitios patrimoniales o tradicionales.
Presencia de términos rutas culturales y atractivos turísticos.	Términos: Circuito; Caminos; Rutas; Barrios; Calles; Zona turística o típica; Sector/población; Itinerario cultural o histórico.	Frecuencia de aparición de temática de Rutas culturales y atractivos turísticos.	Número de casos en temática de Rutas culturales y atractivos turísticos.
Presencia de término área o medio natural	Términos: Parque Nacional natural; Reserva Natural; Monumento Natural; Santuario Natural; Áreas silvestres; Áreas verdes; Flora y fauna endémica o autóctona; Paisaje de conservación.	Frecuencia de aparición de temática de área o medio Natural	Número de casos en temática de área o medio Natural.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 5:

Operacionalización de la variable o atributo: finalidad y la dimensión/sub-variable: finalidad en la estrategia patrimonial.

OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE: FINALIDAD /SUB-VARIABLE: FINALIDAD EN LA ESTRATEGIA PATRIMONIAL			
Unidad de análisis (universo o población objetiva): Proyectos de titulación del diseñador gráfico de la Universidad de Chile			
Unidad de muestreo (población muestreada): Tesis de Diseño Gráfico UCH, en patrimonio, periodo 2000-2015.			
Unidad de registro: Objetivo.			
Variables o atributos: Finalidad.			
Dimensiones/sub-variable: Finalidad en la estrategia patrimonial.			
Indicadores (cualitativo)	Categorías (escalas de medición)	Indicadores (cuantitativo)	Sistema de valores (escalas de medición)
Presencia de verbos estratégicos en temática Educativa.	Escala nominal	Frecuencia de aparición de verbos en temática Educativa.	Escala ordinal
	Verbo Estratégico: Educar; Dar a conocer; Informar; Describir; Acercar; Enseñar; Aprender; Reforzar; Explicar; Generar espacios.		Número de casos con finalidad Educativa
Presencia de verbos estratégicos en temática de identificación	Verbo estratégico: Identificar; Discriminar; Destacar; Generar, Expresar o Construir identidad; Representar; Reconocer; Detectar.	Frecuencia de aparición de verbos en temática de identificación	Número de casos con finalidad de identificación
Presencia de verbos estratégicos en temática de difusión	Verbo estratégico: Difundir divulgar; Promover; Motivar; Comunicar; Trasmitir; Fomentar; Concientizar; Publicar; Generar discursos; Socializar; Gestionar; Incentivar; Promocionar; Exhibir; Masificar; Transferir; Mostrar.	Frecuencia de aparición de verbos en temática de difusión	Número de casos con finalidad de difusión
Presencia de verbos estratégicos en temática de rescate.	Verbo estratégico: Rescatar; Recopilar; Registrar; Reivindicar; Recuperar; Conservar; Preservar; Catalogar; Visualizar; Resguardar; Registrar; Normalizar; Reconstruir; Documentar.	Frecuencia de aparición de verbos en temática de rescate	Número de casos en temática de rescate.
Presencia de verbos estratégicos en temática de valoración.	Verbo estratégico: valorar; Poner en valor; Valorizar; Revalorizar; Posicionar; Reubicar; Potenciar; Reafirmar.	Frecuencia de aparición de verbos en temática de valoración	Número de casos en temática de valoración.
Presencia de verbos estratégicos en temática de reinterpretación.	Verbo estratégico: Reinterpretar; Recontextualizar; Extrapolar; Vincular; Resignificar.	Frecuencia de aparición de verbos en temática de reinterpretación	Número de casos en temática de reinterpretación
Presencia de verbos estratégicos en temática de estudio.	Verbo estratégico: Estudiar; Investigar; Generar o crear conocimiento; Reflexionar; Observar; Examinar; Analizar; Indagar.	Frecuencia de aparición de verbos en temática de estudio	Número de casos en temática de estudio.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 6:

Operacionalización de la variable o atributo: propuesta de solución y la dimensión/sub-variable: propuesta de solución en la intervención patrimonial.

OPERACIONALIZACIÓN			
VARIABLE: PROPUESTA DE SOLUCIÓN			
SUB-VARIABLE: PROPUESTA DE SOLUCIÓN EN LA INTERVENCIÓN PATRIMONIAL			
Unidad de análisis (universo o población objetiva): Proyectos de titulación del Diseñador Gráfico de la Universidad de Chile			
Unidad de muestreo (población muestreada): Tesis de Diseño Gráfico UCH, en patrimonio, periodo 2000-2015.			
Unidad de registro: Objetivo.			
Variables o atributos: Propuesta de solución.			
Dimensiones/sub-variable: Propuesta de solución en la intervención patrimonial.			
Indicadores (cualitativo)	Categorías (escalas de medición)	Indicadores (cuantitativo)	Sistema de valores (escalas de medición)
Presencia de términos de un soporte impreso o editorial.	Escala nominal	Frecuencia de aparición de términos de un soporte impreso o editorial	Escala ordinal
	Términos: Revista; Comic; Cuento; Libro; Periódico; Guía; Catálogo; Material de consulta; Plano; Tomo.		Número de casos con términos de un soporte impreso o editorial
Presencia de términos iconográficos	Términos: Icono; Señalética; Tipo; Patrón.	Frecuencia de aparición de términos iconográficos	Número de casos con términos iconográficos.
Presencia de términos audiovisuales	Términos: Documental; Corto; Página o sitio web; Aplicación a dispositivos móviles; CD; Sistema interactivo multimedial; Revista electrónica; Diseño de flujo de producción; Propuesta visual interactiva; Sellos online; Videojuegos; Interfaz gráfica; Infografías interactivas; eBook.	Frecuencia de aparición de términos de un audiovisual	Número de casos con términos de un audiovisual
Presencia de términos de identidad o identificación	Términos: Registro patrimonial; Sistema de identificación; Sistema corporativo; Soportes identitarios; Branding; Citybranding.	Frecuencia de aparición de términos de identidad o identificación.	Número de casos con términos de identidad o identificación.
Presencia de términos educativos o informativos	Términos: Material didáctico gráfico; Material didáctico lúdico; Material didáctico multimedia; Infografías educativas; Material educativo; Taller.	Frecuencia de aparición de términos educativos o informativos	Número de casos en temática educativa o informativa
Presencia de términos lúdicos	Términos: Juegos de mesa (naipes, tableros); Videojuegos (online, de roles)	Frecuencia de aparición de términos lúdicos	Número de casos en temática lúdica
Presencia de términos de consumo	Términos: Vestuario o indumentarias; Réplicas de figuras; Línea de productos; Objetos o productos en venta.	Frecuencia de aparición de términos de consumo	Número de casos en temática de consumo.
Presencia de términos comunicacionales	Términos: Estrategia comunicacional; Campaña de comunicación o difusión; Sistema de comunicación visual; Programa de comunicación visual; Campaña de valoración y posicionamiento; Herramienta estratégica de comunicación; Propuesta museográfica; Sistema de hitos narrativos; Evento de lanzamiento y difusión.	Frecuencia de aparición de términos comunicacionales	Número de casos en temática comunicacional
Presencia de términos de una recopilación	Términos: Historia gráfica o fotográfica; Material de consulta compilatorio; Galería; Catastro; Exposición; Registro gráfico compilatorio; Registro de paletas cromáticas; Compilados; Inventarios.	Frecuencia de aparición de términos de una recopilación	Número de casos en temática de recopilación
Presencia de términos teóricos	Términos: Investigación; Estudio.	Frecuencia de aparición de términos teóricos.	Número de casos en temática teórica.
Presencia de términos artístico/gráfico	Términos: Reinterpretación visual; Aplicación artística; Tipografías; Papeles murales; Líneas gráficas; Ilustraciones; Reversiones.	Frecuencia de aparición de términos artístico/gráfico.	Número de casos en temática artística/gráfica

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 7:

Operacionalización de la variable o atributo: destinatario del mensaje o público objetivo y la dimensión/sub-variable: grupos sociales y culturales.

OPERACIONALIZACIÓN			
VARIABLE: DESTINATARIO DEL MENSAJE / GRUPO OBJETIVO			
SUB-VARIABLE: GRUPOS SOCIALES Y CULTURALES			
Unidad de análisis (universo o población objetiva): Proyectos de titulación del diseñador gráfico de la Universidad de Chile			
Unidad de muestreo (población muestreada): Tesis de Diseño Gráfico UCH, en patrimonio, periodo 2000-2015.			
Unidad de registro: Beneficiarios/ Grupo objetivo definido/Resumen y/o Introducción.			
VARIABLES o atributos: Destinatario del mensaje o Público objetivo.			
Dimensiones/sub-variable: Grupos sociales y culturales			
Indicadores (cualitativo)	Categorías (escalas de medición)	Indicadores (cuantitativo)	Sistema de valores (escalas de medición)
Tema latente orientado a un grupo étnico/cultural	Escala nominal Términos de un Grupo étnico/cultural: Chinchorros, Afrodescendientes, Aymaras, Quechuas, Atacameños/likan-antai, Mapuches, Changos, Diaguitas, Kolla, Rapanui, Pehuenches, Picunches, Chiquiyanes, Cuncos, Huilliches, Puelches, Chonos, Kawésqar, Aonikenk/Tehuelches, Selk'nam/Onas, Yamanas/Yaganes, Poyas, Ascendientes de una etnia o cultura; Comunidad o población étnica nacional, Personas de un pueblo originario nacional.	Frecuencia de aparición de Términos de un grupo étnico/cultural	Escala ordinal Número de casos con Términos de un grupo étnico/cultural
Tema latente orientado a un grupo de alumnos	Términos de Alumnos de: Educación inicial; Educación escolar básica (3 ciclos); Educación media; Formación profesional; Educación técnica superior; Educación universitaria; Educación de postgrado; Educación especial; y Estudiantes; Escolares; Participantes educados; Alumnos o ex alumnos.	Frecuencia de aparición de términos de un grupo de alumnos.	Número de casos con términos de grupo de alumnos.
Tema latente orientado a un grupo de personas de un territorio determinado o indeterminado.	Términos de Personas: de un Balneario o caleta; Vecinos de un barrio o población; De una ciudad; De un país; De una comuna; De una región; De una provincia; Extranjeras o Chilenas; Hispanoamericana; De una zona; Integrantes o residentes de un terreno; Comunidad urbana no étnica; Ciudadanos.	Frecuencia de aparición de términos de un grupo de personas de un territorio determinado o indeterminado.	Número de casos con términos de un grupo de personas de un territorio determinado o indeterminado.
Tema latente orientado a una institución u organización ciudadana	Términos de Personas de: Una Junta vecinal; Una Municipalidad; Un Centro de estudios, información o investigación; Un Club; Una ONG; Un Colegio o Escuela; Un jardín infantil; Una Agencia; Una Agrupación; Un Ministerio; Miembros de entidades u Organismos públicos o privadas; Un grupo o banda musical; Una Asociación; Una Fundación; Una Empresas o corporación privada; Una colectividad.	Frecuencia de aparición de términos de una institución u organización ciudadana	Número de casos con términos de una Institución u organización ciudadana.
Tema latente orientado a un tipo de visitante, observador o espectador	Términos de: Público de una obra de teatro; Observadores de una Exposición; Visitantes de espacio cultural; Visitantes de flora y fauna (reserva, Parque, Santuario natural, zoológico); Visitantes flotantes: Visitas que circulan un sector; Turistas; Veraneantes; Audiencias amplias.	Frecuencia de aparición de términos de visitante, observador o espectador	Número de casos en la temática de visitante, observador o espectador.
Tema latente orientado a un público en general.	Términos de Público: Indefinido; Habitual o frecuente; Especializado o experto; Global, Amplio o todo público; Callejero, Transeúnte o circulante; Potencial; Genérico; Creativo; Usuario de la web o plataformas digitales; De una sociedad; Clientes o usuarios potenciales o nuevos; Con acceso a internet; Que conocen o desean conocer algo; Que desconocen algo.	Frecuencia de aparición de términos de un público en general.	Número de casos en temática de un público en general.
Tema latente orientado a un grupo informal o de interés común	Términos de: (Segmentación Psicográfica) Seguidores; Fanáticos o fans; Tribus urbanas; Interesados; Coleccionistas; Consumidores; Aficionados; Personas ligadas a algo; Comunidad de gusto común; Estrato o clase social; jugadores; Hinchas;	Frecuencia de aparición de términos de un grupo informal o de interés común	Número de casos en temática de un grupo informal o de interés común

	(Segmentación profesional/ laboral) Profesionales de un área disciplinar; Académicos o academia; Trabajadores; Funcionarios; Artesanos; Personas hábil en algo; Productores; creadores; técnicos; investigadores; Docentes /Profesores/ Educadores o Monitores de una institución u organización; (Segmentación Demográfica) Niños; Jóvenes; Adultos; Tercera edad o adulto mayor; Rango etario; Una generación; Hombres; Mujeres; contemporáneos; Adolescentes; etapa de la vida; (Uniones sanguíneas o estados civiles) Parejas; Matrimonios; Padres; Familiares; Madres.		
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4. Técnica de análisis e instrumentos de recolección de información.

El análisis de contenido y su aplicación

Como ya se ha mencionado, la técnica de análisis utilizada para esta investigación es el *análisis de contenido*, es decir, más allá de centrar nuestro análisis en el estilo del texto nos fijamos en las ideas que se expresan, a través del contenido manifiesto de la comunicación o del significado de palabras, temas y/o frases, desde una óptica cuantitativa. Pero además, nos permite analizar lo no dicho o latente del mensaje, es decir lo cualitativo, con la intención de objetivar y convertir en datos los contenidos para lograr analizarlos y tratarlos. En palabras de Bardin (1986) el análisis de contenido designa:

Un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones tendente a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (variables inferidas) de estos mensajes (Bardin, 1986, p.32).

Así, la técnica de análisis de contenido puede utilizarse con distintas finalidades, destacando los siguientes fines: “calcular la frecuencia de ocurrencia de palabras, conocer el tono de la referencia y realizar deducciones sobre las intenciones” (Delgado y Del Villar, 1995, p.27), los cuales complementamos con lo planteado por Bardin (1986): presencia o ausencia, frecuencia, frecuencia ponderada, intensidad, dirección, orden y contingencia.

Para los fines de este estudio nos parece relevante profundizar en la presencia o ausencia de patrimonio cultural. No obstante, también nos adentramos en la frecuencia de aparición de ciertos tipos de patrimonios culturales, al igual que la dirección que adquieren las unidades de registro, ya sea hacia el patrimonio nacional, regional, local y translocal, o hacia ciertas categorías patrimoniales.

Si bien en un primer momento, esta técnica se presentó como constatación de frecuencias o de análisis cuantitativo, hoy se complementa con el análisis cualitativo que permite el análisis de contenidos latentes de la comunicación, es decir, identificar la “presencia o ausencia de ciertas reacciones, originalidad, novedad de ciertos aspectos” (López, 2002, p.173), dando cuenta de aquellos elementos simbólicos del material (Landry, 1998; Pérez, 1984).

Para comprender el análisis de contenido, López (2002) nos señala que es preciso que lo situemos en el contexto de investigación, pues implica “verificación de hipótesis, hacer inferencias sobre las características del texto, las causas o antecedentes del mensaje y los efectos de la comunicación” (López, 2002, pp.173-174). A causa de ello, cada investigación deberá adaptar sus procedimientos y así orientarse al estudio o problema que busca abordar.

En nuestra investigación, el análisis de contenido nos permite descubrir la presencia/ausencia, frecuencia y dirección que adquieren las unidades de registro, a la vez que describir las tendencias de un tipo de resultado en la formación del Diseñador Gráfico de la Universidad de Chile en cuanto al patrimonio cultural presente en las tesis.

Para poder llevar a cabo y ordenar el análisis de contenido se proponen cuatro etapas, que se basan en autores tales como: López-Aranguren (1994); Bardin (1986); Mayer y Quellet (1991); Landry (1998) y Gómez (2000). Estas etapas consisten en:

1. *Pre-análisis o la lectura de documentos*: Se constituye de tres momentos: selección de los documentos a analizar; enunciación de hipótesis y objetivos; y finalmente determinar los indicadores para la interpretación.
2. *Preparación del material -sistema de categorías-*: Se desglosa el documento en unidades de significación que posteriormente se clasifican en categorías, determinando la unidad de cuantificación en caso de ser necesario, por ejemplo un concepto, tema, idea, palabra o bien la frecuencia de aparición de frases o palabras. Para el caso de esta investigación, las categorías se han establecido a partir de tres vías: la revisión teórica y conceptual, sistema de categorías previos y un pre-acercamiento a los textos de análisis. De este modo, los momentos que componen la etapa de *preparación de material*, se establecen en: “la constitución del corpus; la transcripción del material [contenido y contexto] y la escogencia de un método de análisis [desglosar el contenido y agruparlo en

temas, luego en categorías o subcategorías]” (Gómez, 2000, p.7). Es importante destacar en este punto que una variable posee ciertos atributos que para el caso del análisis cuantitativo serán los valores de la variable, mientras que para el análisis cualitativo serán las distintas categorías que emergen. De ahí que nuestro principal corpus lo conforman los trabajos de finalización o tesis de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile, de los cuales se seleccionan primeramente a las tesis realizadas durante el periodo 2000-2015, y luego de las tesis de este periodo se toman aquellas que contemplan al patrimonio cultural como temática central en títulos; objetivos; beneficiarios o grupo objetivo definido; resumen y/o introducción. Todo esto dentro de un contexto territorial, institucional y disciplinar. Finalmente a través, del método de análisis de contenido se obtendrá el desglose según sus variables/atributos, dimensiones/subvariables e indicadores de cada unidad de análisis.

3. *Selección de la unidad de análisis* -de muestreo, de registro y de contexto-: Se determinan los elementos sobre los que se centra nuestra investigación, lo que permite situarnos en el espacio y tiempo pues define la población de referencia del estudio. En la unidad de análisis se pueden distinguir tres tipos de unidades: de muestreo, de registro y de contexto (López-Aranguren, 1994; Bardin, 1986). Para la determinación de las unidades de análisis se pueden utilizar tres métodos diferentes: “1) de manera inductiva a partir de las similitudes de sentido del material de análisis; 2) de manera deductiva derivándolas de una teoría existente; 3) finalmente, siguiendo una fórmula mixta en donde una parte de las categorías es derivada de una teoría mientras que la otra parte es inducida en el curso del análisis” (Landry, 1998, p.348). Este último modelo, conocido como mixto, es el que se utiliza para este estudio, pues hemos determinado previamente categorías preexistentes o derivadas de la teoría, y así hemos dejado un espacio para buscar ciertas similitudes de manera inductiva con la incorporación de hipótesis inducidas por el análisis. De este modo, para nuestras unidades de registro, en términos generales, hemos considerado 1) Títulos; 2) Objetivos; y 3) Beneficiarios/Grupo objetivo; Resumen y/o Introducción. Es así que se realizan distintos tipos de análisis: 1) Análisis de temas; 2) Análisis de títulos de tesis; 3) Análisis de objetivos de tesis; y 4) Análisis de Beneficiarios de las tesis.

4. *Explotación de los resultados*: El análisis de contenido nos exige descomponer el material tratado y así obtener los elementos de análisis que pasarán a categorías una vez clasificados. Por tanto, la explotación de los resultados consiste en reagrupar para obtener categorías o grandes temas, los cuales se identifican a través de un título genérico. En otras palabras, en esta etapa se sistematizan o administran nuestras decisiones, a través de la codificación que transforma los datos brutos del texto en unidades que describen o precisan al contenido.

Instrumentos de recolección de información

Entre los instrumentos utilizados comúnmente para el análisis de contenido se encuentran la ficha de análisis, la hoja de registro o plantilla de codificación. A través de ellos se expresan de manera breve las variables a medir -formales y de contenido- y permiten el análisis cuantitativo como cualitativo de los textos seleccionados.

Para este estudio el instrumento que materializa nuestra técnica de análisis de contenido, se concibe a través de la ficha de análisis o cuadro. Esta contempla a las unidades de análisis, categorías de análisis y producto del análisis realizado. A continuación, se presentan las fichas N°1 y N°2 utilizadas en el análisis de: *Tesis de diseño gráfico UCH, periodo 2000-2015*; y *Tesis de diseño gráfico UCH, patrimonio, 2000-2015*,

Tabla N° 8:*Ficha de análisis N°1 para Tesis de Diseño Gráfico UCH periodo 2000-2015.*

FICHA DE ANALISIS N°1 Unidad de análisis (1ª unidad de muestreo): Tesis de diseño gráfico UCH, periodo 2000-2015		
Zona y región		
Universidad		
Fecha de publicación		
Título del proyecto		
Tipo de documento (tesis, proyecto, tesina, memoria, otros)		
Sección (capítulo, tema, subtema)		
Rasgos formales		
Variables/ sub-variable	Categorías de análisis	Producto del análisis
Orientación temática en título.	(Presencia de temática) Patrimonial; Mercantil; de Ayuda social; Validación, sistematización o recopilación; Expresión artística visual o audiovisual; Investigación, estudio o análisis; Posicionamiento, difusión e identidad visual; Nuevas técnicas o tecnología; Enseñanza aprendizaje.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 9:*Ficha de análisis N°2 para Tesis de Diseño Gráfico UCH en patrimonio periodo 2000- 2015.*

FICHA DE ANALISIS N°2		
Unidad de análisis (2ª unidad de muestreo):		
Tesis de diseño gráfico UCH, en patrimonio periodo 2000- 2015		
Zona y región		
Universidad		
Fecha de publicación		
Título del proyecto		
Tipo de documento (tesis, proyecto, tesina, memoria, otros)		
Sección (capítulo, tema, subtema)		
Rasgos formales		
Variables/ sub-variable	Categorías de análisis	Producto del análisis
Orientación temática en título.	(Presencia de temática) Patrimonial; Mercantil; de Ayuda social; Validación, sistematización o recopilación; Expresión artística visual o audiovisual; Investigación, estudio o análisis; Posicionamiento, difusión e identidad visual; Nuevas técnicas o tecnología; Enseñanza aprendizaje.	
Orientación geográfica de temática patrimonial, en título.	(Presencia de temática patrimonial) Nacional(Chile); Regional (Regiones de Chile); Local (provincia de Santiago y sus comunas); Translocal (Sudamérica, Extranjera).	
Orientación patrimonial del tema en título.	(Presencia de Términos) Pueblo originario/amerindio o americano; Costumbres/tradiciones; Sitios patrimoniales o tradicionales; Rutas culturales y atractivos turísticos; Área o medio Natural.	
Finalidad de la estrategia patrimonial en objetivos.	(Presencia de Verbos estratégicos) Educar; Identificar; Difundir; Rescatar; Valorar; Reinterpretar; Estudiar.	
Propuesta de solución en la intervención patrimonial.	(Presencia de Términos) Soporte impreso o editorial; Iconográficos; Audiovisual; de Identidad o identificación; Educativo o informativo; Lúdicos; de Consumo; Comunicacionales; Recopilación; Teóricos; Artístico/gráfico.	
Destinatario del mensaje o público objetivo.	(Tema latente) Grupo étnico/cultural; Grupo de Alumnos; Grupo de personas de un territorio determinado/indeterminado; Institución u organización ciudadana; Visitante, observador o espectador; Público en general; Grupo de poder económico; Grupo informal o de interés común;	

Fuente: Elaboración propia

3.3.5. Aplicación de las fichas de análisis

La recogida de datos más significativa se desarrolló durante el primer semestre de 2018 en la Biblioteca Central de la Universidad de Chile, cuya sede está ubicada en Portugal #84, Santiago. Este centro de acopio bibliográfico alberga la totalidad de tesis de pregrado de la carrera de Diseño Gráfico de esta casa de estudios. En este sentido, la elección de esta biblioteca radica en su función de agrupar, categorizar y conservar los documentos o proyectos de finalización de la carrera en estudio. Además, en el caso particular de la Universidad de Chile, los documentos de tesis que alberga la biblioteca de manera física, se han complementado con el repositorio académico virtual de esta universidad, desde donde es posible descargar los documentos de tesis autorizados a ser difundidos, a través del siguiente link: <http://repositorio.uchile.cl/>, en la sección Facultad de Arquitectura y Urbanismo, y luego en la pestaña Tesis de Diseño.

Una vez recopiladas, desde la biblioteca y el repositorio virtual, las *Tesis de Diseño Gráfico de la UCH durante el periodo 2000-2015*, nuestra primera unidad de muestreo, se cuenta con un total de 451 proyectos de finalización de carrera, a cuya totalidad se aplica la Ficha de análisis N°1.

Luego del análisis de la primera unidad de muestreo, damos paso al estudio de las *Tesis de diseño gráfico UCH, en patrimonio durante el periodo 2000-2015*, nuestra segunda unidad de muestreo, la cual emerge desde el análisis de la primera. En este caso, contamos con 172 tesis en temática patrimonial, sobre las cuales aplicamos la ficha de análisis N°2.

Una vez aplicadas las fichas de análisis correspondientes a las unidades recopiladas, se debe proceder al proceso de *codificación*, es decir:

Una transformación -efectuada según reglas precisas- de los datos brutos del texto. Transformación que por descomposición, agregación y enumeración permite desembocar en una representación del contenido, o de su expresión, susceptible de ilustrar al analista sobre las características del texto que pueden servir de índices (Bardin, 1986, p.78).

En otras palabras, las unidades de análisis se adscriben dentro de una determinada categoría, lo que permite describir las características del contenido. Esta codificación, para el caso de un análisis cuantitativo y categorial, se organiza en tres momentos: “1) La descomposición: elección de las unidades. 2) La enumeración: elección de reglas de recuento y 3) La clasificación y la agregación: elección de categorías” (Bardin, 1986, p.78).

Los criterios usados para la codificación de esta investigación se establecen primeramente a nivel cualitativo en los siguientes indicadores y categorías:

1) *Presencia/ausencia en títulos de temáticas*: Generales y en patrimonio nacional, regional, local y translocal.

2) *Presencia/ausencia en títulos de términos*: Pueblo originario/amerindio o americano; costumbres/tradiciones; sitios patrimoniales o tradicionales; rutas culturales y atractivos turísticos; y área o medio natural.

3) *Presencia/ausencia en objetivos de verbos estratégicos (finalidad)*: Educar; identificar; difundir; rescatar; valorar; reinterpretar; y estudiar.

4) *Presencia/ausencia en objetivos de términos de una propuesta de solución en la intervención patrimonial*: Soporte impreso o editorial; iconográficos; audiovisual; identidad o identificación; educativo o informativo; lúdicos; consumo; comunicacionales; recopilación; teóricos; artístico/gráfico.

5) *Presencia/ausencia en beneficiarios/grupo objetivo, resumen y/o introducción, de tema latente en un grupo social o cultural*: Grupo étnico/cultural; grupo de alumnos; grupo de personas de un territorio determinado/indeterminado; institución u organización ciudadana; visitante, observador o espectador; público en general; grupos de poder económico; grupo informal o de interés común.

En tanto para el análisis cuantitativo tenemos los siguientes indicadores y sistema de valores o escalas de medición:

1) *Frecuencia de aparición de títulos en temáticas*: General y en patrimonio nacional, regional, local y translocal. Número de títulos en la temática.

2) *Frecuencia de aparición de títulos con términos*: Pueblo originario/amerindio o americano; costumbres/tradiciones; sitios patrimoniales o tradicionales; rutas culturales y atractivos turísticos; y área o medio natural. Número de títulos en temática.

3) *Frecuencia de aparición de objetivos con verbos estratégicos de*: Educar; identificar; difundir; rescatar; valorar; reinterpretar; y estudiar. Número de objetivos con verbos estratégicos en temática.

4) *Frecuencia de aparición de objetivos con términos de una propuesta de solución en la intervención patrimonial*: del tipo soporte impreso o editorial; iconográficos; audiovisual; identidad o identificación; educativo o informativo; lúdicos; consumo; comunicacionales; recopilación; teóricos; artístico/gráfico. Número de objetivos con términos de una propuesta de solución.

5) *Frecuencia de aparición en beneficiarios/grupo objetivo, resumen y/o introducción, de tema latente de un grupo social o cultural*: Grupo étnico/cultural; grupo de Alumnos; grupo de personas de un territorio determinado/indeterminado; institución u organización ciudadana; visitante, observador o espectador; público en general; grupos de poder económico; grupo informal o de interés común. Número de destinatarios del mensaje o público objetivo.

Es así que la codificación se realiza primeramente a través del copiado literal de Títulos, Objetivos y Beneficiarios/Grupo objetivo, Resumen y/o Introducción, interpretados y categorizados.

3.3.6. Descripción del análisis de los datos:

Como ya hemos indicado, este estudio se plantea desde una metodología multimodal inductiva, con un enfoque hermenéutico/interpretativo, por lo que el análisis de los contenidos considera información cuantitativa y cualitativa. Además posee un alcance exploratorio-descriptivo: propiedades, características, perfiles, etcétera; e incluye un estudio de desarrollo de tendencia o cambios que se producen en el transcurso del tiempo. Luego, en una segunda etapa, se realiza el análisis inferencial o interpretativo, para lo cual se utilizan técnicas documentales y hermenéuticas del análisis de contenido, las que nos permiten inferir las posturas narradas.

Una vez organizado y categorizado el material, procedemos a su análisis cualitativo y cuantitativo, para lo cual se cuantifican los datos recogidos a través de las fichas de análisis aplicadas a la totalidad de los trabajos de finalización en sus respectivas unidades de registro. Es así que hemos realizado el análisis en un nivel nominal, a través de la cuantificación de la frecuencia de adscripción de unidades dentro de cada categoría, tal como fue expuesto en el apartado anterior a través de la exposición de indicadores cuantitativos y su correspondiente sistema de valores, o escalas de medición; y los indicadores cualitativos y sus respectivas categorías o escalas de medición.

La indagación es a partir de las orientaciones temáticas, geográficas y patrimoniales; fines patrimoniales, propuesta de solución a la intervención patrimonial; destinatarios del mensaje o públicos objetivos; y los discursos construidos. Esperamos así, que el método de análisis de contenido, aplicado a los textos o proyectos de finalización de carrera, revele una tendencia temática al patrimonio cultural, social y natural, protegido y no protegido de la nación, tanto tangible como intangible. Tendencia que visibilizamos en el análisis e interpretación de estos textos, como un espacio donde se entrelazan las negociaciones del destinador o emisor, y el destinatario o receptor.

El análisis de las fichas aplicadas es llevado a datos numéricos y datos cualitativos, considerando el número de ocurrencia y los porcentajes, tanto en base a la totalidad de tesis: 451, como en base a las tesis patrimoniales: 172. Estos datos además se expresan de manera longitudinal, en un periodo de 15 años, pudiendo observarse ciertas tendencias en periodos y categorías. Asimismo, contemplamos un análisis separado por cada año en relación a cada categoría, arrojándonos datos más precisos de presencias/ausencias y frecuencias de aparición. Esto nos permite realizar comparaciones entre los datos, pero además contrastar esta información con acontecimientos, disciplinares, patrimoniales, culturales y políticos.

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Caracterización general de los resultados

Este capítulo presenta los resultados del análisis de datos cuantitativos y cualitativos obtenidos desde los proyectos de finalización de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile considerados en este estudio.

Contamos con un corpus de 451 proyectos analizados, dentro de los cuales se distinguen dos unidades de muestreo: 1) *Tesis de Diseño Gráfico de la UCH entre el 2000 y 2015*; y 2) *Tesis de Diseño Gráfico de la UCH con temática patrimonial, entre el 2000 y 2015*. En la primera unidad de muestreo, tomamos como unidades de registro a los *Títulos*, mientras que para la segunda, se consideran 4 unidades de registro: *Títulos, objetivos, beneficiarios o grupo objetivo definido; resumen y/o introducción*.

4.1.1. Orientación temática: Tesis patrimoniales y tesis no patrimoniales

Al analizar los títulos de las 451 tesis consideradas en este estudio es posible determinar las orientaciones temáticas visualizadas, obteniendo un corpus de tesis que considera temáticas no patrimoniales y patrimoniales, las que posteriormente se analizan de manera más detallada.

A continuación, se despliega una serie de tablas con información cuantitativa de carácter descriptivo, las cuales ofrecen una caracterización de la orientación temática en las tesis. La primera de ellas -tabla N° 10- da cuenta de la *distribución de frecuencias de aparición* para la variable *orientación* y la subvariable *orientación temática*. La tabla N° 11 presenta las tesis orientadas al patrimonio desagregadas porcentualmente por año de publicación y gobierno en ejercicio, considerando sus porcentajes en base al total de tesis patrimoniales; 172 tesis. En tanto, la tabla N° 12 y tabla N° 13, representan las 451 tesis desagregadas porcentualmente por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas. Mientras la tabla N° 12 considera los porcentajes en base al total de tesis por cada año; la tabla N° 13 indica el porcentaje en base a la totalidad de tesis: 451.

Adicionalmente, visualizamos la figura N° 3 que nos muestra el porcentaje de tesis en temática patrimonial v/s tesis en otras temáticas. Posteriormente, la figura N° 4 evidencia los porcentajes de tesis en patrimonio, desagregadas por año de publicación y gobierno en ejercicio, considerando estos porcentajes en base al total de tesis en patrimonio: 172. Asimismo, la figura N° 5 nos muestra el porcentaje total de tesis desagregadas por año de

publicación y orientación de la temática patrimonial v/s otras temáticas, por tanto se encuentra vinculada a los datos de la tabla N° 12. Mientras que la figura N° 6, nos evidencia los datos de la tabla N° 13, con porcentajes en base a la totalidad de tesis.

Tabla N° 10:

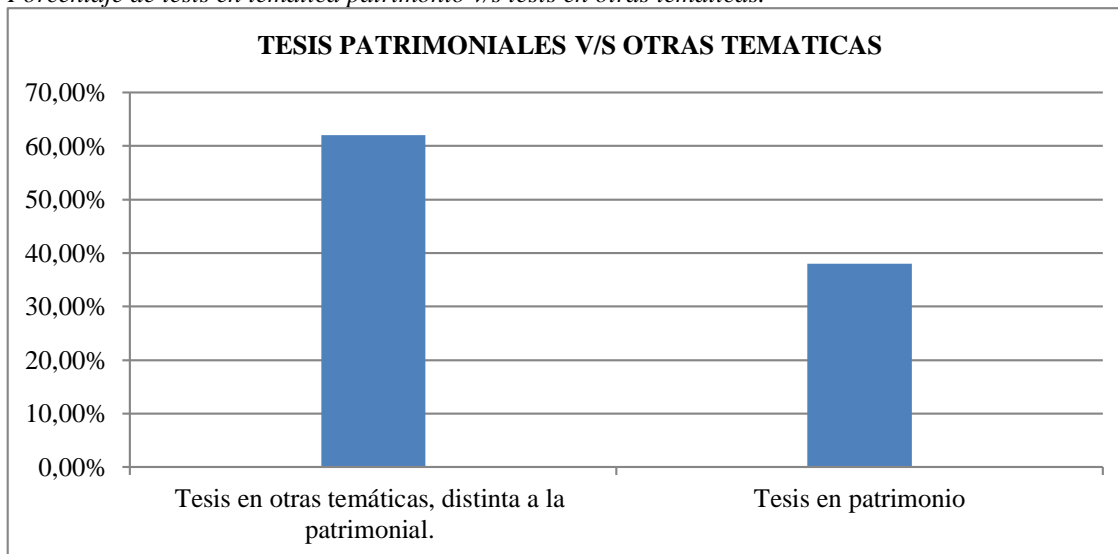
Distribución de frecuencias para variable orientación y subvariable orientación temática.

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DE APARICIÓN			
<ul style="list-style-type: none"> - Variable y subvariable: Orientación / Orientación temática. - Indicador cuantitativo: Frecuencia de aparición de títulos en temática patrimonial. - Sistema de valores (escalas de medición): Escala ordinal, Número de títulos en temática patrimonial y no patrimonial. 			
Categorías	Códigos (valores)	N° de tesis	%
Tesis en otras temáticas distinta a la patrimonial	1	279	62%
Tesis en patrimonio	2	172	38%
Total		451	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 3:

Porcentaje de tesis en temática patrimonio v/s tesis en otras temáticas.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 11:

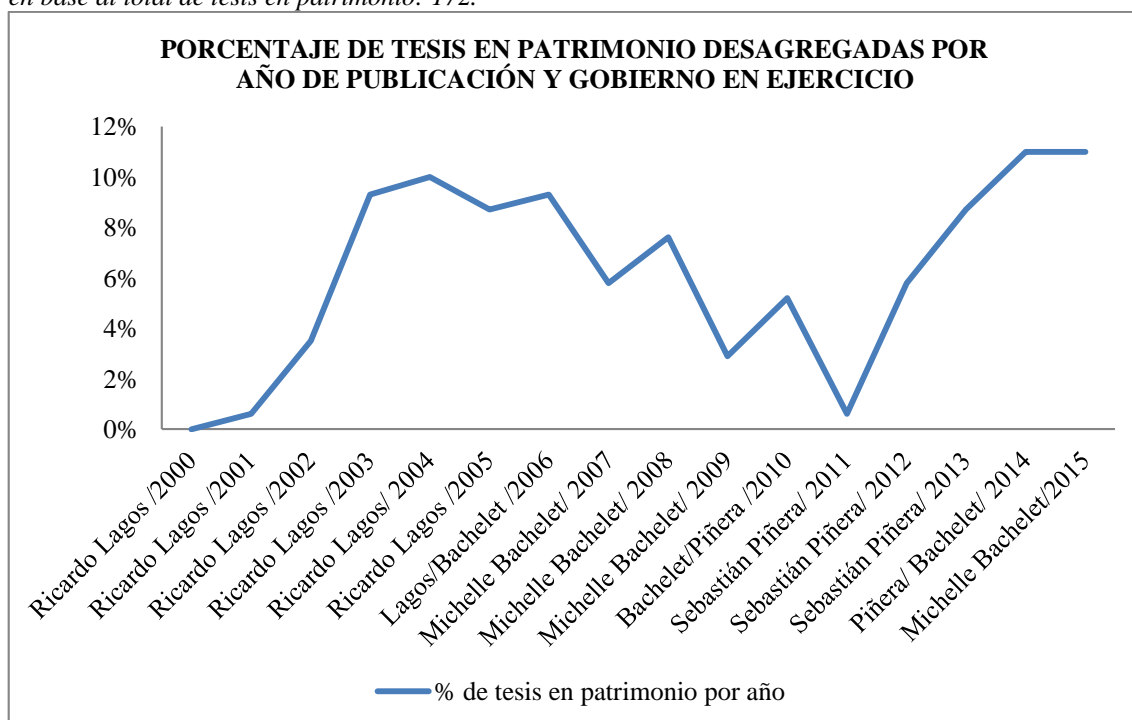
Tesis en temática patrimonial desagregadas porcentualmente por año de publicación y gobierno en ejercicio. Porcentajes en base al total de tesis en patrimonio: 172.

PRESENCIA DE TESIS EN PATRIMONIO SEGÚN AÑO DE GOBIERNO			
AÑO	% de tesis en patrimonio por año	N° de tesis en patrimonio por año	Gobierno en ejercicio
2000	0%	0	Ricardo Lagos
2001	0,6%	1	Ricardo Lagos
2002	3,5%	6	Ricardo Lagos
2003	9,3%	16	Ricardo Lagos
2004	10%	17	Ricardo Lagos
2005	8,7%	15	Ricardo Lagos
2006	9,3%	16	Ricardo Lagos/Michelle Bachelet
2007	5,8%	10	Michelle Bachelet
2008	7,6%	13	Michelle Bachelet
2009	2,9%	5	Michelle Bachelet
2010	5,2%	9	Michelle Bachelet/Sebastián Piñera
2011	0,6%	1	Sebastián Piñera
2012	5,8%	10	Sebastián Piñera
2013	8,7%	15	Sebastián Piñera
2014	11%	19	Sebastián Piñera/ Michelle Bachelet
2015	11%	19	Michelle Bachelet
Totales	100%	172	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 4:

Porcentaje de tesis en patrimonio desagregadas por año de publicación y gobierno en ejercicio. Porcentajes en base al total de tesis en patrimonio: 172.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 12:

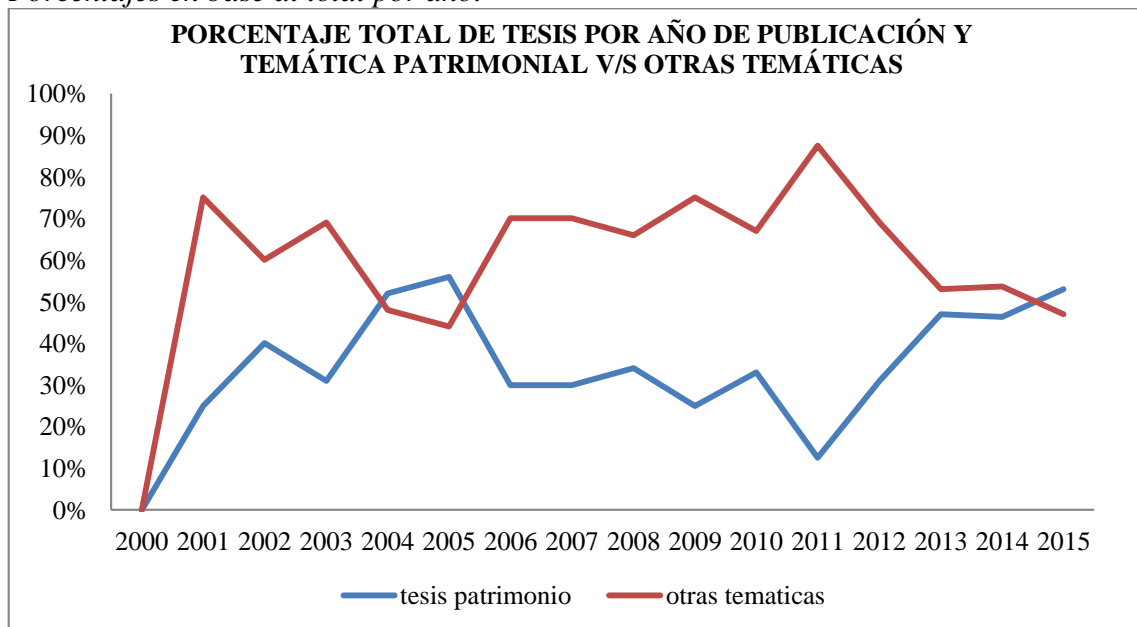
Tesis desagregadas porcentualmente por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas. Porcentajes en base al total de tesis por año.

PORCENTAJES (%) POR PRESENCIA: TEMÁTICA PATRIMONIAL - OTRAS TEMÁTICAS						
Año	% tesis otras temáticas (anual)	N° tesis otras temáticas	% tesis en patrimonio (anual)	N° de tesis en patrimonio	% total de tesis por año	N° total de tesis por año
2000	0%	0	0%	0	0%	0
2001	75%	3	25%	1	100%	4
2002	60%	9	40%	6	100%	15
2003	69%	36	31%	16	100%	52
2004	48%	16	52%	17	100%	33
2005	44%	12	56%	15	100%	27
2006	70%	37	30%	16	100%	53
2007	70%	23	30%	10	100%	33
2008	66%	25	34%	13	100%	38
2009	75%	15	25%	5	100%	20
2010	67%	18	33%	9	100%	27
2011	87,5%	7	12,5%	1	100%	8
2012	69%	22	31%	10	100%	32
2013	53%	17	47%	15	100%	32
2014	53,7%	22	46,3%	19	100%	41
2015	47%	17	53%	19	100%	36
Total		279		172		451

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 5:

Porcentaje total de tesis por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas. Porcentajes en base al total por año.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 13:

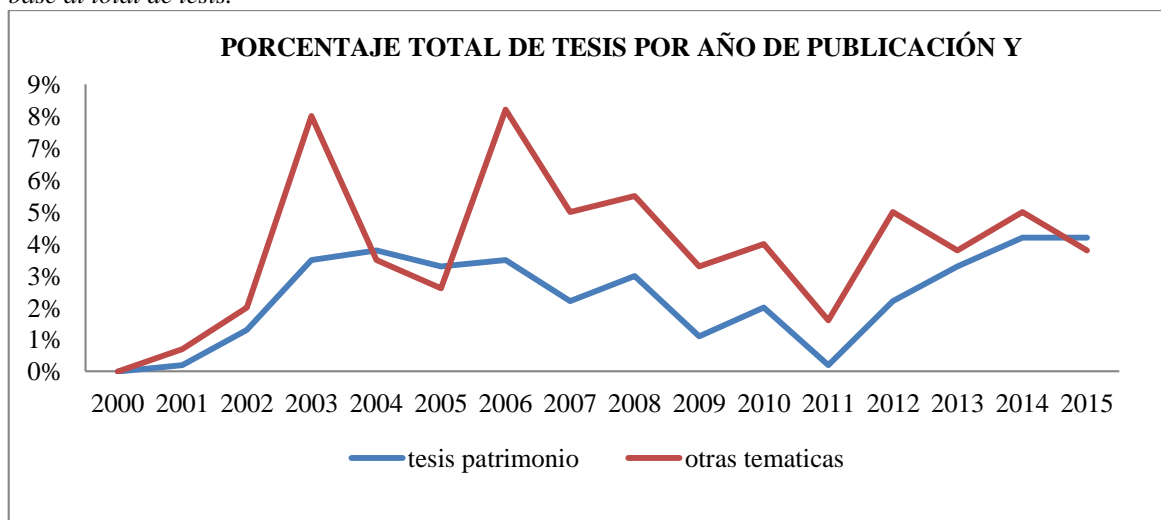
Tesis desagregadas porcentualmente por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas. Porcentajes en base al total de tesis: 451.

PORCENTAJES (%) POR PRESENCIA: TEMÁTICA PATRIMONIAL - OTRAS TEMÁTICAS						
Año	% tesis en otras temáticas (por periodo de 15 años)	N° tesis en otras temáticas (por periodo de 15 años)	% tesis patrimonio (por periodo de 15 años)	N° de tesis patrimonio (por periodo de 15 años)	% total tesis publicadas por periodo	N° Total de tesis por periodo
2000	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0,7%	3	0,2%	1	0,9%	4
2002	2 %	9	1,3%	6	3,3%	15
2003	8%	36	3,5%	16	12%	52
2004	3,5%	16	3,8%	17	7%	33
2005	2,6%	12	3,3%	15	6 %	27
2006	8,2%	37	3,5%	16	12%	53
2007	5%	23	2,2%	10	7%	33
2008	5,5%	25	3%	13	8,4%	38
2009	3,3%	15	1,1%	5	4,4%	20
2010	4%	18	2 %	9	6 %	27
2011	1,6%	7	0,2%	1	2%	8
2012	5%	22	2,2%	10	7%	32
2013	3,8%	17	3,3%	15	7%	32
2014	5%	22	4,2%	19	9%	41
2015	3,8%	17	4,2%	19	8%	36
Totales	62%	279	38%	172	100%	451

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 6:

Porcentaje total de tesis por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas. Porcentajes en base al total de tesis.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión sobre presencia de tesis en patrimonio y tesis en otras temáticas

Al analizar los resultados presentes en la tabla N° 10 y figura N° 3, podemos señalar que un 38% de las tesis analizadas se orientan a algún tipo de patrimonio, correspondiendo a 172 tesis, mientras que un 62% lo hace en otras temáticas distintas a la patrimonial, las que a su vez se dividen en un total de ocho categorías temáticas que contemplan 279 tesis.

En este sentido, apreciamos en la tabla N° 4 y figura N° 4, dos periodos de mayor concentración de tesis en temas de patrimonio: 2003-2006, primer periodo; y luego 2013-2015, segundo periodo. En estos dos ciclos el porcentaje anual menor es de 8,7% con 15 tesis el 2005 bajo el gobierno de Lagos, y el 2013 en la administración de Piñera. En tanto, el porcentaje anual mayor es de 11% con 19 tesis en 2014 y 2015, ambos en el gobierno de Bachelet, promediando 16 tesis para el primer periodo, equivalente al 9,3%, mientras el segundo periodo nos arroja un promedio de 18 tesis que representan al 10%.

La explicación a este aumento de tesis en temática patrimonial para los años 2014 y 2015, podría explicarse por diversos factores, algunos vinculados a la institucionalidad cultural y otros propiamente a la disciplina. En este sentido, el 2015 se inicia un trabajo con 16 encuentros sectoriales en todas las regiones del país con el objetivo de concretar una nueva política nacional de museos, la cual se hace efectiva el año 2018 con el documento *Política Nacional de Museos: Mejores museos para un Chile mejor*. Igualmente durante este gobierno de Michelle Bachelet, 2014-2018, el presupuesto de cultura aumentó un 30%. Además, en relación a la institucionalidad cultural, el año 2015 el gobierno firma la indicación sustitutiva al proyecto de ley que dará creación al Ministerio de Cultura, que entró en vigencia a contar del 2018.

Acercándonos a la disciplina del diseño, destacamos en el año 2014 la publicación: *Cartografía del diseño social: aproximaciones conceptuales*, de la autora María Del Valle Ledesma (2014), quien plantea el concepto de *diseño social*, al cual le asigna un nuevo valor como tema y problema de la disciplina. Esta revaloración de un diseño más centrado en las necesidades humanas, comienza a ser considerada y valorizada por las escuelas de Diseño en Chile y Latinoamérica, permitiéndonos valorizar y comprender el *diseño en patrimonio cultural* como *diseño social*. Asimismo destacamos algunas publicaciones del IX Encuentro Latinoamericano de Diseño: Diseño en Palermo y V Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. En este horizonte, extraemos de la ponencia de Quiroga (2014):

El principal supuesto es considerar que el diseño gráfico ya no puede ser valorado solo por sus aspectos formales o técnicos sino también por su inclusión en las relaciones humanas. La función de proyección social desde la disciplina del diseño, busca generar efectos e impactos positivos en las personas, organizaciones y sociedad en general (2014, p.95).

Esta mirada del diseño permite que la disciplina explore nuevos caminos de intervención, más cercanos a la sociedad y al ser humano, siendo el patrimonio cultural uno de estos nuevos caminos asumidos. Del mismo modo, en el contexto del Encuentro y Congreso ya mencionados, destacamos la publicación: *Lugares de conversación: institucionalidad cultural y nuevos públicos* de Rodríguez (2014). Este autor señala a Chile como el país de referencia para Uruguay en cuanto a su institucionalidad cultural, la cual es entendida como:

los instrumentos legales, financieros, de infraestructura y de gestión que tanto el Estado como la sociedad civil crean y ponen al servicio del desarrollo artístico y cultural y de la conservación y difusión del patrimonio cultural del país, tanto en los niveles internacional, regional, nacional, comunal y barrial en que se desenvuelve la vida de las personas (...) En sentido estricto, se utiliza para aludir únicamente a los organismos públicos y privados que cumplen funciones y procuran conseguir objetivos en el campo cultural. Pensar la cultura desde instituciones públicas, privadas, organizaciones y colectivos independientes para generar marcos de producción y difusión de manifestaciones artísticas y culturales (Rodríguez, 2014, p.99).

De alguna manera esta mirada de la institucionalización cultural es un impulso para la producción y difusión de manifestaciones artísticas y culturales, a partir del Diseño como disciplina y de la Universidad como institución pública.

En esta línea, la Universidad de Chile retoma en el 2014 la coordinación del ENEDI, encuentro que reúne a diseñadores, alumnos de diseño y docentes de la disciplina, en un evento que es respaldado por el Área de Diseño del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y cuenta con el patrocinio del Departamento de Diseño de la Universidad de Chile. De este encuentro destacamos dos ejes temáticos trabajados: 1) *Historia e Identidad del Diseño en Chile*: hitos del Diseño en Chile, experiencias educativas e impacto en el desarrollo y cultura del país; y 2) *Los Nuevos Escenarios del Diseño*: discusión de límites y proyecciones de la disciplina, las parcelas de conocimiento, políticas e investigación en diseño y los lenguajes nuevos. Esto nos da una idea sobre las búsquedas y nuevas inquietudes de la disciplina, en un intento de tener una identidad más clara y unos límites más amplios y contextualizados con la realidad cultural del país.

Por otro lado, resulta interesante destacar que el 2010 -año del Bicentenario de Chile-, no se presentó un porcentaje elevado de tesis patrimoniales, con tan solo un 5,2% correspondiente a 9 tesis. Sin embargo, ese año se produjo un nuevo cambio de gobierno, dejando su mandato Michelle Bachelet – perteneciente a la Concertación de Partidos por la Democracia, de centro izquierda- y asumiendo Sebastián Piñera -Renovación Nacional, de Derecha-, siendo posible que la incertidumbre sobre el cambio de dirección nacional, la continuación de los proyectos y fondos culturales, sumados a la ideología política opuesta entre la presidenta saliente y el presidente entrante, pudieran haber influido en esta baja. Aunque al profundizar en esta premisa apreciamos que el año anterior, 2009, y el posterior, 2011, presentan porcentajes mucho menores, 2,9% y 0,6% respectivamente. Estos últimos datos hacen que al comparar el año 2010 con el 2009 y el 2011, se transforme en un año de alta productividad patrimonial. En este sentido, destacamos dos acontecimientos importantes acontecidos en la Universidad de Chile ese año:

El primero dice relación con la reestructuración de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, consignada como segunda fase de reestructuración según Decreto Exento N° 0020567. Esto desembocó en la organización de cuatro departamentos: Diseño, Arquitectura, Geografía y Urbanismo, por lo cual la carrera de diseño se independizó de Arquitectura, con la que integraba el anterior departamento de Diseño Arquitectónico, además de conformarse una nueva unidad, la Escuela de Pregrado, integrada por las escuelas de Geografía, Diseño y Arquitectura. El segundo acontecimiento se relaciona con la creación del Instituto de Historia y Patrimonio, como parte de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, el cual se dedica:

Al estudio del legado y valor histórico, patrimonial y cultural tanto de obras de creación de material tangible (arquitectónicas, urbanísticas, del diseño y/o del territorio y el paisaje), como de aquellas manifestaciones intangibles que sean propias de la cultura y que representen características relevantes de la identidad de un territorio (Universidad de Chile, s.f, s.p).

Consideramos que estas transformaciones administrativas generaron más libertades, autonomía y un área más propia para el diseño en el contexto universitario.

En las tablas N° 12 y N° 13, así como en las figuras N° 5 y N° 6 destacamos que los años 2004, 2005 y 2015, hubo un mayor porcentaje de tesis patrimoniales en relación a las otras temáticas. Antes de explicar esta situación, es importante recordar lo señalado por el historiador Jocelyn-Holt (2014) en el contexto del Quinto Seminario de Historia del Diseño,

organizado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. El autor reflexiona sobre la conformación y desarrollo del diseño, tanto a nivel global como en el contexto de Chile, advirtiendo que la historia de este país, y con ello también la del diseño, se sustentan en la política, es más podría incluso estar pauteada por el diseño político. Al respecto, Valdés de León (2010) señala: “la práctica del diseño no se realiza en un espacio ideal, aséptico, políticamente neutral e incontaminado, sino en un espacio histórico, en contextos fuertemente condicionados por factores económicos, políticos y culturales que se determinan mutuamente” (Valdés de León, 2010, p. 54).

En este sentido, creemos que el diseño se sirve de un eje político, que decanta en abordajes sociales y culturales. Es más, en la revista chilena *Cultura*, editada por el CNCA, la escritora Alejandra Costamagna señala que: “el desarrollo cultural de Chile está altamente vinculado con las políticas educacionales implementadas durante los últimos años” (CNCA, 2011, p.11). Así, las universidades y sus disciplinas, entre ellas la del diseño, son impulsadas a ser un aporte en el desarrollo cultural del país.

Del mismo modo como hemos vinculado la historia del diseño con la política; y el desarrollo cultural de Chile con las políticas educacionales, relacionamos la activación del patrimonio con los poderes políticos. Así lo sostiene Prats al señalar que “los procesos de activación del patrimonio dependen fundamentalmente de los poderes políticos. Sin embargo, estos poderes deben negociar con otros poderes fácticos y con la propia sociedad” (Prats, 2005 p.19), convirtiéndose en una oportunidad de negociación para las universidades y sus disciplinas, donde el diseño comienza a tomar partido.

Adicionalmente, y anterior a nuestro espacio temporal de estudio, Chile ya venía realizando algunos avances en materia cultural. En este sentido, destacamos algunas mejoras vinculadas a la política pública sobre la Ley de Donaciones Culturales, aprobada por el parlamento en 1990, y consagrada en el artículo 8° de la Ley N° 18.985 de Reforma Tributaria. Esta ley se orienta a disponer nuevas fuentes de financiamiento para la cultura, fomentando la intervención de privados -empresas y personas naturales- en el aporte de proyectos artísticos, patrimoniales o culturales, lo cual permite una reactivación del desarrollo cultural del país, iniciando una nueva etapa de:

creación de instituciones culturales como FONDART, el Programa de Orquestas Infantiles y Juveniles, el nacimiento de Biblioredes e instituciones de la sociedad civil, como la Corporación

Cultural Estación Mapocho; la Corporación del Patrimonio Cultural y las correspondientes comisiones de asesoría cultural de cada gobierno (Hernández, 2015, p.2).

De este modo, sostenemos que la superioridad de la temática patrimonial en los años 2004 y 2005, podría entenderse por la postura del gobierno de Ricardo Lagos en relación a una política con importantes avances en la institucionalización de la cultura, su difusión y financiamiento con recursos públicos. Al respecto, observamos que la formación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) en el año 2003, se transforma en un aliciente para la concreción de tesis en patrimonio cultural, dado que el país comienza a preocuparse, atender y educar sobre estos temas. En esta línea, la principal misión de este organismo radica en el apoyo a las artes y la difusión cultural, conservando y poniendo “*al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación*” (CNCA, 2016, p.6). De este modo, ese mismo año se realizó la Primera Convención Nacional de Cultura. Y luego, en el año 2005, fue aprobada la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (CNCA, 2016), pasando las políticas culturales a ser políticas de Estado y no necesariamente de un gobierno en particular.

Por tanto, se generan las primeras definiciones de política cultural para el periodo 2005-2010, a la vez que el gobierno de Chile, alineado en una política educacional de calidad, continúa con los proyectos: MECESUP, iniciados en 1998; MECESUP2, desde 2005 a 2010; y luego en el 2013 el MECESUP 3 (Reich, 2012). Así se transita del Fondo de Innovación Académica -FIAC- a los Convenios de desempeño -CD-, cuyo objetivo era la efectividad del financiamiento público para la educación superior, reforzando la rendición de cuentas por el desempeño.

Además, durante los gobiernos de la Concertación, aumentó el gasto público en educación en un 140% entre 1990 y 2006. Sin embargo, el acceso a la educación superior, para los quintiles más bajos sigue siendo un problema, por ejemplo, para el año 2003 el 14,5% de los jóvenes más pobres tenían acceso a la educación superior, mientras que el grupo más rico del país lo hacía en un 73,7% (Kremerman, 2007). Esta serie de acontecimientos culturales, permiten la reflexión, tanto a nivel país como a través de las distintas carreras profesionales y universidades. Así la educación del diseño, se vincula y considera estas nuevas problemáticas y aperturas socioculturales, mientras los proyectos de finalización de carrera reflejan esta nueva realidad del país.

Igualmente el año 2015, nos evidencia un porcentaje superior para las tesis en patrimonio. Durante este año, el gobierno de Chile estaba en manos de Michelle Bachelet 2014-2018, en su segundo mandato, y un 42,9% de las instituciones académicas del país impartían alguna carrera asociada al dominio de arquitectura, diseño y servicios creativos. Cabe consignar que durante este periodo, la ciudadanía chilena otorga a la cultura un lugar relevante y fundamental en su existencia y desarrollo social (CNCA, 2014), mientras que a nivel internacional, la UNESCO relaciona a la cultura con la promoción de la ciencia, la educación, el medio ambiente, la cohesión social y el desarrollo sostenible. En síntesis, la cultura comienza a verse como capital humano, social y creativo, que permite el desarrollo del país (Antoine, 2015). De esta forma, Chile profundiza y fortalece la diversidad cultural, las relaciones pluriculturales y el cultivo de la memoria (CNCA, 2014).

En este mismo año la CNCA crea el Programa de Intermediación Cultural, como una forma de vincular a la producción creativa y la ciudadanía. Su objetivo es consolidar un campo cultural que favorezca la circulación y difusión de bienes y servicios culturales. Igualmente en el 2015 el CNCA, organiza las Jornadas de Capacitación para el Desarrollo del Sector Cultural ACERCA 2015. “Así se intenta fomentar el desarrollo del territorio y el turismo, a través de la puesta en valor del patrimonio natural y cultural como principales recursos” (CNCA, 2015, s. p.). También, el día del patrimonio cultural aumentó la oferta de visitas y recorridos en todo el territorio nacional, abriendo edificios y sitios patrimoniales. Además abren nuevas categorías y actividades patrimoniales, tales como barrios y zonas típicas; artesanos y oficios tradicionales; y patrimonio cultural indígena. Estas nuevas categorías configuran un escenario cultural mucho más fructífero y vinculado a la ciencia, la educación, el medio ambiente, la cohesión social y el desarrollo sostenible, explicando a su vez la superioridad de las temáticas patrimoniales en las tesis analizadas.

Las figuras N° 5 y N° 6, así como las tablas N° 12 y N° 13, muestran que en el año 2000 no existen trabajos de tesis, ya que la carrera de Diseño de la Universidad de Chile reabre en el año 1996 y para entonces aún no cuenta con una nueva generación de titulados. Cabe consignar que esta carrera fue cerrada en el año 1980, como consecuencia del contexto país en dictadura. Así se inicia en 1981 la Reforma Universitaria, impulsada por la dictadura cívico-militar encabezada por el General Pinochet, dando paso a la privatización del sistema de educación superior. Esto sumado a una serie de cambios que ya se venían dando en la educación universitaria desde 1973: modificaciones a planes de estudios, reestructuración

de unidades, cambio de autoridades y disminución de académicos, entre otras. En conclusión, para el año 2000, aún no existían alumnos en condiciones de titularse, pues las primeras titulaciones una vez reabierta la carrera se producen a partir del año 2001, con tan solo cuatro tesis desarrolladas, situación que casi se cuadriplica para el año 2002, con 15 tesis. Por este motivo: 2000, 0%; 2001, 0,9%; 2002, 3,3%; y 2011, 2%, son los años con menor producción de tesis, lo cual a su vez es coincidente con los años de menor producción de tesis en patrimonio, salvo por el 2009 que para este caso también es de baja producción: 2000, 0%; 2001, 0,2%; 2002, 1,3%; 2009, 1,1%; y 2011, 0,2%. Una posible respuesta a esta baja producción de tesis en patrimonio durante los primeros años, se entiende por que para entonces aún no hay una identidad nacional definida o clara:

El año 2002 el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) hizo una encuesta de opinión en Chile en donde se exploró el tema de la identidad nacional. En ella, un 30% de los consultados respondió “no se puede hablar de lo chileno, todos somos distintos”, un 28% respondió “hoy en día es difícil decir qué es lo chileno” y un 42% respondió que “lo chileno está en nuestras costumbres, valores e historia”. En definitiva casi un 60% de los chilenos no sabe con qué identificar su país y al 40% restante se le podría hacer la pregunta: ¿los valores y costumbres de quienes le son comunes al resto del país? (DIBAM, 2003, p.06)

Pese a que en esa fecha el país lleva 12 años en democracia, avanzando en un intento de reconstrucción cultural e identitaria, aún en esos años el panorama no era muy alentador.

El año 2003 la cantidad de tesis desarrolladas alcanza una de las cifras más alta con 52 ejemplares, solo siendo superada en el año 2006 con 53 tesis. En este sentido, de la tabla N° 13 y figura N° 6, destacamos los años 2003 con 12% y 2006 con 12%, por ser los años de mayor desarrollo de tesis patrimonial y no patrimonial. Estos años también coinciden con los porcentajes más altos de tesis en otras temáticas: 8% en 2003 y 8,2% el 2006. Sin embargo, para las tesis en patrimonio los años con mayor porcentaje son el 2004: 3,8%, el 2014: 4,2%, y el 2015: 4,2%.

Los datos de la tabla N° 13 y figura N° 6 muestran que el 2001 y el 2011 son los años con menor desarrollo de tesis: 0,9% y 2% respectivamente. Por lo tanto, estos años muestran los porcentajes más bajos en la temática patrimonial: 0,2% ambos años, como también en proyectos de otras temáticas: siendo de 0,7% el 2001 y 1,6% en 2011. Respecto al año 2001, entendemos que es el primer año con desarrollo de tesis una vez reabierta la carrera de Diseño en la Universidad de Chile en 1996, situación que podría haber influido en la baja cantidad de proyectos, en una carrera que comenzaba a rearmarse. Luego en relación al 2011,

consideramos cruciales las movilizaciones estudiantiles acontecidas a nivel país, durante el segundo año del primer gobierno de Sebastián Piñera, en rechazo al sistema educacional chileno. Estas manifestaciones son consideradas como las más importantes ocurridas en los últimos años y la mayor una vez que la democracia vuelve a Chile. Es más por primera vez participa prácticamente todo el sistema educacional chileno: Estudiantes de Universidades Estatales, Escuelas públicas, Colegios particulares pagados, Centros de Formación Técnica –CFT-, Institutos Profesionales –IP- y Universidades privadas. Las movilizaciones de ese año buscan una mayor participación financiera del Estado Chileno en la educación, en comparación con el sector privado, además de reclamar por un mayor fortalecimiento del rol Estatal en la educación. Sin embargo, se interpretaron como un movimiento social mucho mayor, uno que buscaba reformas sustanciales al modelo económico y político arrastrado desde la dictadura militar (González y Montealegre, 2012). La alta convocatoria y capacidad de movilización que tuvo este movimiento, así como la participación activa de estudiantes de la Universidad de Chile, con las consecuentes pérdidas de clases y postergaciones de plazos, pueden incidir en la menor cantidad de tesis desarrolladas el año 2011.

Cabe destacar que el sistema educacional chileno actual tiene su anclaje en 1980, en plena dictadura de Augusto Pinochet. Específicamente en la Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza –LOCE- (Ley N° 18.962), promulgada a cuatro días de que Augusto Pinochet dejara el poder, y derogada el 2009, durante el primer gobierno de Michelle Bachelet, siendo reemplazada por la Ley General de Educación –LGE- (Ley N°20370), como consecuencia de la movilización de 2006: conocida como *Revolución Pingüina*. Sin embargo las normas referidas básicamente a la educación superior no fueron derogadas: Título III, con excepción del párrafo 2° y Título IV.

Como ya se mencionó, 2014 y 2015 son los años con más alto porcentaje de tesis patrimoniales: 4,2% y 4,2% respectivamente. En este sentido, destacamos en el 2014, el comienzo del proyecto de la Universidad de Chile que da vida al libro "*Patrimonio del olvido*", publicado el 2019, el cual concentra las miradas de diversas disciplinas: Cine y Televisión, Arquitectura, Diseño Gráfico y Teoría e Historia del Arte en torno al patrimonio y el rescate de lugares significativos de la ciudad (Candia, Miranda y Morales, 2019, s.p). Así integra líneas y metodologías investigativas y analíticas, desde cada una de las formaciones académicas participantes en una mirada multidisciplinar sobre edificios y espacios abandonados. Adicionalmente, en el contexto de los convenios de desempeño, la

Universidad de Chile gana el proyecto: *Revitalización de las Humanidades, Artes, Ciencias Sociales y Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Chile: un proyecto para Chile*: UCH0901, el cual se ejecuta entre los años 2010 y 2015, con un Fondo MECESUP de \$25.000.000.000 y un aporte de la contraparte de \$ 2.167.000.000, alcanzando un total de \$27.167.000.000. El objetivo de este proyecto es:

Desarrollar, actualizar e integrar las disciplinas de las Humanidades, las Artes, las Ciencias Sociales y las Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Chile, conforme a estándares de excelencia y competitividad internacional, en función de las necesidades del país, a través del fortalecimiento y renovación de los recursos humanos, la modernización de la gestión académica y administrativa y la configuración de un campus multidisciplinario modelo (Universidad de Chile, 2009, p. 26).

Creemos que este proyecto es sin duda un impulso para la carrera de Diseño de la Universidad de Chile, pues permite que sus alumnos exploren las necesidades del país y propongan soluciones, con apoyo institucional. El patrimonio cultural junto a su valoración, difusión y resguardo, se enmarcan dentro de estas necesidades de país, decantando en un aumento de esta temática en los trabajos de tesis, sobre todo en los tres últimos años de ejecución del proyecto: 2013, 2014 y 2015.

En la tabla N° 12 y figura N° 5, los años que presentan una mayor diferencia porcentual son el 2001: 75% y 25%, 2009: 75% y 25%, y 2011: 87,5% y 12,5%. Estos años son a su vez los que presentan el porcentaje más alto de tesis en otras temáticas, mientras que para las tesis en patrimonio, representan los años con el menor porcentaje de aparición.

Igualmente destacamos de las tablas N° 12 y N° 13 más las figuras N° 5 y N° 6, dos periodos con los porcentajes más altos de tesis desarrolladas en patrimonio, el primero entre el 2003 y el 2006, con un promedio de 16 tesis por año y un total para el periodo de 64 trabajos patrimoniales, equivalentes al 37% de proyectos en esta temática. Luego el segundo periodo se da entre el 2013 y el 2015 con un promedio de 18 tesis por año y un total para el periodo de 53 trabajos patrimoniales, equivalente al 30% de proyectos en esta temática.

Dentro del primer periodo ya mencionado, 2003-2006, destacamos tres años significativos. Primeramente, el año 2003 con la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, aprobada por la UNESCO y que sigue el camino previo trazado por la misma institución: Salvaguardia de la cultura tradicional y popular, 1989, Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural en 2001 y la Declaración

de Estambul del 2002. En segunda instancia, tomamos el año 2005 y destacamos el MECESUP2, ya explicado en el análisis previo. Asimismo, otro hecho relevante, más vinculado a la Universidad de Chile y que se da dentro de este primer periodo, específicamente en el 2006, es la creación de la *Revista Chilena de Diseño – RChD-*, cuyo objetivo es contribuir con “la divulgación del conocimiento en torno al Diseño, estimulando la reflexión y el debate acerca de los temas más relevantes y actuales de la disciplina, asumiendo una perspectiva desde el contexto chileno y específicamente de la Universidad de Chile” (*Revista Chilena de Diseño*, s.f., s.p).

La *Revista Chilena de Diseño – RChD-* es editada por el Departamento de Diseño de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, y a partir del año 2016, pasa a llamarse *RChD: creación y pensamiento*. De su primer número subrayamos el artículo “*Diseño y pedagogía. El factor humano*” de Tejeda (2006), quien entre otras cosas, nos habla de la relación dialéctica de lo global con lo local, señalando esta relación como “una de las marcas de nuestro momento histórico, un momento de flujos, de pluralidad, de entrelazamientos” (Tejeda, 2006, p. 30). Además, agrega que difícilmente se puede dar forma al entorno, sin entender en que consiste ese entorno.

Sin embargo y a pesar de los hitos mencionados, creemos que la mayor influencia positiva de este primer periodo radica en la gobernanza de Ricardo Lagos y sus incentivos culturales. Sus ideas y sentido de la cultura quedan de manifiesto en el documento “*Programa de gobierno para crecer con igualdad*” desde donde se expresa que:

No hay verdadero desarrollo sin un desarrollo de la cultura nacional. El crecimiento genera riquezas materiales y saber técnico, pero sólo la cultura puede otorgar sentido a la vida y conferir valor a la persona humana y a la sociedad. Somos herederos de las tradiciones culturales que moldean la conciencia moderna (Lagos, 1999, p.39).

Sin duda, su particular mirada sobre la cultura y su orientación hacia el desarrollo de una cultura libre, permiten a Chile y su ciudadanía una relación más directa y reconocible de su propia identidad cultural y patrimonios.

En relación al segundo periodo 2013-2015, destacamos el año 2013, pues, como ya se mencionó este es el año en que se abre el MECESUP3. Además, la Política Cultural en Chile, en su reporte del periodo 2011 -2015, señala que todos sus planes y programas se orientan a los siguientes objetivos:

Fortalecer la creación artístico-cultural. 2. Visibilizar y fomentar las industrias culturales como motor de desarrollo. 3. Fortalecer y actualizar las normativas relacionadas con el arte y la cultura. 4. Contribuir a instalar los bienes y servicio artístico culturales en el escenario internacional. 5. Fortalecer el reconocimiento de los derechos de autor. 6. Promover la creación cultural vinculada a plataformas digitales a través de las nuevas tecnologías de la comunicación. 7. Promover el acceso y la participación de la comunidad en iniciativas artístico-culturales 8. Generar acceso a una oferta artístico-cultural. 9. Promover la formación de hábitos de consumo artístico-culturales en la comunidad. 10. Potenciar y promover el rol de los agentes culturales en la creación y difusión de las artes y la cultura. 11. Promover el intercambio de contenidos culturales a través de las nuevas tecnologías de la comunicación. 12. Contribuir a que se valore y resguarde el patrimonio cultural material e inmaterial. 13. Contribuir a fomentar el turismo cultural respetando la diversidad y la conservación del patrimonio cultural de la Nación. (CNCA, 2016, p.07)

De lo mencionado, acentuamos principalmente los objetivos; 1, 2, 10, 11, 12 y 13, por estar estrechamente ligados a los procesos de visibilización del patrimonio cultural, transformándose en oportunidades de creación para la disciplina del diseño. Así el periodo 2013 y 2015 que ya destacamos como de alta productividad de tesis en patrimonio, podría estar impulsado por estas nuevas directrices estatales. Otro aspecto relevante acontecido el 2013 es la adjudicación del Departamento de Diseño del Fondo Valentín Letelier de la Vicerrectoría de Extensión de la U. de Chile, con el proyecto “*Mimbre: Diseño e Innovación en Saberes Tradicionales*”, el que se preocupa del rescate de saberes tradicionales. Así, vemos que el diseño como disciplina comienza a rescatar, proyectar y visibilizar, saberes y tradiciones, poco difundidos con antelación, por el país.

Los datos de la tabla N° 13 y figura N° 6 muestran que entre los años 2000 y 2004 existe un aumento constante de las tesis en patrimonio: 0%, 0,2%, 1,3%, 3,5% y 3,8%. Esta misma situación se repite entre el 2011 y 2014, manteniéndose constante en el 2015: 0,2%, 2,2%, 3,3%, 4,2% y 4,2%. Creemos que el primer periodo de aumento de tesis patrimoniales que va desde el 2000 al 2004, es posible justificarlo a través del tercer gobierno chileno en democracia, el de Ricardo Lagos, 2000-2006, donde se observa con más fuerza la reconstrucción de la cultura perdida, transformándose en el eje central de este gobierno.

En relación al segundo periodo de aumento constante de tesis patrimoniales, que se da entre el 2011 y 2014, tomamos de referencia al Informe del Estado de Chile ante UNESCO: *Medidas para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales* (CNCA, 2016). Este informe señala que los principales logros del Estado de Chile entre el 2011 y el 2015 son los espacios de participación ciudadana en el diseño de políticas culturales y la futura institucionalidad cultural del país. Igualmente este informe, señala que en el año 2011 se incorporan cuatro nuevas áreas artísticas a la estructura orgánica del

CNCA: Diseño, Arquitectura, Artes Circenses y Nuevos Medios (CNCA, 2016). Creemos que la incorporación del área de Diseño representa un nuevo aliciente en la producción de tesis en patrimonio desde esta disciplina. Además, ese mismo año se presentó la nueva política cultural 2011-2016, la cual tuvo tres ejes prioritarios: Promoción de las Artes, Patrimonio Cultural y Participación.

4.1.2. Orientación temática detallada de la totalidad de tesis

A través del análisis de los títulos, de las 451 tesis de diseño gráfico, se determinan las orientaciones temáticas detalladas y visualizadas. De este análisis obtenemos todas las temáticas específicas trabajadas durante el periodo en estudio: 2000-2015.

Primeramente, mostraremos la tabla N° 14 con la distribución de frecuencias de aparición para la *variable orientación* y la subvariable *orientación temática específica*. Posteriormente la tabla N° 15 visualiza las tesis desagregadas por temática específica y año de publicación: porcentaje en base al total de tesis por año. Luego la tabla N° 16 nos señala las 451 tesis desagregadas porcentualmente por año de publicación y temática abordada: porcentaje en base al total de tesis: 451. Asimismo visualizamos los gráficos asociados a cada tabla. La figura N° 7 expone los porcentajes de tesis para la *variable orientación* y la subvariable *orientación temática específica* de forma longitudinal: es decir, porcentaje en base al total de tesis, 451, en un periodo de 15 años. Luego, la figura N° 8 refleja los porcentajes totales de tesis por año de publicación y temática abordada: porcentaje en base al total de tesis por año. Mientras que la figura N° 9 nos muestra el porcentaje total de tesis por año de publicación y temática abordada de forma longitudinal, es decir, en base a la totalidad de tesis: 451, por el periodo de 15 años. En relación a la figura N° 10 y N° 11 destacamos de manera porcentual las tres primeras mayorías temáticas abordadas en las tesis por año. Sin embargo, el porcentaje para la figura N° 10 es en base a la totalidad de tesis: 451 tesis en un periodo de 15 años, mientras que la figura N° 11 lo hace en base a la totalidad de tesis por año durante el mismo periodo.

Tabla N° 14:

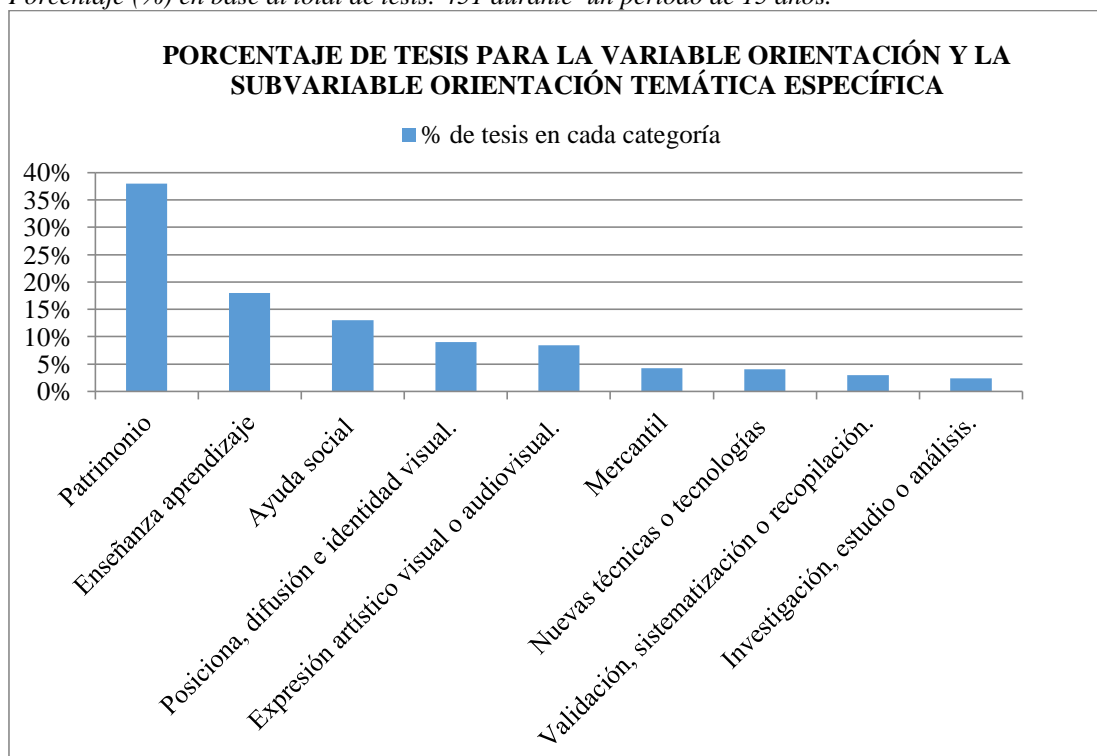
Distribución de número y porcentaje de tesis para la variable: orientación, y la subvariable orientación temática específica.

ORIENTACIÓN TEMÁTICA ESPECÍFICA			
Tesis de diseño gráfico UCH entre 2000 y 2015	Categorías para la orientación temática específica	N° de tesis en categoría	% de tesis
Tesis en temática patrimonial	Patrimonio	172	38%
Tesis en otras temáticas, distinta a la patrimonial	Mercantil	19	4,2%
	Ayuda social	57	13%
	Validación, sistematización o recopilación.	14	3%
	Expresión artístico visual o audiovisual.	38	8,4%
	Investigación, estudio o análisis.	11	2,4%
	Posicionamiento, difusión e identidad visual.	41	9%
	Nuevas técnicas o tecnologías	18	4%
	Enseñanza aprendizaje	81	18%
Totales:	9	451	100%

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 7:

Porcentaje de tesis para la variable: orientación, y la subvariable: orientación temática específica. Porcentaje (%) en base al total de tesis: 451 durante un periodo de 15 años.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 15:

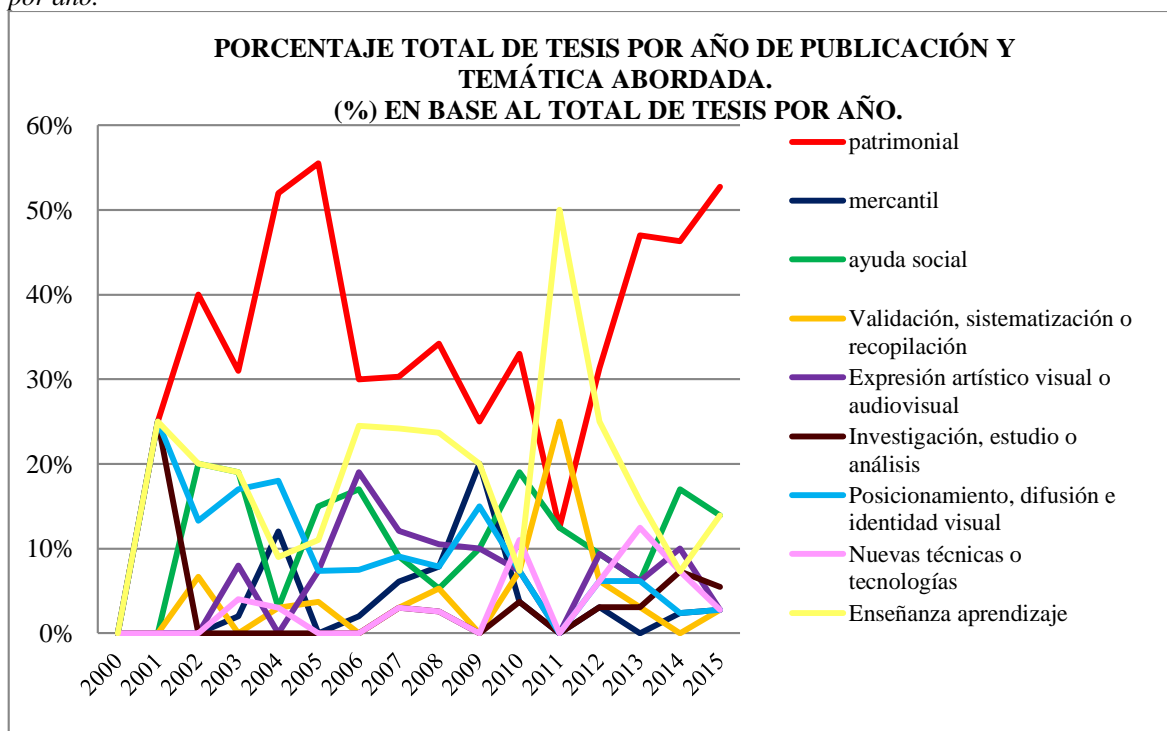
Tesis desagregadas por temática específica y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de tesis por año.

ORIENTACIÓN TEMÁTICA ESPECÍFICA DE LA TOTALIDAD DE TESIS (%) Y (N°)																				
Año	Temáticas (%)																			
	Patrimonio (38 %)		(%) Otras (8 temáticas) (62%)																Totales (100%)	
	% Patrimonio	N°	% Mercantil	N°	% Ayuda social	N°	% Validación,	N°	% Arte	N°	% Investigación	N°	% Difusión	N°	% Tecnologías	N°	% Enseñanza	N°	% tesis por año	N°
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	25%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	25%	1	25%	1	0%	0	25%	1	100%	4
2002	40%	6	0%	0	20%	3	6,7%	1	0%	0	0%	0	13,3%	2	0%	0	20%	3	100%	15
2003	31%	16	2%	1	19%	10	0%	0	8%	4	0%	0	17%	9	4%	2	19%	10	100%	52
2004	52%	17	12%	4	3%	1	3%	1	0%	0	0%	0	18%	6	3%	1	9%	3	100%	33
2005	55,5%	15	0%	0	15%	4	3,7%	1	7,4%	2	0%	0	7,4%	2	0%	0	11%	3	100%	27
2006	30%	16	2%	1	17%	9	0%	0	19%	10	0%	0	7,5%	4	0%	0	24,5%	13	100%	53
2007	30,3%	10	6,1%	2	9,1%	3	3%	1	12,1%	4	3%	1	9,1%	3	3%	1	24,2%	8	99,9%	33
2008	34,2%	13	7,9%	3	5,3%	2	5,3%	2	10,5%	4	2,6%	1	7,9%	3	2,6%	1	23,7%	9	100%	38
2009	25%	5	20%	4	10%	2	0%	0	10%	2	0%	0	15%	3	0%	0	20%	4	100%	20
2010	33%	9	3,7%	1	19%	5	7,4%	2	7,4%	2	3,7%	1	7,4%	2	11%	3	7,4%	2	100%	27
2011	12,5%	1	0%	0	12,5%	1	25%	2	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	50%	4	100%	8
2012	31,3%	10	3,1%	1	9,4%	3	6,2%	2	9,4%	3	3,1%	1	6,2%	2	6,2%	2	25%	8	99,9%	32
2013	47%	15	0%	0	6,2%	2	3,1%	1	6,2%	2	3,1%	1	6,2%	2	12,5%	4	15,6%	5	99,9%	32
2014	46,3%	19	2,4%	1	17%	7	0%	0	10%	4	7,3%	3	2,4%	1	7,3%	3	7,3%	3	100%	41
2015	52,7%	19	2,8%	1	13,9%	5	2,8%	1	2,8%	1	5,5%	2	2,8%	1	2,8%	1	13,9%	5	100%	36

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 8:

Porcentaje total de tesis por año de publicación y temática abordada. Porcentaje (%) en base al total de tesis por año.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 16:

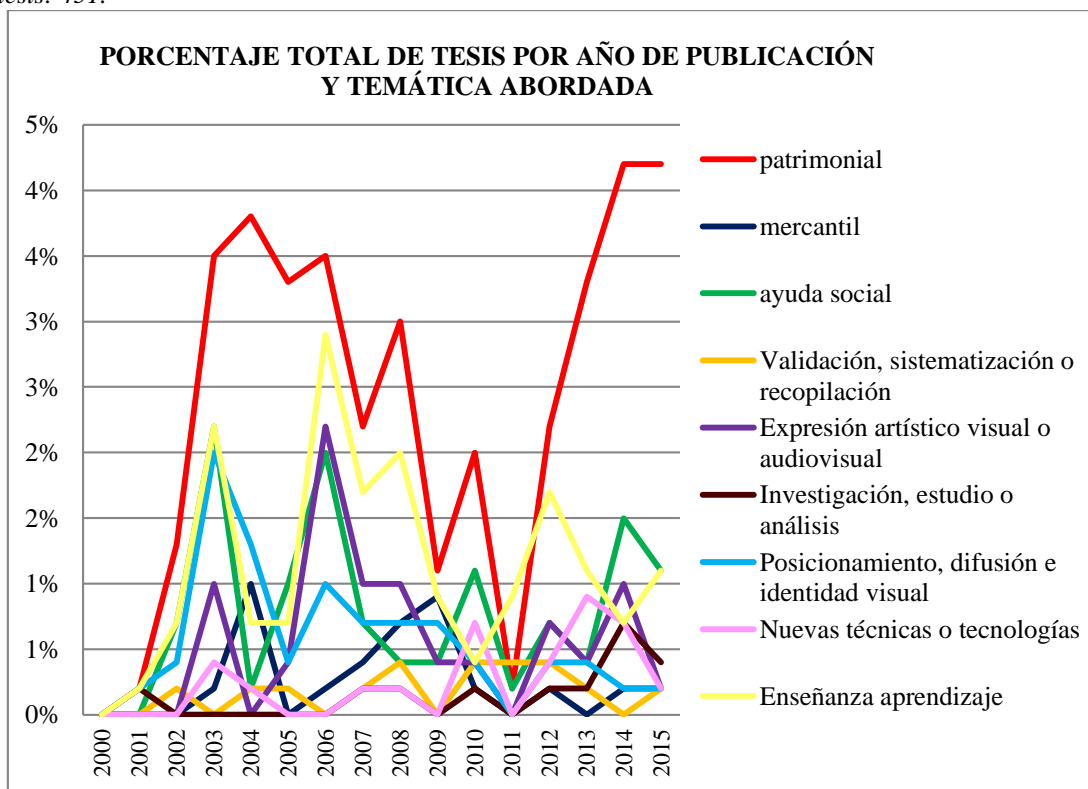
Tesis desagregadas por temática específica y año de publicación. Datos longitudinales. Porcentaje (%) en base a la totalidad de tesis: 451.

ORIENTACIÓN TEMÁTICA ESPECIFICA DE LA TOTALIDAD DE TESIS																				
Año	Temática patrimonial		Otras temáticas, distinta a la patrimonial															% y N° Total de tesis por año		
	% Patrimonio	N°	% Mercantil	N°	% Ayuda social	N°	% Validación, sistematización o recopilación	N°	% Expresión artístico visual o audiovisual	N°	% Investigación, estudio o análisis	N°	% Posicionamiento, difusión e identidad audiovisual.	N°	% Nuevas técnicas o tecnologías	N°	% Enseñanza aprendizaje	N°	%	N°
2000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2001	0,2	1	0	0	0	0	0	0	0	0,2	1	0,2	1	0	0	0,2	1	1	4	
2002	1,3	6	0	0	0,7	3	0,2	1	0	0	0	0,4	2	0	0	0,7	3	3,3	15	
2003	3,5	16	0,2	1	2,2	10	0	0	1	4	0	2	9	0,4	2	2,2	10	11,5	52	
2004	3,8	17	1	4	0,2	1	0,2	1	0	0	0	1,3	6	0,2	1	0,7	3	7,4	33	
2005	3,3	15	0	0	1	4	0,2	1	0,4	2	0	0,4	2	0	0	0,7	3	6	27	
2006	3,5	16	0,2	1	2	9	0	0	2,2	10	0	1	4	0	0	2,9	13	12	53	
2007	2,2	10	0,4	2	0,7	3	0,2	1	1	4	0,2	1	0,7	3	0,2	1	1,7	8	7,3	33
2008	3	13	0,7	3	0,4	2	0,4	2	1	4	0,2	1	0,7	3	0,2	1	2	9	8,6	38
2009	1,1	5	0,9	4	0,4	2	0	0	0,4	2	0	0	0,7	3	0	0	0,9	4	4,4	20
2010	2	9	0,2	1	1,1	5	0,4	2	0,4	2	0,2	1	0,4	2	0,7	3	0,4	2	6	27
2011	0,2	1	0	0	0,2	1	0,4	2	0	0	0	0	0	0	0	0,9	4	1,7	8	
2012	2,2	10	0,2	1	0,7	3	0,4	2	0,7	3	0,2	1	0,4	2	0,4	2	1,7	8	7	32
2013	3,3	15	0	0	0,4	2	0,2	1	0,4	2	0,2	1	0,4	2	0,9	4	1,1	5	7	32
2014	4,2	19	0,2	1	1,5	7	0	0	1	4	0,7	3	0,2	1	0,7	3	0,7	3	9,2	41
2015	4,2	19	0,2	1	1,1	5	0,2	1	0,2	1	0,4	2	0,2	1	0,2	1	1,1	5	7,6	36
Total longitudinal por temática	38	172	4,2	19	12,6	57	3	14	9	38	2,3	11	9	41	3,9	18	18	81	100	451

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 9:

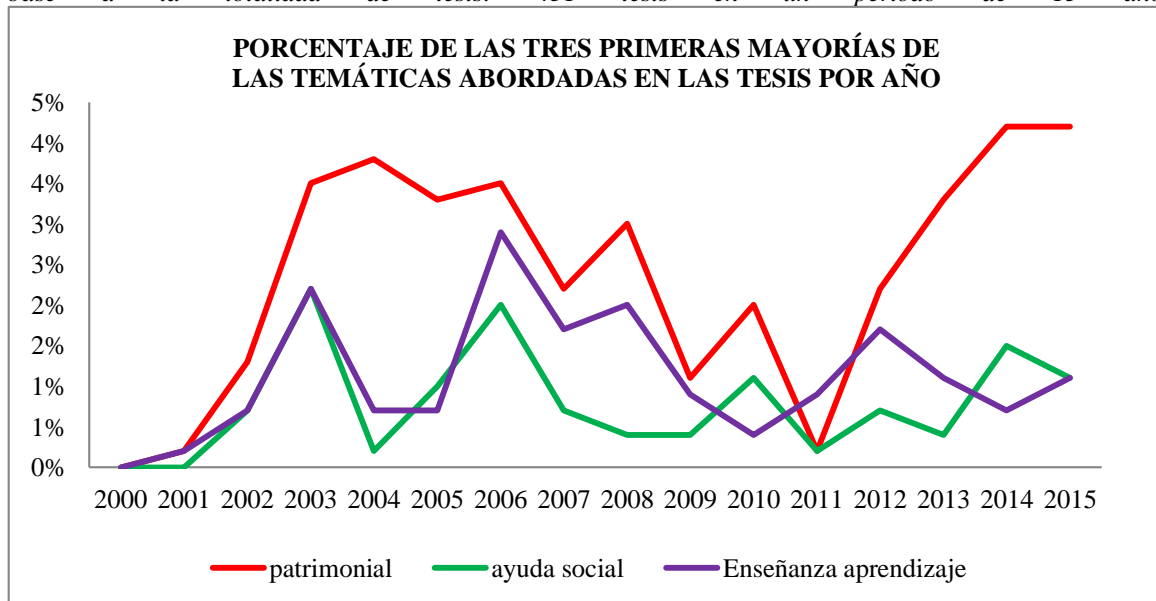
Porcentaje total de tesis por año de publicación y temática abordada. Porcentaje (%) en base a la totalidad de tesis: 451.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 10:

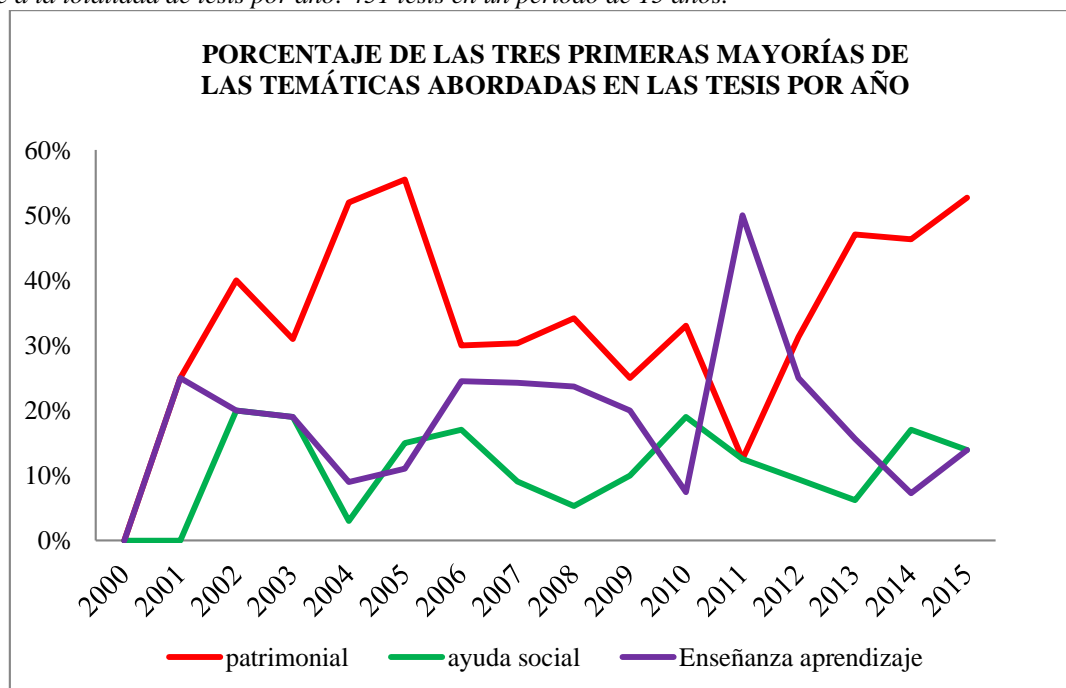
Porcentaje de las tres primeras mayorías de las temáticas abordadas en las tesis por año. Porcentaje (%) en base a la totalidad de tesis: 451 tesis en un periodo de 15 años.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 11:

Porcentaje de las tres primeras mayorías de las temáticas abordadas en las tesis por año. Porcentaje (%) en base a la totalidad de tesis por año: 451 tesis en un periodo de 15 años.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión de las temáticas visualizadas en las tesis

El análisis de la tabla N° 14 y la figura N° 7, que muestran las tesis desagregadas porcentualmente por *temática específica* y año de publicación, sumado a las figuras N° 10 y N° 11, que representan los porcentajes de las tres primeras mayorías, en cuanto a las temáticas abordadas en las tesis por año. La figura N° 10 en base a la totalidad de tesis: 451, y la figura N° 11 en base a la totalidad de tesis por año. Los datos nos arrojan lo siguiente: La temática de tesis que presenta el porcentaje más alto es la temática *Patrimonial* con un 38%, siendo seguida por la temática de *Enseñanza aprendizaje* con un 18% y la temática de *Ayuda social* con un 13%. Resulta interesante observar que las tres primeras mayorías temáticas tienen que ver más con un diseño social o de orientación al ser humano que con uno ligado al mercado. Así, si sumamos estos tres porcentajes, hablaríamos de un 69% de tesis de orientación a un diseño social. Esto permite concretar un hacer social para la disciplina, enmarcado en el raciocinio del desarrollo humano por sobre el del mercado. Por otro lado, las temáticas menos abordadas son las de *Investigación, estudio o análisis*, con un 2,3%; seguida de *Validación, sistematización o recopilación* con un 3%; luego, *Nuevas técnicas o tecnologías* con un 4%; y la temática *Mercantil* con un 4,2%. Resulta interesante

observar que la categoría *Investigación, estudio o análisis*, sea la más baja. Para explicar esta situación tomamos las palabras de Ariza (2012), quien advierte sobre la formación de especialistas e investigadores en diseño, indicando que primeramente se debe entender que:

Aún no tenemos una idea precisa sobre los alcances de la disciplina; cómo hacer valer el pensamiento y el discurso de esta actividad, y cómo estudiar la práctica y los resultados sin obviar el estudio de la cultura en que se insertan (Ariza, 2012, p.5).

González (2010) agrega en relación a la investigación en diseño que: “en el futuro, creo que una vía primordial para descubrir nuevos caminos de investigación en Diseño Gráfico será la unión con otras disciplinas” (p.22). Igualmente Babare, Director de la Escuela de Diseño de la Universidad de Chile: 2006-2010, en una entrevista realizada por Jorge Soto (2010) para la revista *Tono*, señala frente a la pregunta ¿Cuál es la ventaja comparativa de la escuela que usted dirige?:

Nos ha costado mucho como disciplina obtener un espectro de autonomía, un área propia, el tener un grado de libertad, de manejar y controlar nuestras posibilidades (...) Lo que quiero señalar es que en Chile, hoy día en el 2010, Diseño todavía no es una disciplina autónoma, no es una disciplina con fundo propio, por así decirlo, con una parcela propia (Soto, 2010, p.10)

En efecto, creemos que la investigación en la disciplina del Diseño Gráfico, es aún incipiente y suele recurrirse a distintas disciplinas -antropología, sociología, y otras- o entornos y cultura más inmediatos, como una manera de robustecer las líneas y temáticas investigativas. Así la falta de investigación o la carencia de caminos claros en una disciplina que nace desde la técnica o aplicación, ha impedido un avance más rápido, tanto en la profesión, como en su formación e incluso en los docentes formadores de los futuros diseñadores. Situación que se refleja en sus proyectos de tesis. De alguna manera, las temáticas con los porcentajes más bajos: *Investigación, estudio o análisis*; *Validación, sistematización o recopilación*; *Nuevas técnicas o tecnologías*; y *Mercantil*, son aquellas que requieren un mayor trabajo investigativo teórico, o bien sus resultados están más orientados a un producto de tipo teórico, con un matiz más investigativo que de aplicación, con excepción de la categoría *Mercantil*: 4,2%. Además la formación teórica del diseñador, aún carece de rigurosidad. Así lo afirma Babare en la entrevista a Soto (2010) cuando señala que:

la formación de los diseñadores en general, en lo que tiene que ver con la parte teórica, es mala (...) en los alumnos de arte en general y también en específico en los de diseño, hay una creencia de que la disciplina que desarrolla la variable artística o de diseño, tiene que ver fundamentalmente con un “Hacer”, con un “Producir”, con un “Ejecutar”; y que no es muy necesario meterse en análisis retóricos, históricos, ni filosóficos (Soto, 2010, p.9).

Desde estas perspectivas, estas categorías van quedando postergadas frente a intereses que involucran un mayor hacer, una mayor producción o una mayor ejecución. Es más, Sánchez (2012) pone el acento en otra problemática asociada al ámbito académico o científico de la disciplina, y que dice relación con la escasez de rigurosidad o sistematización metodológica, marcando el acento en la debilidad teórica o en una investigación insuficiente en sus aportes disciplinares. Esto a pesar de que las mallas y programas de estudios de las carreras de Diseño, en general en Chile, han intentado desmitificar esta situación incorporando asignaturas como: Teoría de la comunicación; Historia del Arte; Historia y Cultura del Diseño; Estética; Teoría y Crítica del diseño; Introducción a la Investigación en Diseño; Metodologías de Investigación; entre otras. Sin embargo, el contexto país, en relación a la investigación es también incipiente, lo que repercute en la educación en general, con propuestas investigativas que van en la línea de la experimentación y del mercado, antes que la investigación no experimental o cualitativa. Esta idea es reforzada por Lepe (2009), cuando señala que:

Chile, por ejemplo, es un país de investigación emergente, donde urge la necesidad de desarrollo económico más que un refinamiento cultural, artístico, literario o filosófico; por ello, no es difícil entender que, la enseñanza de la investigación cualitativa o no experimental, esté aún en desventaja frente a los datos duros de la experimentación y del mercado (Lepe, 2009, s.p).

De las tablas N° 15 y N° 16 más las figuras N° 8 y N° 9 destacamos que, para efectos de nuestra investigación, las tesis patrimoniales, en comparación con las tesis mercantiles, presentan porcentajes más altos en cada año de publicación. Es decir, entre el 2000 y el 2015, las tesis patrimoniales siempre son más que las mercantiles. Antes de intentar explicar esta situación, es importante recordar la clasificación de las etapas culturales en Chile propuestas por Antoine (2012), específicamente la segunda gran etapa, es decir, el periodo que va desde 1960 a 2010: *Etapa de las políticas culturales*. En este sentido, durante este periodo, los gobiernos chilenos se interesan en la relación existente entre educación y cultura. Así aparecen nuevos espacios para la cultura como: “las bibliotecas públicas, los museos y las recién estrenadas «casas de la cultura»” (Antoine, 2012, p.150). Creemos que el contexto país, con sus políticas y nuevos entornos culturales, se transforma en un impulsor para la visualización y desarrollo de tesis en patrimonio. Los nuevos espacios del *diseño social* o una disciplina que además de escuchar las necesidades del mercado, comienza a atender las necesidades del hombre, permiten el encuentro con nuevas temáticas como la patrimonial.

Esta perspectiva -de un diseño social- comienza a encaminarse a través de sus primeras definiciones, mediante el aporte de distintos autores que van construyendo un nuevo camino para el diseño: Víctor Papanek (1985, 1995); María Del Valle Ledesma (2003, 2014); Víctor Margolin (2012), entre otros. Asimismo el año 2007, en el Congreso de Diseño sobre Innovaciones Sociales, realizado en Japón, se propone nuevamente una definición para el *diseño social*, refiriéndose a él como un diseño que aporta al bienestar de sus habitantes y al mejoramiento del planeta. Estas tendencias van permeando a la disciplina y su formación. Así no es raro que las tesis en patrimonio -considerado como un diseño social- comiencen a superar a las de índole mercantil.

Por otro lado, el año 2001 es el año con menor variedad temática, destacándose solo cuatro temas: *Patrimonial; Investigación, estudio o análisis; Posicionamiento, difusión e identidad visual; y Enseñanza aprendizaje*. Mientras que los años 2007, 2008, 2010, 2012 y 2015 presentan las nueve categorías en algún porcentaje. Existen dos periodos, o intervalos de tiempo, en los que las tesis en patrimonio presentan una tendencia ascendente, el primero es entre el 2000 y el 2004; 0% a 3,8%; y el segundo es entre el 2011 y el 2015, de 0,2% a 4,2%. Asimismo los años que presentan los porcentajes más altos de publicaciones en patrimonio son siete: 2003, 3,5%; 2004, 3,8%; 2005, 3,3%; 2006, 3,5%; 2013, 3,3%; 2014, 4,2%; y 2015, 4,2%. Además, destacamos los años con los porcentajes más altos de desarrollo de tesis, estos son: 2003, 11,5%; 2006, 12%; 2008, 8,6%; y 2014, 9,2%. Finalmente, diremos que a partir del 2001 y hasta el 2015, existe presencia de tesis en temática patrimonial de manera permanente, en algún porcentaje, mientras que las tesis en temática mercantil exhiben periodos sin presencia: 2000, 2001, 2002, 2005, 2011 y 2013. Además de los datos señalados en la tabla N° 15, destacamos en la categoría mercantil los años 2004 y 2009, por ser los que presentan la mayor producción de tesis en esta temática, con un 12% y 20% respectivamente respecto al total de ese año, aunque ambos porcentajes siguen estando por debajo de las tesis en patrimonio.

La poca presencia de tesis en temática mercantil, podría ser una consecuencia de la propia globalización, que en el caso de Chile ha permitido la entrada de productos extranjeros a bajo costo, situación que podría impedir un mejor desarrollo de productos nacionales. Así lo afirma Víctor Babare en entrevista a Soto (2010):

Importante es la globalización y su “aporte” con la competencia de la mano de obra más barata de los países asiáticos, que posibilita la gran cantidad de elementos y productos que invaden

nuestro mercado, mermando las posibilidades a los productos con diseño nacional (...) Se produjo un gran deterioro del oficio del diseño, convirtiéndose este en un marco de necesidades secundarias y terciarias (Soto, 2010, p.9).

Concordamos con el autor y creemos que la globalización sumada al modelo de libre mercado asumido por Chile, podría haber desincentivado una mayor producción de tesis en la temática mercantil, dado que este país se transforma en un importador de productos de consumo, antes que un gran productor de los mismos, con la pérdida identitaria que esto significa. Pero además los nuevos modelos de un diseño social permiten nuevas aperturas temáticas o nuevos nichos de intervención para el diseño, así las temáticas en patrimonio, ayuda social y enseñanza aprendizaje, adquieren un interés mayor que la temática con más tradición en la disciplina: la mercantil. Es más, entendemos que tanto la formación ideológica del diseñador como la social, condicionan los discursos de la disciplina así como sus praxis y formas de desarrollo.

4.1.3. Orientación geográfica de las tesis en patrimonio

A través del análisis de los títulos, de las 172 tesis de diseño gráfico orientadas al patrimonio, es posible determinar porcentualmente las orientaciones geográficas de las tesis en temática patrimonial. En este sentido, hemos categorizado la *orientación geográfica* de las tesis en patrimonio y hemos determinado cuatro categorías: presencia de temática patrimonial nacional, Chile; presencia de temática patrimonial regional, regiones de Chile; presencia de temática patrimonial local, provincia de Santiago y sus comunas; y presencia de temática patrimonial translocal, Sudamérica u otros continentes.

Primeramente, mostraremos la tabla N° 17 con los porcentajes de tesis patrimoniales desagregadas por orientación geográfica y año de publicación, en base al total de tesis por año. Luego, la tabla N° 18 nos señala las 172 tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente por año de publicación y orientación geográfica abordada, en base al total de tesis patrimoniales. A continuación, la figura N° 12 constata los datos de la tabla N° 17. Finalmente, visualizamos la figura N° 13, que nos ilustra los datos de la tabla N° 19, es decir, el porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación geográfica y año de publicación en base al total de tesis patrimoniales: 172.

Tabla N° 17:

Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación geográfica y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de tesis por año.

ORIENTACIÓN GEOGRÁFICA DE TESIS PATRIMONIALES										
Año	% temática patrimonio nacional (Chile)	N°	% temática patrimonio regional (regiones de Chile)	N°	% temática patrimonio local (Santiago y sus 36 comunas)	N°	temática patrimonio translocal (fuera de los límites chilenos)	N°	% Total de tesis patrimoniales por año	N°
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0%	0	100%	1	0%	0	0%	0	100%	1
2002	33,3%	2	66,7%	4	0%	0	0%	0	100%	6
2003	50%	8	31,2%	5	18,8%	3	0%	0	100%	16
2004	23,5%	4	11,8%	2	64,7%	11	0%	0	100%	17
2005	26,7%	4	40%	6	33,3%	5	0%	0	100%	15
2006	43,8%	7	25%	4	25%	4	6,2%	1	100%	16
2007	60%	6	30%	3	10%	1	0%	0	100%	10
2008	61,5%	8	30,8%	4	7,7%	1	0%	0	100%	13
2009	60%	3	0%	0	40%	2	0%	0	100%	5
2010	22,2%	2	44,4%	4	33,3%	3	0%	0	100%	9
2011	0%	0	0%	0	100%	1	0%	0	100%	1
2012	40%	4	40%	4	20%	2	0%	0	100%	10
2013	26,7%	4	40%	6	26,7%	4	6,6%	1	100%	15
2014	42,1%	8	10,5%	2	42,1%	8	5,3%	1	100%	19
2015	31,6%	6	31,6%	6	36,8%	7	0%	0	100%	19
Total		66		51		52		3		172

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 18:

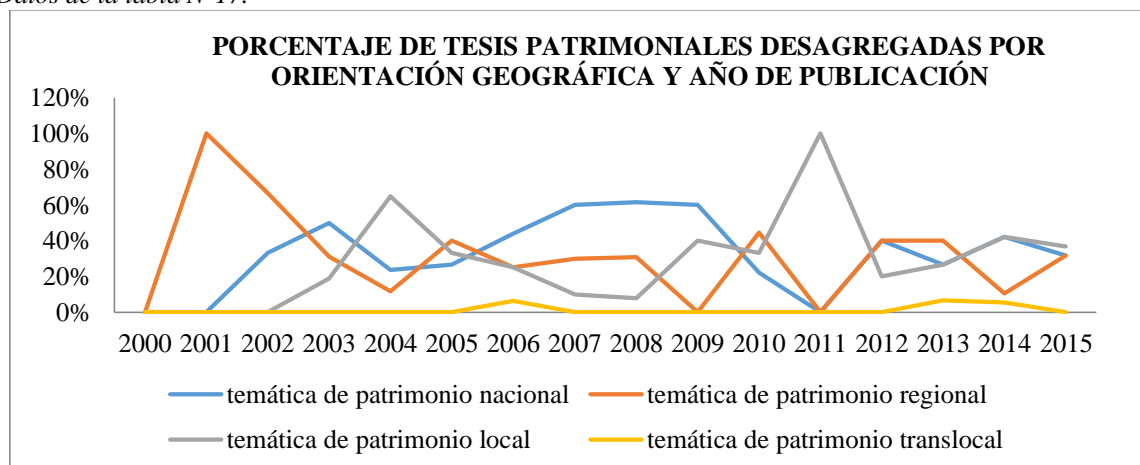
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación geográfica y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de tesis patrimoniales: 172.

ORIENTACIÓN GEOGRÁFICA DE TESIS PATRIMONIALES										
Año	% temática patrimonio nacional (Chile)	N°	% temática patrimonio regional (regiones de Chile)	N°	% temática patrimonio local (Santiago y sus 36 comunas)	N°	% temática patrimonio translocal (fuera de los límites chilenos)	N°	% Total de tesis patrimoniales por año	N°
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0%	0	1%	1	0%	0	0%	0	0,6%	1
2002	1,1%	2	2,3%	4	0%	0	0%	0	3,5%	6
2003	4,7%	8	3%	5	1,7%	3	0%	0	9,3%	16
2004	2,3%	4	1,2%	2	6,3%	11	0%	0	10%	17
2005	2,3%	4	3,4%	6	2,9%	5	0%	0	8,7%	15
2006	4%	7	2,3%	4	2,3%	4	0,6%	1	9,3%	16
2007	3,4%	6	2%	3	0,6%	1	0%	0	5,8%	10
2008	4,7%	8	2,3%	4	0,6%	1	0%	0	7,6%	13
2009	1,7%	3	0%	0	1,2%	2	0%	0	2,9%	5
2010	1,1%	2	2,3%	4	1,7%	3	0%	0	5,2%	9
2011	0%	0	0%	0	0,6%	1	0%	0	0,6%	1
2012	2,3%	4	2,3%	4	1,2%	2	0%	0	5,8%	10
2013	2,3%	4	3,4%	6	2,3%	4	0,6%	1	8,7%	15
2014	4,7%	8	1,2%	2	4,6%	8	0,6%	1	11%	19
2015	3,4%	6	3,4%	6	4%	7	0%	0	11%	19
Totales	38%	66	30%	51	30%	52	2%	3	100%	172

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 12:

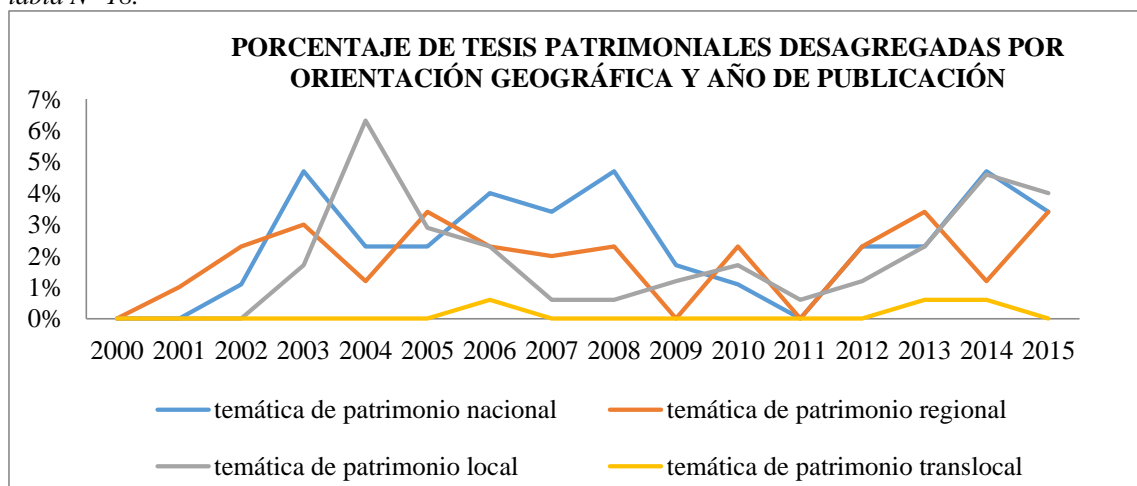
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación geográfica y año de publicación. Datos de la tabla N°17.



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 13:

Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación geográfica y año de publicación. Datos de la tabla N° 18.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión de las orientaciones geográficas de las tesis en patrimonio

El análisis de las tablas N° 17 y N° 18, además de las figuras N° 12 y N° 13, que muestran las tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente por *orientación geográfica de la temática patrimonial* y año de publicación, en base al total de tesis por año. Tabla N° 17 y figura N° 12, y porcentaje en base al total de tesis patrimoniales. Tabla N° 18 y figura N° 13 en base al total de tesis patrimoniales por año.

Dentro de las tesis patrimoniales, la orientación geográfica que presenta el porcentaje más alto es la temática de patrimonio nacional con un 38%, mientras que la menos visualizada es la temática de patrimonio translocal con un 2%. Consideramos que esta tendencia a una mayor producción de tesis en el ámbito nacional, podría vincularse a la reconstrucción cultural e identitaria que Chile asume una vez retomada la democracia: 1990, pero en un proceso que ha durado varios años. Recordemos que recién el 2003, Chile logra la concreción institucional de la cultura, a través, del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes -CNCA-, para luego en el 2005 generar las primeras definiciones de política cultural: 2005-2010. Así pensamos que en una primera instancia es lo nacional lo que sobresale como prioridad, pero una vez que los temas culturales, identitarios y patrimoniales de la nación van quedando más claros y asumidos, esta tendencia comienza a cambiar hacia los patrimonios de orientación regional y local, lo cual se refleja en las tesis en estudio. Ver posteriormente la Tabla N° 10.

Ahora bien, vemos en la tabla N° 18 que los porcentajes más altos se visualizan en dos categorías: *Temática de patrimonio nacional* y *Temática de patrimonio local*, es decir, Santiago y sus 36 comunas. En estas dos categorías rescatamos para cada una de ellas, los años con mayor presencia de tesis: 2004 con un 6,3% para la temática de patrimonio local; y el año 2003, 2008 y 2014 con un 4,7%, cada año en la temática de patrimonio nacional.

Asimismo analizamos los datos de la tabla N° 17, de la cual destacamos los porcentajes con mayor producción para cada categoría de *orientación geográfica*: Nacional, Regional, Local y Translocal. De este modo, para la *orientación geográfica nacional* destacamos los años: 2003, 50%, 2006, 43,8%; 2007, 60%; 2008, 61,5%; 2009, 60%; 2012, 40%; y 2014, 42,1%. Mientras que en la *orientación geográfica regional* los años: 2001, 100%, 2002, 66,7%; 2005, 40%; 2010, 44,4%; 2012, 40%; y 2013, 40%. Por otro lado, para la *orientación geográfica local* recalcamos los años: 2004, 64,7%, 2011, 100%; 2015, 36,8%; y 2014, 42,1%. Finalmente, en la *orientación geográfica translocal*, no existen porcentajes de alta producción, es más solo tres años presentan tesis de este tipo: 2006, 6,2%; 2013, 6,6%; y 2014, 5,3%, destacándose de los tres años levemente el 2013. Consideramos pertinente exponer estos últimos datos en la tabla N° 19, que permita visualizar las tendencias de la categoría *orientación geográfica*, por año, y así poder hacer un análisis más claro.

Tabla N° 19:*Tendencias de la categoría orientación geográfica por año.*

ORIENTACIÓN GEOGRÁFICA DESTACADA POR AÑO			
Año	Porcentaje de tesis para la categoría	N° de tesis en la categoría	Categoría destacada
2000	0%	0	Ninguna
2001	100%	1	Regional
2002	66,7%	4	Regional
2003	50%	8	Nacional
2004	64,7	11	Local
2005	40%	6	Regional
2006	43,8%	7	Nacional
2007	60%	6	Nacional
2008	61,5%	8	Nacional
2009	60%	3	Nacional
2010	44,4%	4	Regional
2011	100%	1	Local
2012	40%	4	Nacional /Regional
2013	40%	6	Regional
2014	42,1	8	Nacional/ Local
2015	36,8%	7	Local

Fuente: Elaboración propia.

De los datos expuestos en la tabla N°19, nos parece interesante destacar el periodo que va entre el 2006 y 2009, por observarse una tendencia a las tesis de orientación geográfica nacional. Estos años son los del primer gobierno de Michelle Bachelet: 2006-2010. Así traemos a colación una de las afirmaciones que la mandataria realiza al dirigirse por primera vez a los ciudadanos como presidenta:

Quise estar en Casablanca para decirle a las regiones de Chile, a las provincias, que mi prioridad como gobierno será el desarrollo de todos por igual. Chile va a estar incompleto si no se desarrolla armónicamente junto a sus regiones. Un país no se construye sólo desde su capital o desde sus grandes ciudades. Un país de todos comienza en la plaza, en la escuela, también en las casas y en los barrios de chilenas y chilenos. Porque es tiempo de todos, es también tiempo de regiones (EMOL, 2006, s. p.).

En este sentido, y a pesar de que su promesa de gobierno fuera avanzar en la descentralización del país, con un *gobierno de regiones*, las tesis durante este periodo son orientadas principalmente al patrimonio nacional y no al regional, como podría esperarse. Al respecto, ya hemos señalado que el largo proceso de reconstrucción cultural que asume Chile -en democracia- ha sido paulatino y ha priorizado en una primera instancia los aspectos nacionales, que luego van decantando en preocupaciones de índole local y regional. Esta situación, asociada a la descentralización del país, aún en el 2006 era un asunto no resuelto

para Chile, como lo expresa el discurso de Michelle Bachelet ya citado. Sin embargo, a partir del 2010, los esfuerzos de Michelle Bachelet: 2006-2010, sumado a los de una institucionalidad cultural, por parte de Ricardo Lagos: 2000-2006, con la apertura de Consejos Regionales de Cultura, comienzan a mostrar un resultado diferente. Así, la orientación geográfica de las tesis en estudio desde el 2010 reflejan una apertura hacia los patrimonios regionales y locales, sin abandonar del todo lo nacional: 2010, regional; 2011, local; 2012, regional y nacional; 2013, regional; 2014, local y nacional; y 2015, local.

Entre los años 2010 al 2014 el gobierno de Chile estuvo en manos de Sebastián Piñera, a quien siguió el segundo mandato de Michelle Bachelet: 2014-2018. Así, esta tendencia hacia los patrimonios regionales y locales, es reforzada con un 77% de adhesión, por parte de los municipios, al programa de la agenda Municipal de Red Cultura. Este Programa buscaba: “...que un 2% del presupuesto municipal se destine a cultura; la integración de un Plan de Cultura a los Planes de Desarrollo Comunal; y contar, al menos, con un encargado capacitado en la materia” (Observatorio de Políticas Culturales, 2014, pp.4-5).

Es importante recordar que el año 2010, Chile conmemora su bicentenario, celebración que se preocupa de enaltecer los aspectos identitarios, culturales y patrimoniales del país y sus regiones. Igualmente del segundo mandato de Michelle Bachelet, destacamos el año 2014, con la exposición “*Puro Chile. Paisaje y territorio*”, hito que como señaló Claudia Barattini, presidenta del CNCA, representa una manera de “reconocernos como chilenos y a reflexionar en torno a nuestra identidad nacional” (Ministerio de Cultura, 2014, s.p). Asimismo, la Directora del Centro Cultural Palacio La Moneda -CCPLM-, Alejandra Serrano, agrega al respecto que “Creemos que mostrando nuestro territorio, su geografía y paisajes humanos que nos conforman como nación, estimulamos a la pregunta y al diálogo que llevan a una experiencia colectiva, y así al saber común” (Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, 2014, s.p). Entendemos que en estos años, 2010-2015, el camino es más fructífero para el desarrollo de tesis en patrimonios locales y regionales. A pesar de lo expuesto, es importante señalar que dentro de nuestro periodo en estudio, las primeras tesis en patrimonio parten con una tendencia no tan clara, incluyendo aspectos regionales, nacionales y locales, aunque destacándose por sobre las tres orientaciones, las tesis en patrimonio regional: 2000, ninguna; 2001, regional; 2002, regional; 2003, nacional; 2004, local; y 2005, regional.

Este primer periodo de tiempo: 2000-2005, corresponde al gobierno de Ricardo Lagos: 2000-2006, quien promete afirmar la identidad cultural de Chile, en todas sus dimensiones plurales. Así, Lagos (1999) en su programa de gobierno: *Para crecer con igualdad*, no solo reconoce a los pueblos indígenas, sino que sus formas de expresión cultural, tradiciones y lenguajes. Esto sumado a la diversificación, infraestructura, y difusión cultural -con especial ahínco en regiones- y la promoción de producción nacional cultural, con intercambio de bienes y servicios simbólicos, permiten una mirada hacia lo regional y lo local. Asimismo, este gobierno sigue la lucha por una mayor descentralización y participación, impulsando fondos concursables -principalmente FONDART- y protegiendo nuestro patrimonio cultural, fomentando:

una cultura de preservación y uso de nuestro patrimonio; modernizaremos la gestión del patrimonio de la nación, junto con ampliar los canales de financiamiento público y privado para profesionalizar dicha gestión; desarrollaremos las labores de restauración que el país necesita para hacerse cargo de su propio legado; ampliaremos la capacidad de las bibliotecas y museos a lo largo del país y otorgaremos prioridad a la formación de recursos humanos necesarios en estos ámbitos (Lagos, 1999, p.42).

Sin duda, es un camino fructífero para la producción de tesis en patrimonio, pero además el propio patrimonio cultural de la nación se va ampliando no solo a nuevos reconocimientos patrimoniales, sino que a un abanico cultural mucho más amplio que al únicamente nacional. Esto con el reconocimiento de patrimonios regionales y locales, que permiten afirmar “nuestra identidad cultural en todas las dimensiones plurales que la conforman” (Lagos, 1999, p.40).

Por otro lado, de la tabla N° 17, cuyos porcentajes se dan sobre la base de la producción anual de tesis, destacamos tres años en los cuales hubo presencia de las cuatro categorías de orientación geográfica: 2006 con un 43,8% para la temática de *patrimonio nacional*; un 25% para la temática de *patrimonio regional*; un 25% para la temática de *patrimonio local*; y un 6,2% para la temática de *patrimonio translocal*. Luego el año 2013 con un 26,7% para la temática de *patrimonio nacional*; un 40% para la temática de *patrimonio regional*; un 26,7% para la temática de *patrimonio local*; y un 6,6% para la temática de *patrimonio translocal*. Finalmente, el año 2014 con un 42,1% para la temática de *patrimonio nacional*; un 10,5% para la temática de *patrimonio regional*; un 42,1% para la temática de *patrimonio local*; y un 5,3% para la temática de *patrimonio translocal*.

Sobre lo expuesto, es el año 2006 donde aparece la primera tesis en orientación translocal, para ser nuevamente retomada recién el año 2013 y 2014, sin nuevas apariciones durante el periodo en estudio. Igualmente, el año 2006 es la orientación nacional la que sobresale por amplia mayoría: 43,8%. Mientras que en el año 2013 toma la delantera la temática regional: 40%, para finalmente en el 2014 sobresalir con igual porcentaje las temáticas en patrimonio nacional y local: 42,1%. Asimismo vemos que la orientación al patrimonio local aparece por primera vez el año 2003 y se da de manera ininterrumpida hasta el año de corte de nuestro estudio, 2015.

Creemos que la aparición de tesis en patrimonios translocales, recién en el año 2006 y de manera tan escasa, no refleja la realidad migratoria que Chile ha vivido a partir de los noventa, con un claro incremento en 1995 (Martínez, 2003; Stefoni, 2005; Santander, 2006; Godoy, 2007; Schiappacasse, 2008; Rojas y Silva, 2016). Es más “la migración latinoamericana a Chile se ha cuadruplicado en números absolutos desde el fin de la dictadura cívico-militar hasta hoy” (Rojas y Silva, 2016, p.5). Incluso Rojas y Silva agregan que el año 2001 “representa un hito, con procesos internacionales que posicionan a Chile como uno de los principales países de destino de la migración en el concierto sudamericano”, dejándose ver ciertas particularidades no observadas antes, como: “presencia femenina, indígena y, más recientemente, afrodescendiente” (Rojas y Silva, 2016, p.05).

Si bien la realidad país muestra una apertura a nuevas culturas, es probable que esta misma situación genere mayores enraizamientos locales, como una manera de conservar la propia cultura, con una dialéctica conflictiva entre lo local y lo global. Además del racismo y la discriminación, que desmoronan la idea de una migración *ideal*. Así lo afirma el sociólogo Cristian Doña, en el informe sobre migración en Chile: “la discriminación ha sido un tema histórico en Chile, una constante” (Doña citado en Biblioteca del Congreso Nacional, 2018, p. 20).

En relación con la aparición de tesis en patrimonio local durante el año 2003, es preciso recordar que este año se crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (Ley N° 19.891). Así destacamos que este nuevo proyecto contempla la desconcentración territorial a través de Consejos Regionales de Cultura, representados por instituciones, organismos, academia y ámbitos artísticos. Además, posee la facultad legal de contribuir a conservar e incrementar el patrimonio cultural de la nación.

Esta apertura territorial, no solo permite la participación cultural de manera descentralizada, sino que de alguna forma obliga a las regiones y sus localidades a una búsqueda de un patrimonio más particular o local. A pesar de lo expuesto es recién en el 2011 que se concreta la Política Cultural Regional: 2011-2016, la que contempla un informe separado por cada región. Así esta política cultural incluye: caracterización de la región con datos sociodemográficos; datos sobre arte y cultura; promoción de las artes, participación ciudadana y patrimonio cultural. Igualmente incorpora: objetivos, propósitos y estrategias de la Política Cultural Regional: 2011-2016. Por otro lado, a partir del 2003, el Instituto Nacional de Estadística -INE-, modifica el nombre de su *Anuario Cultura y Medios de Comunicación*, vigente por dos décadas, y en su remplazo presenta el *Anuario de Cultura y Tiempo Libre: Arte, Patrimonio, Recreación y Medios de Comunicación*, en un trabajo en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Vemos que de a poco el patrimonio de Chile comienza a tomar un lugar relevante para el país, con datos estadísticos que permiten el análisis evolutivo y la comparación internacional. De este modo, recién el 2003 los datos sobre patrimonio son incluidos en el anuario. Así mismo, las estadísticas del año 2003 en cuanto a solicitudes de declaración de monumentos nacionales recibidas, según tipo de monumento, registran dieciocho solicitudes: 15 Monumentos Históricos, 2 Zonas Típicas o Pintorescas y 1 Santuario de la Naturaleza (INE, 2003).

Sin duda, el año 2003 es un momento de aperturas, reconocimientos y valoraciones patrimoniales. Esto permite que la ciudadanía comience a explorar e identificar sus patrimonios, no solo en el ámbito nacional, sino que además hacia los legados regionales y locales. Es más, las comunidades que habitan un territorio van configurando una identidad, que las diferencia del mundo global. Integrar el diseño a estas estructuras sociales o regionales podría funcionar para el desarrollo del perfil competitivo, recuperar los valores culturales propios y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Finalmente, de la tabla N° 18 destacamos un primer periodo que va del 2000 al 2003 con dos tendencias ascendentes, en patrimonio regional y nacional. Así el 2003 se llega a un 3% para las tesis regionales y a un 4,7% en el caso de las nacionales. El segundo periodo va del 2004 al 2008, con una tendencia descendente para las tesis en patrimonio local, llegando a 0,6% el 2008. Asimismo entre el 2008 y el 2011 las tesis en patrimonio nacional tienden a la baja, llegando en el 2011 al 0%. Mientras que entre los años 2011 y 2014 las tesis en

temática de patrimonio local, presentan una tendencia ascendente llegando en el 2014 a un 4,6%, que disminuye a un 4% en el 2015, aunque la diferencia porcentual es poca: 0,6%. Además, comparativamente entre el 2003 y el 2004 casi se cuadruplican las tesis en patrimonio local, las que también se duplican entre el 2013 y el 2014. Asimismo, entre el 2013 y el 2014 se duplican las tesis en patrimonio nacional. Mientras que las tesis en patrimonio regional se triplican entre el 2004 y el 2005.

Resumiremos esta última información en la tabla N° 20, con el objetivo de observar y analizar mejor estos datos.

Tabla N° 20:

Tendencias observadas en la categoría orientación geográfica por periodo

TENDENCIAS DE LA ORIENTACIÓN GEOGRÁFICA POR PERIODO			
Periodo	Categoría de orientación geográfica	Tendencia	Rango %
2000 – 2003 (4 años)	Regional	Ascendente	3% - 0% = 3%
	Nacional	Ascendente	4,7% - 0% = 4,7%
2004 -2008 (5 años)	Local	Descendente	6,3% - 0,6 = 5,7 %
2008 – 2011 (4 años)	Nacional	Descendente	4,7% - 0% = 4,7%
2011 - 2014 (4 años)	Local	Ascendente	4,6% - 0,6% = 4%
2003 al 2004 (1 año)	Local	Se cuadruplican	6,3% / 1,7% = 3,7
2004 al 2005 (1 año)	Regional	Se triplican	3,4% / 1,2% = 2,8
2013 al 2014 (1 año)	Local	Se duplican	4,6% / 2,3% = 2
2013 al 2014 (1 año)	Nacional	Se duplican	4,6% / 2,3% = 2

Fuente: Elaboración propia.

De la interpretación de los datos expresados en la tabla N° 20, destacamos a las tesis de orientación *local*, cuadruplicadas al 2004 al compararlas con el 2003. Es posible que esta repentina subida se deba a la incorporación de los Consejos Regionales de Cultura: 2003, y un impulso inicial en materias más locales, pues a partir del 2004 y hasta el 2008 este tipo de tesis –locales- comienzan a descender. Aunque las tesis regionales se triplicarían en el 2005 al compararlas con el 2004. Así se pasa de un incipiente interés local a uno regional. No obstante, es recién en el año 2007 que Chile, a través de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, pone en marcha un programa de fortalecimiento de la identidad regional, cuyo objetivo era “apoyar el fortalecimiento de la identidad regional y así

contribuir al desarrollo endógeno de las regiones y a que los gobiernos subnacionales ejerzan con liderazgo y competencias el desarrollo de sus territorios.” (Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, 2013, p.9). Este apoyo a la gestión sub-nacional sigue en el eje del proceso de descentralización, tomando como desafío la preparación de líderes y gestores que permitan el desarrollo de sus territorios regionales.

Así, con posterioridad a los eventos mencionados, en el año 2010, las tesis en patrimonio regional y local comienzan a presentar porcentajes más altos de presencia: 2010 un 44,4% de regional; 2011 un 100% de local; 2012 un 40% de regional/nacional; 2013 un 40% de regional; 2014 un 42,1 de local/nacional. Recordemos también que en el 2011 se concreta la Política Cultural Regional: 2011-2016, desde donde comienzan a regularizarse los patrimonios regionales, destacándose así los legados locales y comunales. Creemos que esta concreción patrimonial visibilizó otras perspectivas del patrimonio de Chile, decantando en una tendencia ascendente para las tesis orientadas al patrimonio local. Pero, además permitió observar los patrimonios regionales de la nación, sintetizando un patrimonio nacional más claro, amplio y descentralizado.

Estos antecedentes, permiten simultáneamente que del 2013 al 2014 se dupliquen las tesis locales y nacionales. Sin embargo, si bien Chile avanza en sus procesos de descentralización, creemos oportuno retomar a Boisier (1990, 2000) y su reflexión sobre las consecuencias que genera el Estado centralizado sobre las particularidades del territorio chileno. Así la estrategia centralista del Estado chileno va dejando de lado la cultura autóctona de sus regiones, instaurando una cultura nacional, más vinculada a identidades extranjeras que locales. Por tanto, entendemos una gran potencialidad en los procesos de descentralización. Esto permite identificar las limitaciones y potencialidades de los entornos regionales de Chile. En este sentido, es preciso que estos elementos surjan a partir de los propios sujetos que componen estas comunidades. En este marco, la disciplina del diseño va tomando estas particularidades del territorio más inmediato, incorporando incluso dentro de los perfiles de egresos y misiones institucionales, las particularidades territoriales que los identifican. Con el surgimiento de proyectos que se vinculan al territorio regional y local, sin descuidar las particularidades nacionales, como un todo.

4.1.4. Orientación patrimonial de la temática en tesis sobre patrimonio

A través del análisis de los títulos, de las 172 tesis de diseño gráfico orientadas al patrimonio, es posible determinar las orientaciones patrimoniales de cada temática propuesta. En este sentido, hemos considerado la presencia de los términos: pueblo originario/amerindio o americano; costumbres/tradiciones; sitios patrimoniales o tradicionales; rutas culturales y atractivos turísticos; y de área o medio natural. Se observa la frecuencia de aparición de estos.

En la tabla N° 21 se exponen los porcentajes de tesis en patrimonio desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación en base al total de tesis por año. Luego en la tabla N° 22 presentamos las 172 tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente, por año de publicación y orientación patrimonial de la temática abordada, en base al total de tesis patrimoniales: 172. A continuación visualizamos la figura N° 14, que grafica los datos de la tabla N° 21. Posteriormente, la figura N° 15 nos ilustra el porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación.

Tabla N° 21:

Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de tesis por año.

ORIENTACIÓN PATRIMONIAL												
Año	% temática de Pueblo originario:/ Amerindio o Americano	N°	% temática de Costumbres y tradiciones	N°	% temática de Sitios patrimoniales	N°	% temática de Rutas culturales y atractivos turísticos	N°	% temática de área o medio natural	N°	Total (%)	Total (N°)
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1	100%	1
2002	0%	0	50%	3	0%	0	50%	3	0%	0	100%	6
2003	12,5%	2	50%	8	31,2%	5	6,3%	1	0%	0	100%	16
2004	5,9%	1	52,9%	9	41,2%	7	0%	0	0%	0	100%	17
2005	6,7%	1	46,6%	7	26,7%	4	20%	3	0%	0	100%	15
2006	0%	0	75%	12	12,5%	2	12,5%	2	0%	0	100%	16
2007	30%	3	50%	5	10%	1	0%	0	10%	1	100%	10
2008	15,4%	2	61,5%	8	7,7%	1	7,7%	1	7,7%	1	100%	13
2009	0%	0	100%	5	0%	0	0%	0	0%	0	100%	5
2010	22,2%	2	33,3%	3	22,2%	2	11,1%	1	11,1%	1	100%	9
2011	0%	0	100%	1	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1
2012	10%	1	60%	6	10%	1	20%	2	0%	0	100%	10
2013	26,7%	4	53,3%	8	6,7%	1	13,3%	2	0%	0	100%	15
2014	10,5%	2	57,9%	11	10,5%	2	15,8%	3	5,3%	1	100%	19
2015	10,5%	2	68,4%	13	10,5%	2	5,3%	1	5,3%	1	100%	19

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 22:

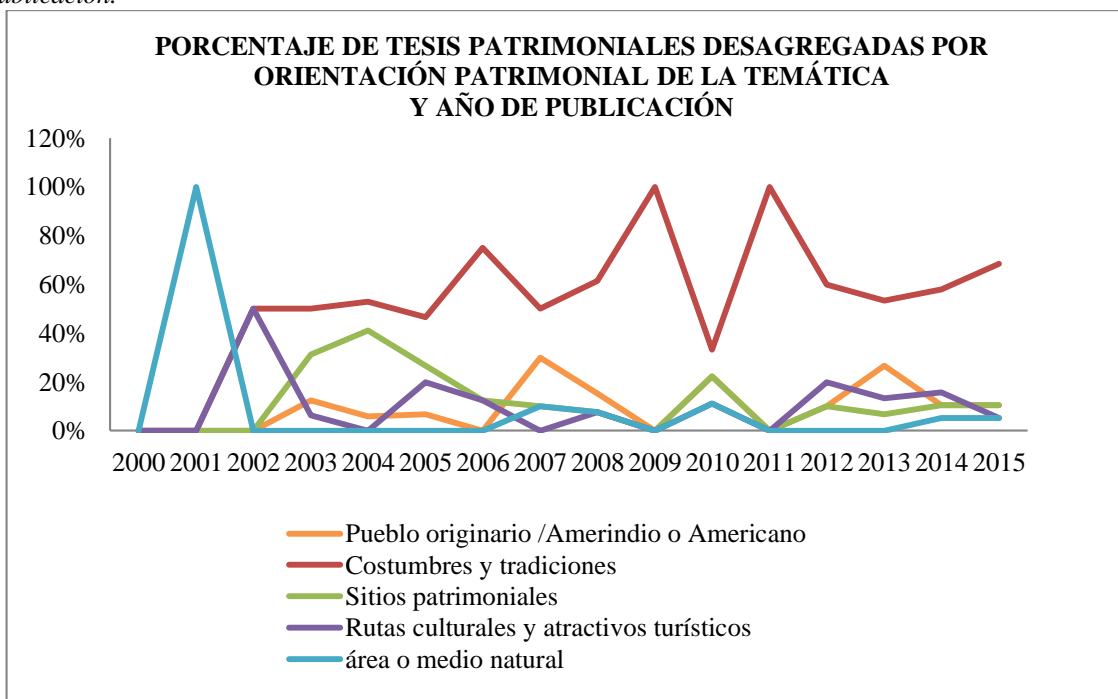
Porcentaje de Tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de tesis patrimoniales: 172.

ORIENTACIÓN PATRIMONIAL												
Año	% temática de Pueblo originario/ Amerindio o Americano	N°	% temática de Costumbres y tradiciones	N°	% temática de Sitios patrimoniales	N°	% temática de Rutas culturales y atractivos turísticos	N°	% temática de área o medio natural	N°	% Total de tesis patrimoniales por año	N° Total de tesis patrimoniales por año
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,58%	1	0,6%	1
2002	0%	0	1,7%	3	0%	0	1,7%	3	0%	0	3,5%	6
2003	1,2%	2	4,7%	8	3%	5	0,6%	1	0%	0	9,3%	16
2004	0,6%	1	5,2%	9	4,1%	7	0%	0	0%	0	10%	17
2005	0,6%	1	4%	7	2,3%	4	1,7%	3	0%	0	8,7%	15
2006	0%	0	7%	12	1,1%	2	1,2%	2	0%	0	9,3%	16
2007	1,7%	3	3%	5	0,6%	1	0%	0	0,58%	1	5,8%	10
2008	1,2%	2	4,7%	8	0,6%	1	0,6%	1	0,58%	1	7,6%	13
2009	0%	0	3%	5	0%	0	0%	0	0%	0	2,9%	5
2010	1,2%	2	1,7%	3	1,1%	2	0,6%	1	0,58%	1	5,2%	9
2011	0%	0	0,5%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1
2012	0,6%	1	3,5%	6	0,6%	1	1,2%	2	0%	0	5,8%	10
2013	2,3%	4	4,7%	8	0,6%	1	1,2%	2	0%	0	8,7%	15
2014	1,2%	2	6,3%	11	1,1%	2	1,7%	3	0,58%	1	11%	19
2015	1,2%	2	7,5%	13	1,1%	2	0,6%	1	0,58%	1	11%	19
Total	12%	20	58%	99	16%	28	11%	19	3%	6	100%	172

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 14:

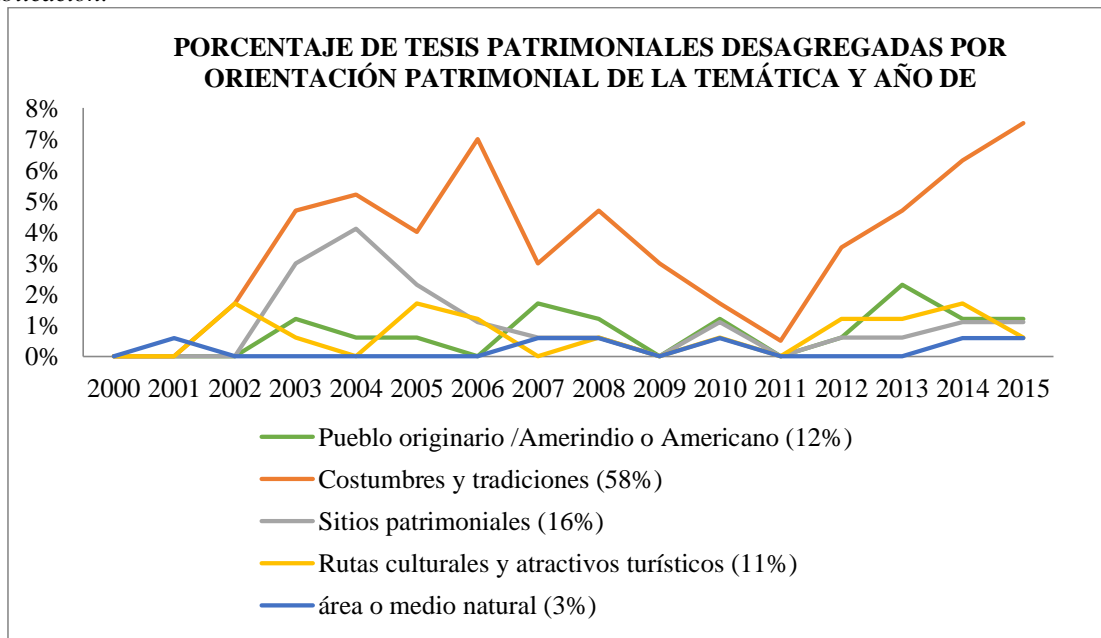
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°15:

Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión de la orientación patrimonial específica en tesis sobre patrimonio

El análisis de las tablas N° 21 y N° 22, sumado a las figuras N° 14 y N° 15, que nos muestran las tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente en la *orientación patrimonial del tema* y año de publicación: tabla N° 21 y figura N° 14 en base al total por año; y tabla N°22 y figura N° 15 en base al total de tesis en patrimonio: 172, nos arrojan lo siguiente:

La temática patrimonial abordada en las tesis, y que presenta el porcentaje más alto es la temática de *costumbres y tradiciones*, con un 58%, seguida por la temática de *sitios patrimoniales* con un 16% y la temática de *pueblo originario*, con un 12%.

Creemos que esta superioridad en la temática: *costumbres y tradiciones*, podría entenderse a partir de la relación directa que el diseñador mantiene con estos patrimonios, como parte de su experiencia de vida. Las cuales son reforzadas a través de la educación y los contextos más inmediatos. Es más, en las definiciones de política cultural: 2005-2010, que plantea Chile, se expresa como principio “Educar para la apreciación de la cultura y la formación del espíritu reflexivo y crítico” y se agrega que “el proceso educativo integral supone entonces la educación para la apreciación de la cultura, la cual debe aspirar al más amplio desarrollo de la personalidad en todas sus posibles direcciones” (CNCA, 2010, p.13-14). Igualmente, es preciso indicar que en el plano internacional, en el año 2003, la UNESCO aprobó la Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, reconociendo en este plano a las tradiciones y expresiones orales -idioma, artes, usos sociales, actos festivos, técnicas tradicionales, etc. Aunque a partir del año 2002 las tesis en *costumbres y tradiciones* ya comenzaban a desarrollarse. Este año coincide con la transmisión de la serie televisiva *Mira tú*, que muestra un recorrido por el país, rescatando aspectos y datos poco conocidos del patrimonio cultural y artístico de Chile, su historia e idiosincrasia. Una instancia importante de difusión patrimonial.

Así observamos dos periodos, dentro de las tesis en temática de *costumbres y tradiciones*, que presentan una tendencia ascendente: del 2000, 0% al 2004, 5,2%; y del 2011, 0,5% al 2015, 7,5%. Además, dentro de la categoría más abordada, *costumbres y tradiciones* con un 58%, a partir del año 2002 y hasta el 2015, esta categoría está presente de manera ininterrumpida, siendo la única con presencia constante en algún porcentaje. Igualmente en

el año 2009, el 100% de las tesis realizadas en temática patrimonial son en *costumbres y tradiciones*, aunque es un año de baja productividad patrimonial.

Destacamos del 2009, la edición N° 50 de la *Revista Patrimonio Cultural*, editada desde 1995 de manera estacional, por la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos -DIBAM-, del Ministerio de Educación de Chile. Para esa ocasión se invita a “diseñadores y artistas a reinterpretar el patrimonio gráfico de Chile y repensar los íconos de nuestra historia visual” (DIBAM, 2009, p. 3). Instancia en que la labor del diseñador se cruza con un tipo de patrimonio, no muy difundido, el gráfico. Así para el 2009 este patrimonio era visto como “Un tema que hoy goza de una especial vigencia gracias al trabajo de numerosos investigadores y creadores, quienes no sólo están descubriendo la rica historia gráfica de nuestro país, sino también la están poniendo en valor y reinterpretando” (DIBAM, 2009, p.3). Una reinterpretación y valoración, que desde ya varios años antes, la disciplina venía trabajando en sus proyectos de tesis. Entendemos y clasificamos a este patrimonio gráfico, dentro de la categoría de *costumbres y tradiciones*, como una manifestación gráfica de nuestra sociedad nacional: fotografías, afiches, revistas, boletos, humor gráfico, prensa, etc. Cabe mencionar un dato llamativo, pues la revista no presenta ejemplares ni el 2010, bicentenario, ni el 2011, siendo retomada en diciembre de 2012, es decir, los dos primeros años del primer gobierno de Sebastián Piñera: 2010-2014.

Basándonos en Soliz (2012) diremos que el objeto de diseño es un vehículo de interacción cultural que permite evocar creencias, historias singulares e imágenes colectivas. Este objeto de diseño es el que conecta las interacciones culturales. El diseñador es, por tanto, un operador cultural, que puede hacer consciente su estrategia y prefigurar alguna intervención, siendo parte y mejorando la interacción entre dos culturas: puede comunicar, puede ser estético, puede ser educativo, puede cumplir con la función y la estética, pero siempre responde a los procesos de interacción cultural. Así, las *costumbres y las tradiciones* son heredadas y asumidas de manera natural, como parte del repertorio cotidiano, mientras que los *sitios patrimoniales y pueblos originarios*, requieren de una apropiación o educación al respecto. Es más, los elementos personales siempre estarán presentes, ya sea de manera consciente o inconscientemente, es decir lo humano y lo objetual se entrelazan (Soliz, 2012).

Por otro lado, las categorías menos abordadas son las de *área o medio natural*, con un 3%, seguida de la temática de *rutas culturales y atractivos turísticos*, con un 11%. Aunque, paradójicamente esta temática –de *área o medio natural*- es la primera en vislumbrarse una

vez reabierto la carrera en el 2000. Así para el 2001 el 100% de las tesis era de un *área o medio natural*. Sin embargo, esta incipiente aparición, deja de vislumbrarse y se retoma nuevamente el 2007, con presencia los años 2008, 2010, 2014 y 2015.

En este sentido, Chile ha avanzado en la protección de áreas naturales, aunque las motivaciones no siempre han sido conservacionistas. Sino que además con motivaciones orientadas a “regular el comercio maderero, proteger terrenos fiscales sin valor productivo como la ganadería y la agricultura, o resguardar terrenos con bellezas escénicas” (Basic y Arriagada, 2012, p.19). A pesar de aquello, Chile ha logrado una definición ajustada a los estándares establecidos a nivel internacional. Destacamos un primer hito al respecto en 1907, con la creación de la primera área silvestre con protección oficial, hoy en categoría de Reserva Nacional: Reserva Forestal Malleco, según Decreto N° 1.540 de 1907 del Ministerio de Relaciones Exteriores; y la primera Área Silvestre Protegida en Sudamérica (CNCA, 2010, p.10).

Basic y Arriagada (2012) nos proponen tres periodos como hitos significativos en estas materias: Primer periodo de 1859 hasta 1967, asociado a la Ley de Bosques, con las primeras definiciones de protección ambiental, iniciado con “la primera ley chilena decretada en relación a la explotación forestal” (p.19). Luego, un segundo periodo de 1967 a 1984 “marcado por la adopción de la Convención de Washington (Decreto 531), primer intento de conservación adoptado por el país, con definiciones y objetivos claros, además de otorgar fundamentos jurídicos más sólidos a la escasa legislación existente a la fecha”(p.19). Si bien la Convención para la Protección de la Flora, la Fauna y las Bellezas Escénicas Naturales de América se firma en 1940, es en 1967 que Chile la promulga y adopta. Finalmente, el tercer periodo, se produce en el “establecimiento del actual Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE, instaurado en 1984), a cargo de la Corporación Nacional Forestal (CONAF)” (Basic y Arriagada, 2012, p.19). Este sistema, permite ordenar las áreas ya protegidas.

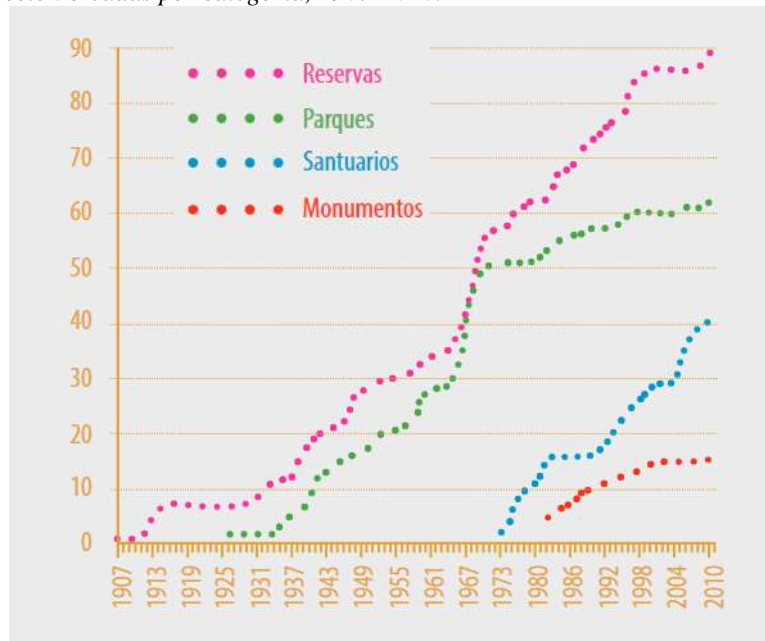
Agregamos un hito importante acontecido en el 2005, la creación de la “Política de Áreas Silvestres Protegidas, aprobada por CONAMA, en donde las áreas protegidas se dividen en terrestres, marinas, públicas y privadas” (Consejo de Monumentos Nacionales, 2010, p.10). Así el SNASPE se encarga de las áreas terrestres: Parques Nacionales, Monumentos Naturales, Reservas Nacionales; y SERNAPESCA de las áreas marítimas: Parques y Reserva. Chile, entre el 2004 y el 2010, manifiesta un aumento en la creación de Santuarios

y Reservas, mientras que los Monumentos y Parques se han mantenido casi constantes con solo pequeños aumentos (Folchi, 2015, p.33). Ver figura N° 16.

Resulta interesante observar los gráficos propuestos por Basic y Arriagada (2012), que nos ilustran las hectáreas añadidas al sistema por periodo -figura N° 17- y la evolución por decenios de superficie incorporada al SNASPE y número de unidades añadidas -figura N° 18. Esto nos permite visualizar una baja en la cantidad de superficie añadida, entre los años 1990 y 2010 -periodo correspondiente al SNASPE-, al compararla con el decenio 1960-1969 y la Ley de Bosques y la Convención de Washington.

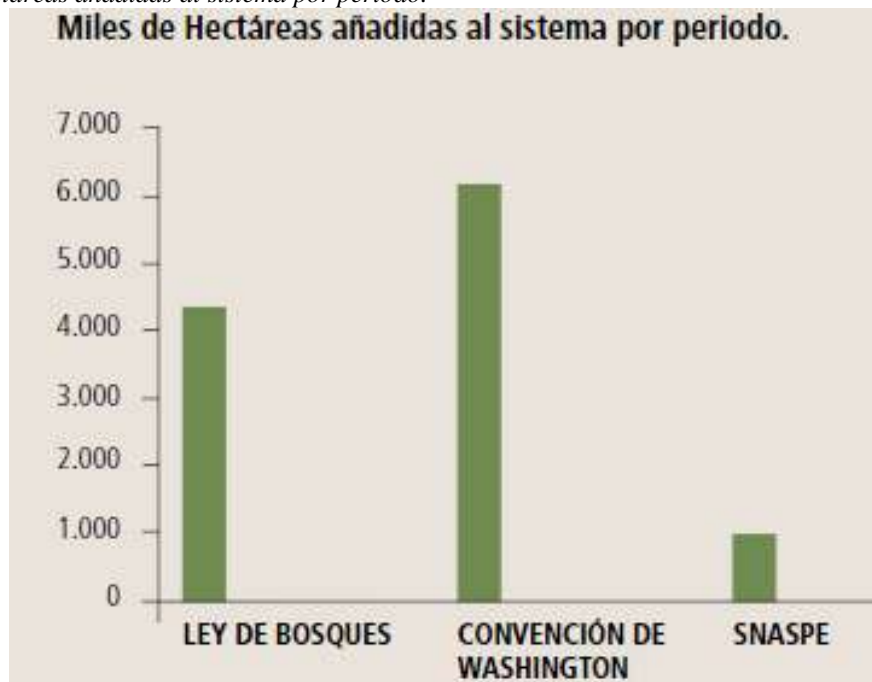
En este escenario nacional, las apariciones de tesis en un *área o medio natural* en el 2001, podrían estar relacionadas con los esfuerzos previos de un Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado –SNASPE-. Sin embargo, la política que se concreta en el 2005, pensamos tiene una relación más directa con la concreción en los años 2007, 2008, 2010, 2014 y 2015. Dado que aparecen las primeras categorías más claras y definidas: terrestres, marinas, públicas y privadas. Esto permite asumir desafíos y resolver necesidades en estas materias desde el diseño. Sin duda, que la decisión política de establecer áreas de protección por parte del Estado chileno, permite una preocupación por estos temas y es influida por las expectativas sociales que varían en el tiempo (Basic y Arriagada, 2012). Sin embargo, la frecuencia de aparición de la categoría *área o medio natural*, en las tesis, sigue siendo baja. Esto también podría explicarse porque el 85% de la superficie total de áreas protegidas de Chile se encuentra en las regiones de Aysén y Magallanes, lugares bastante alejados de la capital. Esta situación hace que su reconocimiento, se vea postergado, tanto por la distancia como por el poco uso cotidiano de estos lugares.

Figura N° 16:
Unidades de protección creadas por categoría, 1907-2010.



Fuente: Folchi, 2015, p.33.

Figura N° 17:
Miles de Hectáreas añadidas al sistema por periodo.



Fuente: Basic y Arriagada, 2012, p.22.

Figura N° 18:

Evolución por decenios de superficie incorporada al SNASPE y número de unidades añadidas.



Fuente: Basic y Arriagada, 2012, p.22.

Existen cuatro años en los que las tesis patrimoniales presentan, en algún porcentaje, las cinco categorías de orientación patrimonial visualizadas, los años son: el 2008 con un 7,6% de tesis desarrolladas; 2010 con un 5,2% de tesis desarrolladas; 2014 con un 11% de tesis desarrolladas; y 2015 con un 11% de tesis desarrolladas. Sin embargo, en cada uno de los años recién mencionados, la temática de *costumbres y tradiciones*, supera porcentualmente a las otras temáticas en amplia mayoría, salvo en el 2010 donde, si bien también las supera, la diferencia es menor. Esta aparición más transversal de las categorías patrimoniales, a partir del 2008, irrumpe una vez que Chile ha establecido de manera más precisa su patrimonio nacional, incorporando en este mapeo a sus regiones y localidades. Influye, por ende, la creación en el 2003 del CNCA y los Consejos Regionales de Cultura; las definiciones de Política Cultural 2005-2010; la Política Cultural Regional 2011-2016; y la celebración del Bicentenario de Chile el 2010, entre otros avances.

Este ha sido un camino largo pero fructífero, con aportes en alguna medida de cada gobierno democrático. Así la ciudadanía chilena y sus gobiernos en democracia, debieron primeramente reconstruir una identidad, al menos segmentada durante la dictadura. De ahí que se pasara de un apagón cultural a un florecer de la misma, con impulsos estatales que han permitido no solo su reconstrucción, sino que también su identificación, reconocimiento, democratización, apropiación, valoración y difusión, diversa y plural. De esta manera, esta

transversalidad de categorías patrimoniales parten el 2008 y siguen apareciendo el 2010, 2014 y 2015, evidenciando el reconocimiento amplio de las categorías patrimoniales: *pueblo originario/amerindio o americano; costumbres/tradiciones; sitios patrimoniales o tradicionales; rutas culturales y atractivos turísticos; y área o medio natural.*

Asimismo, dentro de las tesis patrimoniales, los años con mayor publicación de tesis, independiente de sus categorías son: 2003, 9,3%; 2004, 10%; 2005, 8,7%; 2006, 9,3%; 2013, 8,7%; 2014, 11%; y 2015, 11%. Estos dos últimos años, presentan los porcentajes más altos de tesis patrimoniales. En este sentido, creemos que los años con mayor desarrollo de tesis patrimoniales, podrían relacionarse a los estilos de gobierno, sus representantes e ideologías y los avances en institucionalización de la cultura y el patrimonio. Así los años 2003, 2004, 2005 y 2006, los asociamos a la gobernanza de Ricardo Lagos, mientras que el 2013 corresponde a Sebastián Piñera, y el 2014 y 2015 al gobierno de Michelle Bachelet.

Durante el gobierno de Ricardo Lagos existen cuatro años consecutivos con alta producción de tesis en patrimonio. Al respecto, pensamos que la institucionalidad cultural, tanto a nivel nacional como regional, podrían ser un impulso para la alta producción.

En la misma línea, durante el 2013 Sebastián Piñera firma el proyecto de ley del nuevo Ministerio de Cultura, un nuevo avance en la institucionalización cultural, que reúne al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes –CNA- con la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos –DIBAM- y el Consejo de Monumentos Nacionales –CMN-. Esta unión permite la autonomía presupuestaria que supone un ministerio. Sin embargo, este proyecto, a partir de ese momento, debe pasar a la Cámara Baja para empezar con los trámites legislativos correspondientes. Es así que concluye su promulgación el 13 de octubre de 2017, a través de la Ley N° 21045, que crea el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, que finalmente es publicado en el Diario Oficial el 28 de febrero de 2018. De esta ley, destacamos uno de los principios que la rigen, N° 6: “Del patrimonio cultural como bien público. Reconocer que el patrimonio cultural, en toda su diversidad y pluralidad, es un bien público que constituye un espacio de reflexión, reconocimiento, construcción y reconstrucción de las identidades y de la identidad nacional” (Ley N° 21.045, 2017, s. p.). De este modo, Chile sigue avanzando en los temas culturales y patrimoniales, mientras que el 2013, 2014 y 2015, la producción de tesis en patrimonio aumenta.

Igualmente vemos una tendencia ascendente en la publicación de tesis patrimoniales entre los años: 2000, 0% y 2003, 9,3%; también entre el 2011, 0,6% y el 2015, 11%. El primer periodo lo asociamos a las políticas de gobierno de Ricardo Lagos, en relación a la cultura y los patrimonios. Mientras que el segundo periodo lo vinculamos con un acontecimiento más particular de la Universidad de Chile en el 2010, es decir, la creación del Instituto de Historia y Patrimonio como parte de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo. Esta nueva unidad permite el estudio y valoración de creaciones tangibles, como de manifestaciones intangibles, propias de la cultura chilena y la identidad territorial.

Como consecuencia vemos que en el 2014 la Universidad de Chile concreta el libro “*Patrimonio del olvido*”, con la participación de disciplinas como el Diseño Gráfico, el Cine y Televisión, Arquitectura y Teoría e Historia del Arte. Por este medio expone aspectos patrimoniales y rescata lugares significativos de la ciudad. Este mismo año se publica el libro “*Descubriendo Santiago patrimonial*”, proyecto ganador del concurso Fondart Regional 2013 que educa y difunde sobre sitios patrimoniales del centro histórico de Santiago, con ilustraciones que interpretan estos sitios patrimoniales (Baeza, 2014). Además, como hito relevante del año 2013, agregamos el lanzamiento del libro “*Reconstrucción Patrimonial en Chile 2010 – 2012*”, editado por el CNCA, un material que permite visualizar, clasificar y poner en valor a 92 construcciones, de distintas regiones, con valor histórico, social, urbano y turístico. Mientras que en el 2012 se publica “*Pensar el patrimonio cultural desde Chile*”. En este sentido, Daniela Marsal (2012), compiladora de la obra señala que a pesar de los avances mundiales en cuanto al patrimonio cultural, Chile no se ha desarrollado de manera eficiente en la producción bibliográfica en estas materias. Aun cuando el bicentenario abrió un auge de este tipo de publicaciones, y contribuyeron los convenios de desempeño. Así las tesis de diseño son un aporte en este reconocimiento y construcción de nuestro patrimonio cultural, dejando un legado patrimonial desde la mirada de la disciplina.

Si observamos la figura N° 14, vemos como el año 2010 existe una baja en las tesis sobre *costumbres y tradiciones*: 33,3%, su porcentaje más bajo, sin contar el 2000 y 2001, ambos con un 0% por ser años en que solo se presenta una tesis, ésta en temática de *área o medio natural*. Mientras que las tesis sobre *sitios patrimoniales* tienden a subir el 2010: 22,2%, observándose un repunte, aunque no logran superar el porcentaje del 2004: 41,2%.

Este repunte podría estar vinculado a las filiaciones estructurales y a la creación del Instituto de Historia y Patrimonio, por parte de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de

la Universidad de Chile. En este sentido, remarcamos la vinculación de este Instituto con la arquitectura, la historia y el diseño, por tanto, con un mayor acercamiento con los sitios patrimoniales. Es más, el nombre de este Instituto fue cambiando a medida que las miradas del país y de la propia Universidad de Chile, sumadas a las políticas públicas, fueron proponiendo y asumiendo nuevas miradas de la cultura, la identidad y los patrimonios. De esta manera, se parte con la denominación de Instituto de Historia en 1952; luego como Instituto de Historia y Teoría de la Arquitectura, 1965; Departamento de Patrimonio Arquitectónico, 1979; Departamento de Historia de la Arquitectura, 1981; Departamento de Historia y Teoría de la Arquitectura, 1984; y finalmente en el 2009 como Instituto de Historia y Patrimonio -IHP.

Así, la reapertura de la carrera de diseño en 1996 y su posterior independencia de Arquitectura, en principio a través de la Escuela de Diseño -en el 2003, según Decreto Exento N° 009879- y luego en el 2010 mediante la implementación de cuatro departamentos: Arquitectura, Diseño, Geografía y Urbanismo -Decreto exento N° 0020567, permiten que la carrera de Diseño logre la autonomía del Departamento de Diseño Arquitectónico, mientras que a la vez el diseño se nutre de lenguajes arquitectónicos, históricos e urbanísticos. Esta nueva unidad pasa a llamarse Escuela de Pregrado y mantiene vigente -en su conformación- al Instituto de la Vivienda -INVI-. Las aperturas institucionales y las nuevas estructuras permiten que la carrera de Diseño -en sus inicios- se nutra del Instituto de Historia y Teoría de la Arquitectura, 1965, así como del Departamento de Patrimonio Arquitectónico, 1979. Sin embargo, su cierre forzado en 1980, causa una vinculación más tardía -1996, como año de reapertura de la carrera- con el Departamento de Historia y Teoría de la Arquitectura, 1984. Asimismo su reapertura y permanencia como carrera hasta la actualidad, le permiten nutrirse del Instituto de Historia y Patrimonio, 2009, así como sin duda de las disciplinas de Arquitectura, Geografía y Urbanismo. Entendemos que el desarrollo aumentado de tesis en *sitios patrimoniales* para el 2010, podrían entenderse por estas hibridaciones disciplinares y miradas de un diseño que observa su contexto, destaca y comprende la importancia de los sitios que entregan identidad a su nación.

Asimismo, y en relación a la recuperación del *patrimonio cultural arquitectónico*, durante el gobierno de Sebastián Piñera: 2010-2014, se restauran edificios patrimoniales afectados en el sismo del 2010. Se instituyeron programas de apoyo a la internacionalización cultural, en las áreas audiovisuales, musicales y del libro. Se continúa con el Plan de Infraestructura

Cultural, iniciado durante el primer gobierno de Bachelet, y se concretan veinticuatro centros culturales. Además se agrega la construcción y/o restauración de cinco teatros regionales, asociados al programa RedCultura (Observatorio de Políticas Culturales, 2014). Estas iniciativas ponen el acento en los patrimonios arquitectónicos, siendo un incentivo para las propuestas de tesis en *sitios patrimoniales*.

4.1.5. Orientación temática específica de cada categoría patrimonial

A través del análisis de los títulos, de las 172 tesis de diseño gráfico, orientadas al patrimonio, hemos determinado cinco grandes categorías para las temáticas patrimoniales. Es así que mostraremos el análisis de cada una de estas grandes categorías: a) *Pueblo originario/Amerindio o Americano*; b) *Costumbres y tradiciones*; c) *Sitios patrimoniales*; d) *Rutas culturales y atractivos turísticos*; y e) *Área o medio natural*. De tal modo visibilizamos las temáticas específicas en cada una de estas categorías:

a) Pueblos originarios

La tabla N° 23 nos señala el 12% de tesis orientadas a la temática de *pueblo originario/amerindio o americano*. Esta información se ha desagregado porcentualmente según la orientación específica de la temática. En este sentido, las orientaciones específicas vislumbradas en los proyectos son: *Mapuche*; *Atacameño*; *Originarios*; *Diaguita*; *Rapanui*; *Selk'nam*; *Interculturalidad*; *Precolombinos*; *Aymara*; y *Kawésqar*. Luego se ilustra esta información a través de la figura N° 19, el que muestra los porcentajes de tesis en la temática de *pueblo originario/amerindio o americano*, desagregada en sus temáticas específicas.

Tabla N° 23:

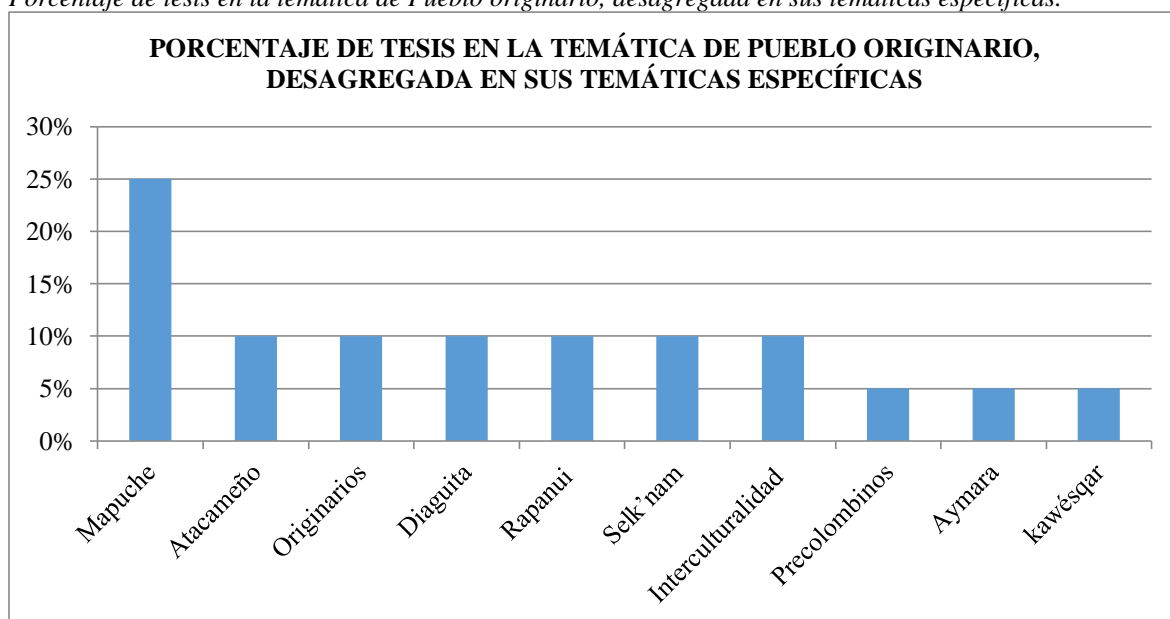
Porcentaje de tesis en la temática de Pueblo originario/ Amerindio o Americano, desagregada en sus temáticas específicas.

ORIENTACIÓN PATRIMONIAL ESPECÍFICA DE PUEBLO ORIGINARIO/ AMERINDIO O AMERICANO				
Orientación de temática patrimonial	% Presencia de la categoría	Orientación específica de la temática patrimonial	% Presencia de la subcategoría	N° de casos
Pueblo originario/ Amerindio o Americano	12%	Mapuche	25%	5
		Atacameño	10%	2
		Originarios	10%	2
		Diaguita	10%	2
		Rapanui	10%	2
		Selk'nam	10%	2
		Interculturalidad	10%	2
		Precolombinos	5%	1
		Aymara	5%	1
		kawésqar	5%	1
Totales			100%	20

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 19:

Porcentaje de tesis en la temática de Pueblo originario, desagregada en sus temáticas específicas.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis sobre la orientación temática de Pueblos originarios

El análisis de la tabla N° 23 y la figura N° 19, que muestran la categoría de *Pueblo originario*, desagregada porcentualmente en sus temáticas específicas o subcategorías, nos arroja lo siguiente: La subcategoría que muestra el porcentaje más alto es la *Mapuche*, con un 25%, mientras que el porcentaje más bajo se comparte entre las subcategorías

Precolombinos, Aymara y Kawésqar con un 5%. Creemos que esta atención particular hacia la cultura Mapuche tiene que ver, primeramente, con que la nación chilena, en sí, se define como una comunidad que proviene del mestizaje entre el español con el Mapuche (Bengoa, 2000). Aunque para el investigador Carlos Aldunate, es el Estado de Chile, quien forja lo que entendemos por *nacionalidad chilena*, lo que supone:

(...) una larga y ardua labor educacional y cultural que, si bien fue muy exitosa en este propósito, inevitablemente se hizo a expensas de la diversidad cultural, amagada y sepultada bajo el peso de los símbolos, la lengua, las expresiones religiosas, los bailes, la cultura culinaria, las vestimentas impuestas. Sobre todo esto se asentó en la historia *oficial* intentando borrar las diferencias culturales y regionales que existían en el país (Aldunate, 2012, p.11).

En este sentido, Chile de alguna manera descuido parte de sus costumbres y tradiciones, tan propias de un país con diversidad cultural. Esto con la intención de concretar una identidad cultural nacional homogénea. Aunque una vez concretado este fin -el de la *nacionalidad chilena*-, ha puesto sus esfuerzos en rescatar estas culturas postergadas o invisibilizadas por *la oficial*. Sin embargo, la identidad chilena no es algo tan claro, o se aleja de un consenso absoluto. Silva (2008), nos advierte que la identidad es “dinámica y cambiante, refiere tanto a lo que hemos sido como a lo que somos, y aún más a lo que queremos ser” (Silva, 2008, s. p). Entonces, existen variadas interpretaciones de la misma, abordadas desde “(...) la versión militar-racial, la versión psicosocial, la versión hispanista, la versión de la cultura popular, la versión católica esencialista y también la crítica, y por último la versión empresarial o neoliberal” (Larraín, 2001, pp. 479-480). De alguna manera, Chile ha forjado su identidad en contextos de dinamismos y de cambio, con miradas estatales, pero también con las particularidades de cada gobierno en su visión frente a la cultura y lo considerado *chileno*.

Antes de profundizar en las etnias o pueblos con mayor presencia en las tesis, es preciso mencionar a los nueve pueblos originarios reconocidos actualmente por el Estado chileno: Aymara, Quechua, Atacameño, Colla, Diaguita, Rapa Nui, Mapuche, Yagán y Kaweskar. Esto según la Ley Indígena N° 19.253. De estas nueve etnias, seis son contempladas en las tesis: Aymara, Atacameño, Diaguita, Rapa Nui, Mapuche y Kaweskar, a las que se agregan cuatro categorías más: Originarios, Selk’nam, interculturalidad y precolombinos.

Cada pueblo originario es poseedor de una rica cultura y de terrenos nacionales que los posicionan e identifican. La investigación de Díaz, Ruz y Galdámez (2008): *Población*

andina de las provincias de Arica y Tarapacá: el censo inédito de 1866, es un estudio de las poblaciones andinas de una región específica, y nos dan una postura interesante sobre las mutaciones de los pueblos andinos de las provincias de Arica y Tarapacá. Estos pueblos han modificado su propia identidad, en un acomodo con distintas filiaciones como *incas, españoles, peruanos y chilenos*. Esto se modifica al observar otros sectores del territorio nacional con otras filiaciones.

El censo de 2002 nos grafica los valores que componen la población indígena del país, con los siguientes datos expresados en la tabla N° 24, comparados con los porcentajes de presencia en las tesis. Además, señalamos que en el 2002 la Población indígena –PI- era de 692.192, mientras que la Población no indígena -PNI- era de 14.424.243, conformando una Población total -PT- de 15.116.435. Basándonos en estos datos, la población indígena en el 2002 era un 4.58% de la población total del país.

Tabla N° 24:

Valores que componen la población indígena del país comparados con los porcentajes de presencia en las tesis.

POBLACIÓN INDÍGENA DEL PAÍS (CENSO 2002), COMPARADOS CON LOS PORCENTAJES DE PRESENCIA EN LAS TESIS				
Etnia	N° Población	% en base a población indígena	% en base a población total	Presencia en tesis (%)
Mapuche	604.349	87%	4 %	25%
Aymara	48.501	7%	0,32%	5%
Atacameño	21.015	3%	0,14%	10%
Quechua	6.175	1%	0,04%	0%
Rapa Nui	4.647	0,7%	0,03%	10%
Colla	3.198	0,5%	0,02%	0%
Alacalufe	2.622	0,4%	0,02%	0%
Yámana	1.685	0,2%	0,01%	0%
Totales	692.192	100%	4,58 %	50%

Fuente: CENSO 2002. Elaboración propia.

Según los datos de la tabla N° 24, la etnia que presenta un mayor número de población: Mapuche, coincide con la temática de pueblo originario más abordada en las tesis en estudio. Al respecto, es preciso mencionar que la distribución de mapuches en regiones, según el Censo 2002, señala que la Región Metropolitana presenta un 30,3% de la población mapuche del país, siendo solo superada por la IX Región de la Araucanía, con un 33,6%. Considerando que la Universidad de Chile se encuentra en la Región Metropolitana, es muy posible que esta alta presencia de población mapuche en esta región, haya sido un aliciente en el alto abordaje de esta temática étnica en las tesis.

Mientras que la etnia Aymara, que es la segunda en representatividad en el país, presenta un nivel bajo de presencia en las tesis, tal vez por la ubicación de este pueblo más alejada de la capital, Santiago, específicamente en las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá y Antofagasta, es decir, el Norte Grande chileno.

Díaz, Ruz y Galdámez (2013) en su investigación sobre las fiestas religiosas de la zona norte, definen un *Calendario de celebraciones religiosas del norte de Chile*. Su propio recorte, nos da una idea de la segmentación territorial de las etnias, al igual que sus migraciones a ciudades cercanas, que amplían su representatividad en ciertos territorios de Chile. Mientras que en los flujos migratorios, las etnias, como las del norte del país, son identificadas por ciudades y comunas cercanas. Estos autores nos señalan al respecto que “desde mediados del siglo XX la comunidad andina ha experimentado flujos migratorios hacia ciudades nortinas como Arica, Iquique, Calama, Antofagasta y en las últimas décadas Alto Hospicio” (Díaz, Ruz y Galdámez, 2013, p.25). Es lógico, un mayor reconocimiento de ellas en el norte grande chileno y uno menor en el centro y sur de Chile, donde la etnia Mapuche es más representativa en población y flujos migratorios a la capital y ciudades cercanas.

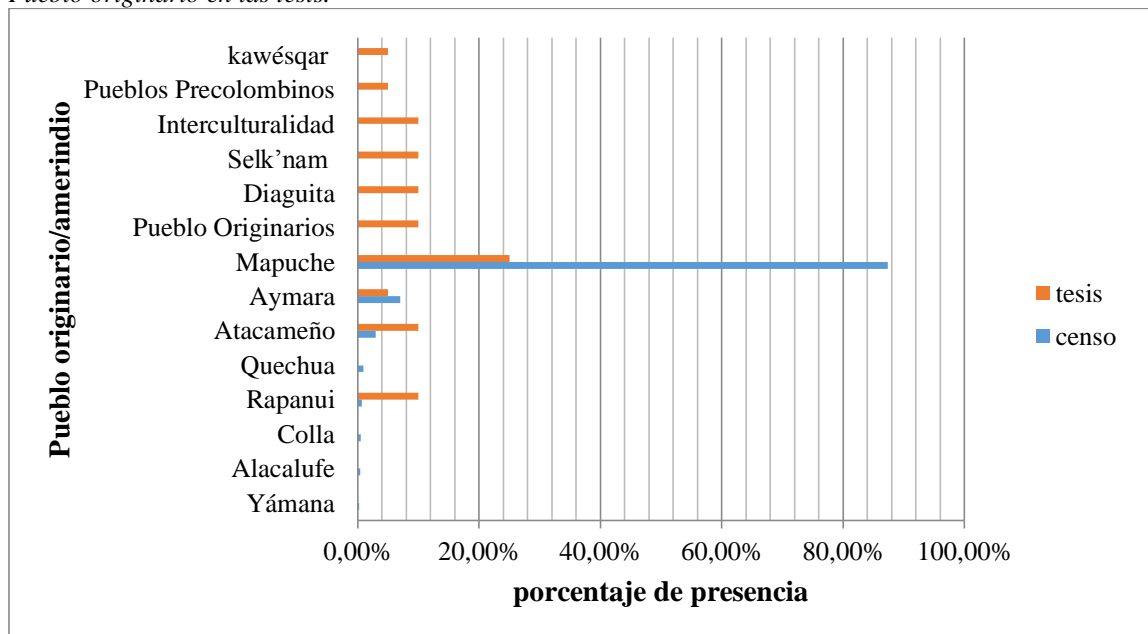
El censo de 1992, en relación a la pertenencia a alguna cultura –autoidentificación- solo contemplo a tres etnias de las reconocidas en la actualidad: Mapuche, Aymara, Rapanui. Mientras que el censo del año 2002, en relación a la adscripción étnica de la población de Chile a uno de los ocho pueblos considerados en el instrumento censal, señalan que un 4,6% de la población dijeron pertenecer a alguna etnia. En cambio, el 95,4%, declara no pertenecer a ninguna. Asimismo, la distribución de la población indígena chilena según su pertenencia étnica para el 2002 arrojaba: 87,3% para el pueblo Mapuche; 7% Aymara; 3% Atacameño; 0,9% Quechua; 0,7% Rapanui; 0,5% Colla; 0,4 Alacalufe; y 0,2% Yámana.

En relación a los datos del censo 2002 notamos que de las ocho etnias consideradas, las tesis de diseño solo contemplan cuatro: Mapuche con 25%, Atacameño, 10%; Rapanui, 10%; y Aymara con 5%. Estas etnias además son coincidentes con los porcentajes más altos del censo, es decir las con mayor presencia a nivel nacional. Asimismo, las tesis no contemplan a las etnias Quechua, Colla, Alacalufe y Yámana, pero consideran a otras no mencionadas en el censo: Diaguitas, Selk’nam, Kawésqar, Pueblos Originarios, Pueblos Precolombinos e Interculturalidad. Al respecto, es importante señalar que es recién en el 2006 que el pueblo Diaguita es reconocido como originario del país. Para poder visualizar mejor los datos

indicados, expondremos esta información en el gráfico de la figura N° 20, que cruza los datos del censo 2002 con los datos extraídos de las tesis para esta categoría.

Figura N° 20:

Cruce de datos entre identificación del chileno con alguna etnia según Censo 2002 y presencia de la categoría Pueblo originario en las tesis.



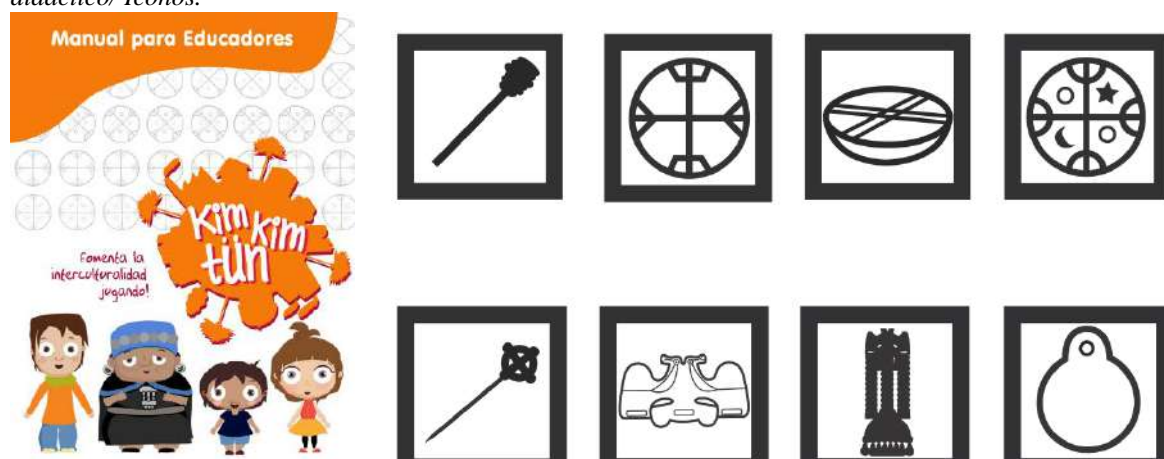
Fuente: Elaboración propia.

Al visualizar los datos de la figura N° 20, es posible comprender la superioridad porcentual de las tesis en la etnia Mapuche, pues sin duda Chile presenta una mayor identificación con este pueblo, según las cifras entregadas. Además, consideramos que esta adhesión de las tesis hacia la cultura Mapuche, también tiene que ver con la bandera de lucha que este pueblo ha dado por mantener sus tierras, cultura y tradiciones. Situación que ha permitido su visibilización en textos, diarios y noticieros, entre otros. Así lo refleja Barrientos (2015) en su cronología aproximada de la cultura Mapuche, al señalar que entre los años 2006 y 2015 el pueblo Mapuche en Chile invoca la recuperación de tierras ancestrales, recurriendo a diversos medios. Sus resistencias han sido varias, partiendo por los conquistadores incas, luego españoles y por último al gobierno republicano chileno (Bengoa, 2000). Por otro lado los datos del censo 2002, señalan que en Santiago habitan 182.963 Mapuches, es decir, un 30,37% de la población nacional Mapuche en el país: 604.349 personas. Asimismo, esta población es la segunda de mayor importancia en la Región Metropolitana.

Un ejemplo de la visibilización de los pueblos originarios en las tesis de diseño lo encontramos en el proyecto titulado “*Kimkimtun: material didáctico para fomento de la interculturalidad en la región metropolitana*”. Veamos la figura N° 21, desde donde la cultura Mapuche y sus tradiciones se destacan.

Figura N° 21:

Ejemplo de pueblos originarios/interculturalidad, presentes en las tesis de diseño. Portada de material didáctico/ Iconos.



Fuente: Torreblanca, T. (2012). “*Kimkimtun: material didáctico para fomento de la interculturalidad en la región metropolitana*”. Tesis Escuela de Diseño, U. de Chile, p.175 y 207.

Además, la Universidad de Chile y la propia Facultad de Arquitectura de esta institución, han puesto su mirada en los temas étnicos a través de diversos proyectos. Así destacamos en el año 2012: *Proyecto para familias mapuche*, el que permitió a la Facultad relacionarse con esta cultura no solo apoyando a estas comunidades, sino que además llevando esta experiencia a la facultad, transfiriendo la sabiduría y cosmovisión del pueblo mapuche. En definitiva, el contexto país, el de Santiago y el de la Universidad de Chile, a través de la Facultad de Arquitectura, han propiciado el trabajo con las distintas etnias, destacándose por su mayoritaria población el pueblo mapuche.

b) Costumbres y tradiciones

La tabla N° 25 nos muestra un 58% de tesis orientadas a la temática de *Costumbres y tradiciones*, siendo la categoría con mayor presencia. Esta información se ha desagregado porcentualmente según la orientación específica de la temática. En este sentido, las orientaciones específicas o subcategorías vislumbradas en los proyectos son: *Manifestación -Grafica, plástica, musical, etc.*; *Tradición oral*; *Identidad popular, urbana o chilena*;

Personajes o tesoros humanos; Modos de hacer; Histórico grafico-fotográfico; Hito o periodo histórico; Prácticas y usos de la vida social; Formas de expresión en el habla; y Festividades. Se ilustra esta información en la figura N° 22, la que muestra los porcentajes de tesis en la temática de *Costumbres y tradiciones*, desagregada en sus temáticas específicas.

Tabla N° 25:

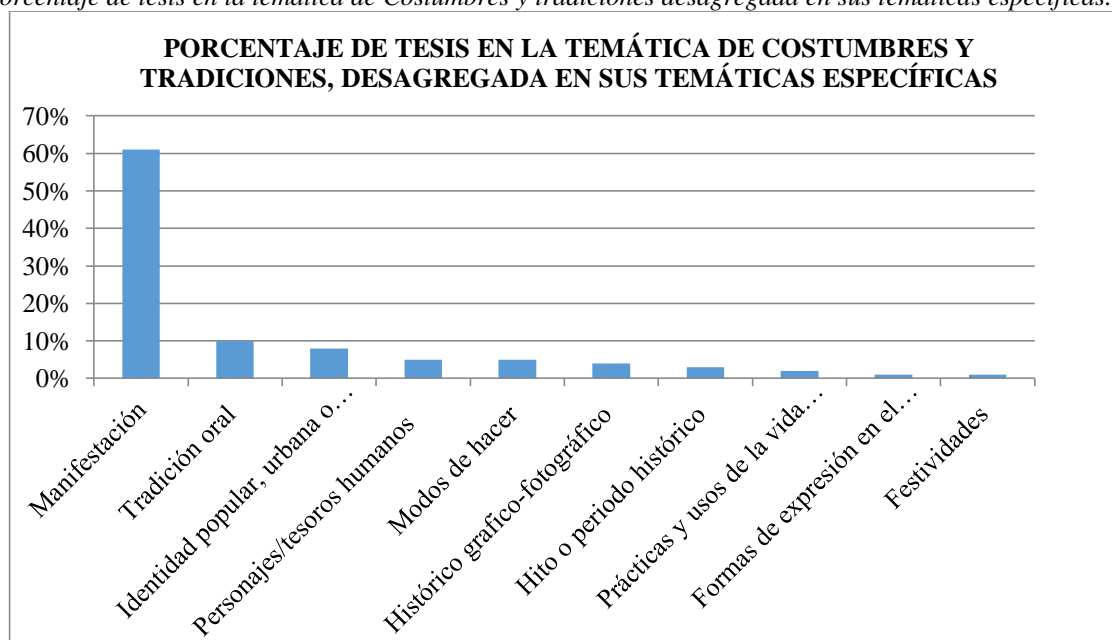
Porcentaje de tesis en la temática de costumbres y tradiciones, desagregada en sus temáticas específicas.

ORIENTACIÓN PATRIMONIAL ESPECÍFICA DE COSTUMBRES Y TRADICIONES.				
Orientación de temática patrimonial	% Presencia de categoría	Orientación específica de la temática patrimonial	% Presencia de la subcategoría	N° de casos
Costumbres y tradiciones	58%	Manifestación (Grafica, plástica, musical, escénica, textil, urbana, literaria, lúdicas, artesanal y danza)	61%	62
		Tradición oral	10%	10
		Identidad popular, urbana o chilena	8%	8
		Personajes o tesoros humanos	5%	5
		Modos de hacer	5%	5
		Histórico grafico-fotográfico	4%	4
		Hito o periodo histórico	3%	3
		Prácticas y usos de la vida social	2%	2
		Formas de expresión en el habla	1%	1
		Festividades	1%	1
Totales			100%	101

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 22:

Porcentaje de tesis en la temática de Costumbres y tradiciones desagregada en sus temáticas específicas.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión de sobre la orientación temática de costumbre y tradiciones

El análisis de la tabla N° 25 y la figura N° 22, que muestran la categoría de *Costumbres y tradiciones* desagregada porcentualmente en sus temáticas específicas o subcategorías, nos arroja lo siguiente:

La subcategoría que muestra el porcentaje más alto es la de *Manifestación*, con un 61%, seguida por la subcategoría de *Tradición oral* con un 10% y la subcategoría de *Identidad popular, urbana o chilena* con un 8%. Mientras que el porcentaje más bajo se comparte entre las subcategorías *Formas de expresión en el habla* y *Festividades*, ambas con un 1%.

Si bien antiguamente el concepto de patrimonio cultural estaba ligado exclusivamente a monumentos, hoy ese concepto se ha ampliado a otras y nuevas categorías: intangible, etnográfico, entre otras. De este modo, su interés se ha extendido “a las artes de la representación, lenguas y música tradicional, así como a los sistemas filosóficos, espirituales y de información que constituyen el marco de dichas creaciones” (Servicio Nacional del Patrimonio Cultural, s.f, s.p). Asimismo, el patrimonio cultural inmaterial, según el texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, en su Artículo 2, no solo es transmitido de generación en generación sino que además:

(...) es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. (SIGPA, s. f., s. p.)

Estos nuevos intereses han permitido una diversificación de los patrimonios. Así las *costumbres y las tradiciones*, como categoría patrimonial, hoy incluyen a diversas expresiones. En este sentido las *manifestaciones* -que hemos considerado como subcategoría de las costumbres y tradiciones- se dejan ver en la disciplina del diseño como de alto interés. Esta subcategoría engloba manifestaciones de tipo: gráficas, plásticas, musicales, escénicas, textiles, urbanas, literarias, lúdicas, artesanales y de danza, las que se encuentran en las experiencias cotidianas como un acervo cultural cercano y conocido. Creemos que esta cercanía y reconocimiento, por este tipo de expresiones, generan una apropiación más significativa en los individuos. Esto permite que el estudiante de diseño traiga consigo ya un bagaje significativo de manifestaciones, con las que ha lidiado durante sus experiencias de vida previas. En este sentido, el diseño gráfico se vale del patrimonio cultural para poder

crear algo nuevo, es decir, el patrimonio se transforma en premisas a partir de las cuales se pueden desarrollar nuevas argumentaciones. De ahí que el diseñador busca entre los distintos lugares o tópicos para poder enriquecer sus procesos de creación discursiva (Palacios y Rivera, 2008).

A pesar de lo expuesto, el *aprendizaje ostensivo* –es decir, a través de la experiencia se aprende el significado de un término, señalando ejemplos del entorno- tiende a no considerarse, pues jerárquicamente se supone más importante al aprendizaje que es movido por la *razón* o por la adquisición de reglas y definiciones. Sin embargo, para Barnes (1982) basado en Kuhn, estos procesos de ostensión son los que en definitiva permiten la adquisición del conocimiento, por su superioridad práctica al aprendizaje por reglas y definiciones. De este modo, las *manifestaciones*, se transforman en *aprendizaje ostensivo*, los que sumados a los intereses del país, de la institución, la disciplina y los propios docentes, permiten encausar estos conocimientos y transformarlos en preferencias, a través de la construcción de significados y sentidos.

Por otro lado, Chile a partir del año 2008 se suscribe a la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, la cual es ratificada por el Congreso Nacional en enero de 2009 (SIGPA, s. f.). Esta categoría contempla a las *costumbres y tradiciones* y con ello a las subcategorías vislumbradas en las tesis de diseño. Se debe considerar que si bien las *Manifestaciones* se llevan el 61% de las *Costumbres y tradiciones* trabajadas en las tesis, la *Tradición oral*, 10%; y la *Identidad popular, urbana o chilena*, 8%, como segunda y tercera mayoría, también pueden explicarse desde los acercamientos previos a estas expresiones. Así, la tradición oral, entendida como una expresión cultural transmitida de una generación a otra, con la intención de divulgar experiencias y conocimientos, comienza a trabajarse desde la época escolar, a través de cuentos, adivinanzas, canciones, refranes, mitos y leyendas, los que vienen difundiéndose con fuerza en los textos y educación escolar.

Un ejemplo de costumbres y tradiciones, en la categoría de una *Tradición oral*, trabajados desde la perspectiva del diseño, lo encontramos dentro de las tesis analizadas. Específicamente destacamos, para ejemplificar, la tesis titulada “*Relatos interactivos de Chiloé: Reforzando la enseñanza sobre los relatos orales en alumnos del nivel NB2. A través de un comic interactivo*”. Observemos las figuras N° 23 y N° 24.

Figura N° 23:

Ejemplo de costumbres y tradiciones subcategoría: tradición oral, presente en las tesis de diseño. Proceso de icono correspondiente al ítem de fervor religioso.



Fuente: Moreno, A. (2008). *Relatos interactivos de Chiloé: Reforzando la enseñanza sobre los relatos orales en alumnos del nivel NB2. A través de un comic interactivo.* Tesis Diseño, Universidad de Chile, p.77.

Figura N° 24:

Ejemplo de costumbres y tradiciones subcategoría: tradición oral, presente en las tesis de diseño. Estudio de personajes y vestimentas.



Fuente: Moreno, A. (2008). *Relatos interactivos de Chiloé: Reforzando la enseñanza sobre los relatos orales en alumnos del nivel NB2. A través de un comic interactivo* Tesis Diseño, Universidad de Chile, p.68.

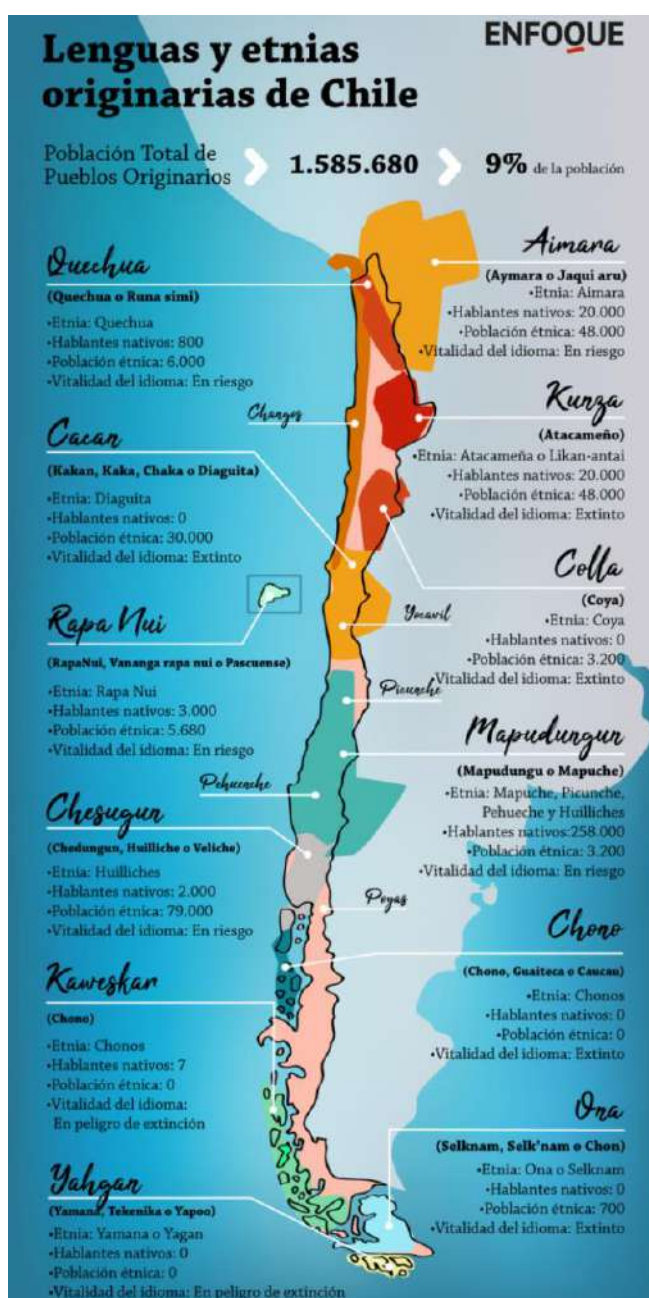
Luego, al observar los porcentajes más bajos en cuanto a presencia de *costumbres y tradiciones* en las tesis, destacamos a: *Formas de expresión en el habla y Festividades*, ambas con un 1%. En relación a la primera, diremos que cada pueblo posee su propia forma de hablar, no solo el idioma o lenguaje que los identifica, sino que además expresiones, usos, giros o deformaciones típicas de la propia lengua. Incluso en muchas ocasiones sin un reconocimiento oficial de la Real Academia Española o diccionarios vigentes. Sumado a lo dicho, están además las distintas lenguas que cada país identifica como propias de su identidad o ancestrales y que conviven en un mismo marco espacial, pero que en ocasiones arriesgan su desaparición por las hegemonías lingüísticas de cada territorio y el poco resguardo que se tiene para con ellas.

Dicho esto, Chile recién durante el gobierno de Michelle Bachelet, 2006-2010, específicamente en el año 2009, oficializa un Marco Curricular -Decreto Supremo de Educación N° 280-, para su sistema educativo. En este documento se definen los *Objetivos Fundamentales y Contenidos Mínimos Obligatorios para el Sector de Lengua Indígena*. En este sentido el Ministerio de Educación (2018) señala que:

Este sector de aprendizaje constituyó un primer avance en la inclusión de la enseñanza de las lenguas indígenas como una asignatura en el currículum nacional, y se encuentra actualmente en implementación de 1° a 8° año básico, con planes y programas de estudio para cuatro lenguas: mapuzugun, aymara, quechua y rapanui (Ministerio de Educación, 2018, p.3)

Del texto citado, destacamos que si bien Chile, a través de la Ley Indígena, reconoce la existencia de nueve etnias originarias, solo fomenta el uso de cuatro. En efecto, en Chile existen las lenguas vitales y las que están en peligro de extinción. Las vitales poseen un mayor fomento, a la vez que una mayor población: mapudugun y aymara. Así el mapudugun, el aymará y el rapanui, son consideradas como vitales, mientras que las lenguas chesungun y el quechua corren peligro. Asimismo las lenguas kaweskar y yagán, estarían casi extinta. Y el kunza, el kakán, el colla, el chono y el selk'nam, serían lenguas ya extintas (Marino, 2018). Observemos la figura N° 25, que ilustra y resume, mediante un mapa infográfico, las lenguas ancestrales de Chile, identificando la cantidad de hablantes nativos, la población étnica y la vitalidad del idioma.

Figura N° 25:
 Mapa infográfico de las lenguas ancestrales de Chile.



Fuente: Marino (2018, s. p.).

A pesar del uso generalizado de la escritura, la oralidad no desaparece, en su función de transmitir memorias y saberes *arcaicos, familiares y sociales*. “Ello explica, muchas veces, que la educación formal se estrelle con lo “aprendido” oral y gestualmente por los(as) estudiantes en sus hogares, barrios, localidades” (Montecino, 2007, p. 24). Sin embargo, el poco uso de las lenguas ancestrales, fuera de los pueblos originarios, además de otras causas, hace que estas comiencen a desaparecer.

La situación de pérdidas paulatinas en las lenguas ancestrales de Chile, podría explicar la falta de interés o desconocimiento, por asumir estas temáticas en las tesis. Es más, el investigador, coordinador y académico de la cátedra indígena de la Universidad de Chile, Claudio Millacura, en una entrevista a revista *Enfoque*, señala que Chile está haciendo muy poco por evitar la pérdida de estas lenguas, aunque reconoce al Programa de Educación Intercultural Bilingüe creado por Ministerio de Educación. Pero agrega que ni CONADI ni el Mineduc centran su quehacer en el fortalecimiento de las lenguas indígenas (Marino, 2018). Estas carencias institucionales y políticas, podrían haber acarreado una falta de apropiación de estas lenguas y una pérdida de identificación como cultura chilena. Sin embargo, a la vez vemos que, esta problemática social del país, podría transformarse en una oportunidad de abordaje desde las competencias comunicativas y de difusión del diseño como disciplina. Por el momento es una temática emergente con solo un 1% de presencia.

Igualmente, destacamos otro avance de Chile por resguardar o revitalizar estas lenguas. Durante el 2010, se crea el Consejo Lingüístico Kunza, mientras que por el lado indígena surgen academias de la lengua Mapuche o Aymara (Gundermann, 2013). Aun así, siguen siendo escasos los avances en estas materias, mientras los representantes de las etnias originarias van desapareciendo junto con sus lenguas y tradiciones.

Del mismo modo, la subcategoría de *Festividades*, es catalogada como de baja presencia en las tesis: 1%. Al respecto, pensamos que la geografía del país, específicamente lo largo del territorio -8000 kilómetros de longitud de norte al polo sur- ha sido determinante a la hora de forjar la identidad de Chile, a la vez que admite una gran variedad de costumbres. De este modo, vemos que cada localidad va aportando con diversas celebraciones o festividades, que no necesariamente son identificadas por toda la comunidad chilena. El texto de Díaz, Ruz y Galdámez (2013) titulado “*De fiesta en fiesta, calendario de celebraciones religiosas del norte de Chile*”, es el resultado de una investigación que, entre otros aportes, permite ejemplificar la especificidad geográfica que adquieren las temáticas de los pueblos originarios y sus costumbres/tradiciones, en este caso particular de celebraciones religiosas del norte de Chile.

Destacamos las más difundidas y su zona geográfica, así algunas de las *Festividades* más populares y reconocidas dentro de las *Costumbres y tradiciones* de Chile son: Fiestas Patrias -Independencia Nacional, Primera Junta Nacional de Gobierno-; El Carnaval Andino Internacional con la Fuerza del Sol en Arica; Fiesta de la Vendimia en la zona central; Fiesta

de Cuasimodo, áreas rurales de la zona central y Región Metropolitana; Fiesta de La Tirana en la Región de Tarapacá; Fiesta de la Virgen de Andacollo en Región de Coquimbo; Fiesta Tapati en Rapa Nui o Isla de Pascua; Fiesta de Reyes o Pascua de Negros en Región de Tarapacá; Fiesta del enfloramiento del ganado, al interior de los pueblos aymaras; Virgen de Guadalupe de Ayquina en la Región de Antofagasta; San Francisco en Chiu-Chiu y Calama; La Candelaria en la Región de Atacama, Región del Maule y Región de Los Lagos; San Pedro en la Región de Valparaíso; Fiesta de la Virgen del Carmen en Región Metropolitana; Santa Rosa de Pelequén en Región del Libertador Bernardo O'Higgins; San Sebastián de Yumbel en Región del Bio-Bio; San Sebastián en Región de la Araucanía; y Carnaval de Invierno en Región del General Carlos Ibáñez del Campo, entre otras.

Si bien algunas festividades se dan en más de un sector o región, la interpretación de la misma presenta matices según el lugar. Efectivamente, Díaz, Ruz y Galdames (2013) advierten la existencia de variantes regionales, locales e históricas, apreciando en ellas a la tradición católica reinterpretada, en cada comunidad donde se reproduce. Los investigadores se ubican específicamente en las festividades religiosas andinas en el norte de Chile.

Lo largo del territorio, su diversidad geográfica y cultural, sumada a la gran cantidad de festividades, celebraciones o carnavales que ofrecen cada región, en su repertorio de costumbres y tradiciones, ha impedido un bagaje manejable o abordable en las tesis de diseño. Esto explicaría su baja presencia.

c) Sitios patrimoniales

La tabla N° 26 nos señala el 16% de tesis orientadas a la temática de *Sitios patrimoniales*. Esta información se ha desagregado porcentualmente según la orientación específica de la temática *Sitios patrimoniales*. En este sentido, las orientaciones específicas vislumbradas en los proyectos son: *Espacio de práctica cultural; Monumentos o Sitios históricos; Conjuntos o sitio arquitectónico/s Histórico; Sitios tradicionales; Ferias; y Mercados*. Se ilustra esta información a través de la figura N° 26, que muestra los porcentajes de tesis en la temática de *Sitios patrimoniales*, desagregada en sus temáticas específicas.

Tabla N° 26:

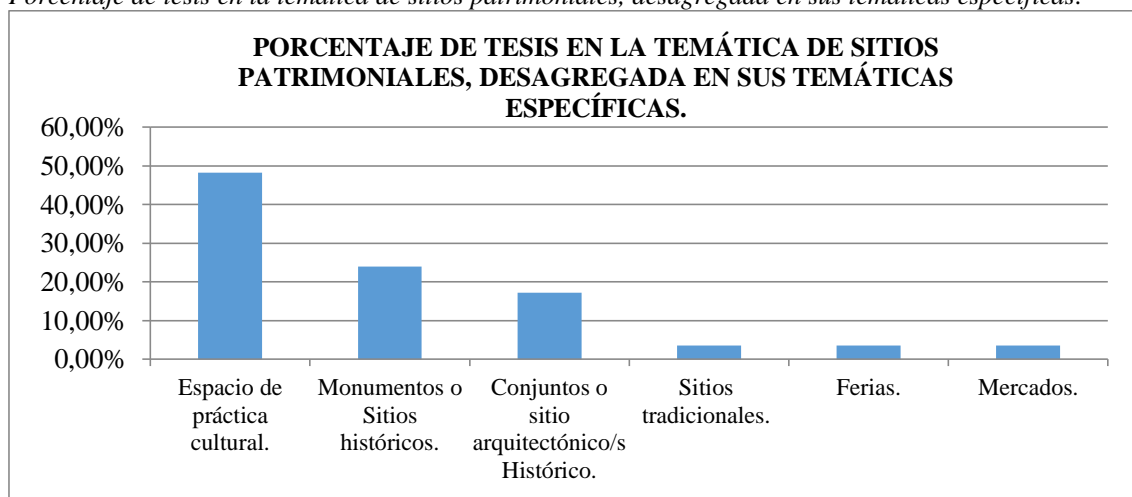
Porcentaje de tesis en la temática sitios patrimoniales desagregada en sus temáticas específicas.

ORIENTACIÓN PATRIMONIAL ESPECÍFICA DE SITIOS PATRIMONIALES.				
Orientación patrimonial	% Presencia categoría	Orientación específica de la temática patrimonial	% Presencia subcategoría	N° de casos
Sitios patrimoniales	16%	Espacio de práctica cultural	48,3%	14
		Monumentos o sitios históricos	24%	7
		Conjuntos o sitio arquitectónico/s histórico	17,2%	5
		Sitios tradicionales	3,5%	1
		Ferias	3,5%	1
		Mercados	3,5%	1
Totales			100%	29

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 26:

Porcentaje de tesis en la temática de sitios patrimoniales, desagregada en sus temáticas específicas.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión sobre la orientación temática de sitios patrimoniales

El análisis de la tabla N° 26 y la figura N° 26, que muestran la categoría de *Sitios patrimoniales*, desagregada porcentualmente en sus temáticas específicas o subcategorías, nos arroja lo siguiente:

La subcategoría que muestra el porcentaje más alto es la de un *Espacio de práctica cultural* con un 48,3%, seguida por la subcategoría de *Monumentos o Sitios históricos* con un 24%. Mientras que el porcentaje más bajo se comparte entre las subcategorías *Sitios tradicionales*; y *Ferias* y *Mercados*, cada una con un 3,5%.

En relación a los *Espacios de práctica cultural*, es preciso señalar que una vez iniciado el gobierno de Ricardo Lagos, se produce un desarrollo de infraestructura inédito y necesario,

así para el año 2000: “se crea la Comisión de Infraestructura Cultural con el fin de crear y recuperar los espacios culturales con un plan de ejecución al 2003, año en que se crea el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes” (Hernández, 2015, p.2). Asimismo, el CNCA - a través del Proyecto Espacios Culturales de Chile. Catastro de Infraestructura Cultural, 2010- en relación a la definición de espacios culturales, señala que estos son: “Bienes inmuebles utilizados para las prácticas artísticas y culturales que van más allá de los especialmente construidos o habilitados. Por ejemplo, salones de edificios municipales, espacios para el deporte y la cultura (gimnasios), anfiteatros abiertos, entre otras” (Hernández, 2015, p.42).

En este sentido, para el análisis de los *Espacio de práctica cultural* que alcanzan un 48,3%, siendo la primera mayoría como sitio patrimonial, tomamos la clasificación propuesta por Hernández (2015). Su propuesta plantea “un sistema de clasificación e indicadores de acondicionamiento para los espacios e infraestructuras culturales del país, que ordene y actualice la información cultural en la materia” (Hernández, 2015, p.5). Este autor identifica ocho áreas en el ámbito artístico-cultural y patrimonial, las cuales poseen espacios de práctica cultural, que el autor llama como *dominios*: Artes visuales; Artes escénicas; Artes musicales; Artesanía; Artes literarias, Libros y prensa; Medios audiovisuales e interactivos; Arquitectura, Diseño; Patrimonio; y Servicios creativos.

A su vez cada área cultural o dominio presenta espacios de practica cultural de distinto tipo, el autor las llama fases del ciclo cultural, con sus respectivos ciclos: *De interpretación* -Investigación; Formación; Creación; y Producción-; *De puesta en valor* -Difusión y distribución; *de puesta en uso* -comercialización, exposición/exhibición, conservación/restauración-; *De apropiación*; y *de Consumo*. De las ocho áreas del ámbito artístico-cultural y patrimonial ya mencionadas, tomaremos solo al patrimonio y sus espacios culturales, expresados en la tabla N° 27.

Tabla N° 27:

Fragmento de la tabla de análisis binomial de dominio y ciclo en el ámbito artístico-cultural y patrimonial. Ámbito patrimonio, sus fases, ciclos y tipos de espacio cultural.

FASES DEL CICLO CULTURAL									
Interpretación				Puesta en valor	Puesta en uso			Apropiación	Consumo
CICLOS									
Investigación	Formación	Creación	Producción	Difusión y distribución	Comercialización	Exposición/exhibición	Conservación/restauración	X	X
TIPOS DE ESPACIOS CULTURALES									
Escuela Academia o instituto Universidad Biblioteca Centro cultural Centro de documentación	Escuela Academia o institución Universidad Biblioteca Centro cultural Museo	X	X	Portal de difusión Blog cultural Red social Revistas virtuales Portal cultural Museo virtual	Anticuario Galería virtual Red social Subasta virtual	Biblioteca Blog cultural Red social Museo virtual	Anticuario Archivo de documentación Biblioteca Taller Archivo virtual.	X	X

Fuente: Hernández (2015, p.48).

En relación a los recuadros que se muestran vacíos, el autor señala el cruce del patrimonio con respecto a los ciclos de *Creación y Producción*: “si consideramos que el Patrimonio implica un componente de valor histórico que se da en un tiempo diferente al actual, por lo que no es factible que se puedan considerar espacios de creación o producción de Patrimonio dentro de un presente y para efectos del estudio quedan fuera del análisis” (Hernández, 2015, p.18). Asimismo las fases del ciclo de *apropiación y consumo*, no muestran ciclos ni un espacio físico de desarrollo particular. Además si unificamos y sacamos las repeticiones, observamos los siguientes espacios de práctica cultural para el dominio patrimonio: Escuela, Academia o Instituto, Universidad, Biblioteca, Centro Cultural, Centro de Documentación, Museo, Portal de difusión, Portal Cultural, Red Social, Museo Virtual, Blog Cultural, Revistas Virtuales, Anticuario, Galería Virtual, Subasta Virtual, Archivo, Taller y Archivo Virtual. Igualmente Hernández (2015), además de su categorización del ámbito artístico-cultural y patrimonial, realiza otra clasificación sobre las clases y familias de Espacios del Ámbito Socio-Cultural. Estas no se asocian a ninguna fase en particular, proponiendo el siguiente listado de espacios para este dominio, dividido en Infraestructura Comunitaria y Soporte Urbano. Ver tabla N° 28.

Tabla N° 28:

Espacios Culturales de la Clase Infraestructura Comunitaria del Ámbito Socio-Cultural y Espacios Culturales, de la Clase Soporte Urbano del Ámbito Socio-Cultural.

INFRAESTRUCTURA COMUNITARIA						
Socio comunitario	Educación	Comercio	Turismo	Deporte y recreación	Religión	Salud
Azotea	Colegio o	Bar/Restaurant/	Centro	Cancha o	Centro	Consult
Auditorio	Escuela	Café	turístico o	multicancha	ceremoni	orio
Bodegón	Jardín	Casino de juegos	resort	Complejo o	al	Hospital
municipal	infantil	Cibercafé.	Hostal u	club deportivo	Iglesia	
Centro	Planetario	Discoteca	hotel	Estadio	Mezquita	
comunitario o	Universidad.	Kiosco		Gimnasio	Sinagoga	
cívico		Mercado		Media luna	Templo	
Centro de eventos		Parque de		Pista atlética		
y espectáculos		diversiones		Velódromo		
Club social		Peña				
Hall de acceso		Quinta de recreo				
Patio		Ramada o fonda				
Sala múltiple o		Salsoteca				
multiuso		Tanguearía				
Sala de reuniones						
Salón municipal						
Sede social						
SOPORTE URBANO						
Espacios de esparcimiento			Espacios de tránsito			
Parque			Calle o calle techada.			
Plaza						
Pérgola						

Fuente: Hernández (2015, pp.58-59).

Al observar los espacios de práctica cultural identificados por Hernández (2015), tanto en el ámbito patrimonial como en el ámbito sociocultural, nos encontramos con un abanico amplio de espacios de práctica cultural. Subrayamos que estos sitios son parte del espacio cotidiano de nuestra sociedad. Así los estudiantes de diseño traen consigo todo un conocimiento de espacios de práctica cultural, relacionado con sus gustos, accesos, necesidades y experiencias previas, sobre todo en el ámbito sociocultural.

En cambio, los espacios del ámbito patrimonial son más específicos en su hacer, por lo que no necesariamente se pueden haber presentado experiencias previas por parte de los alumnos. Sin embargo, al ingresar a la vida universitaria se tornan significativos los espacios de *Interpretación*, sobre todo los ciclos de *Investigación y Formación*. Al igual que un mayor acceso a los espacios de *Puesta en valor*, que permiten la *Difusión y Distribución* de los bienes patrimoniales, más aun en una carrera que se moviliza en los ámbitos de comunicación, publicitarios, propagandísticos o de difusión en general, entre otros. Además la *Puesta en uso* de los bienes patrimoniales, a través de *Exposición/exhibición* o mediante

la *Conservación/restauración*, son espacios que comienzan a hacerse más cotidianos en la vida universitaria, sobre todo en carreras ligadas al arte, la cultura, las humanidades y las ciencias sociales.

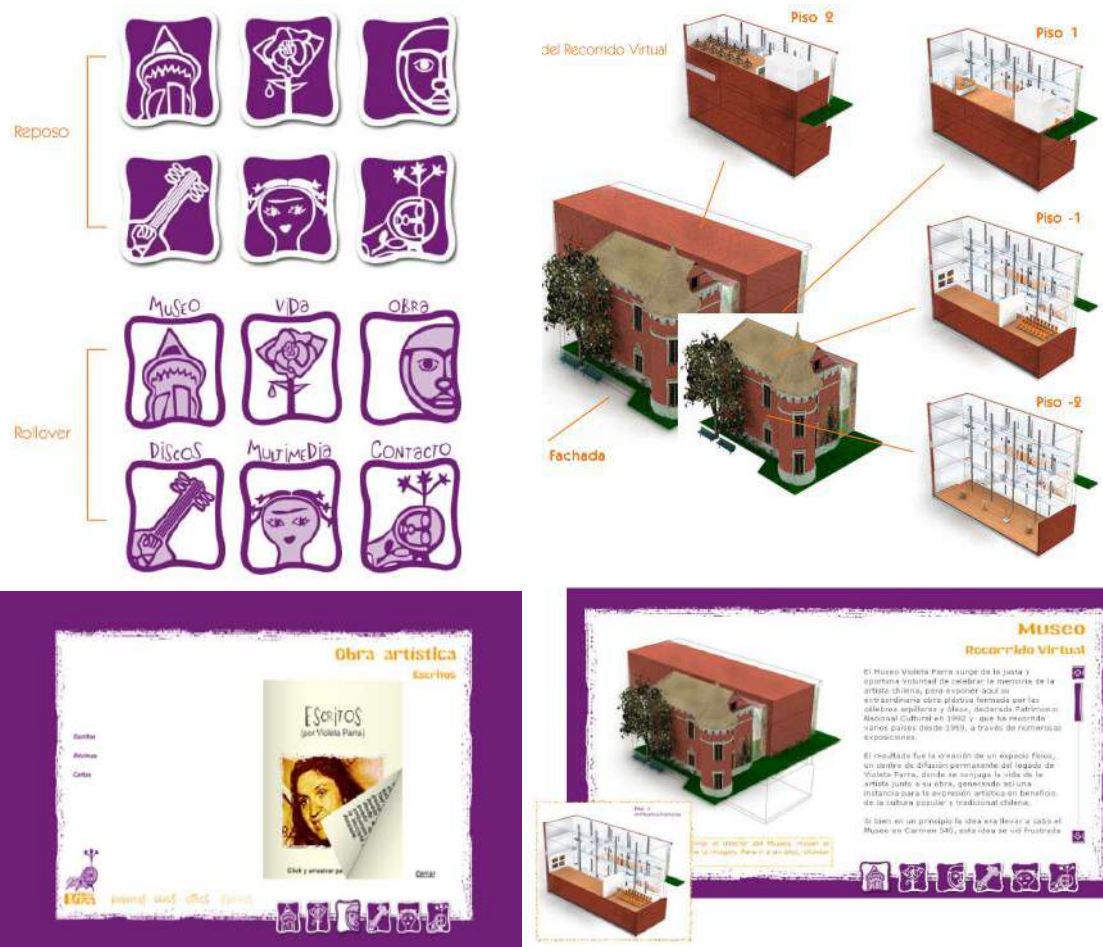
En efecto, la Universidad de Chile ha participado activamente en las distintas celebraciones del día del patrimonio. Un ejemplo de aquello es que para el año 2019, la institución presentó un aumento considerable en el número y diversidad de actividades patrimoniales, con más de treinta encuentros, charlas, talleres, visitas guiadas, exposiciones, entre otras actividades desplegadas en sus campus (Candia, Miranda y Morales, 2019). Asimismo, dentro de su página web, la institución promociona exposiciones, charlas y eventos de índole cultural y patrimonial. De hecho, para septiembre de 2019, algunos de los eventos promocionados son: Exposición fotográfica “50 años del campus Antumapu”; Exposición “Las bordadoras de Isla Negra en el MNBA 1969-2019”; Muestra “Trajes e Indumentaria de Latinoamérica en el MAPA”; Exposición “Primer Encuentro de Escultura y Albañilería de Bonnefont”; Conferencia “Comunicación y Cultura Popular;” entre otros.

Un ejemplo de la transferencia de las iniciativas institucionales, podemos visualizarlo en las propias tesis de diseño analizadas. Destacamos para la categoría de *sitios patrimoniales*, la tesis titulada “Diseño sistema interactivo multimedial como herramienta estratégica de comunicación para el Museo Violeta Parra”. Justamente vemos como el diseño se entrelaza con los espacios de práctica cultural, como son los museos. Veamos la figura N° 27 que nos grafica esta experiencia.

La universidad sigue siendo un aliciente para la *Interpretación, Puesta en valor y Puesta en uso* de los bienes patrimoniales. De esta forma, el índice alto de tesis en la subcategoría *Espacio de práctica cultural*: 48,3%, es entendible al examinar los espacios sociales y universitarios que rodean la vida cotidiana de los estudiantes. Rescatamos sobre todo desde el ámbito patrimonial a la Universidad, las Bibliotecas, los Centro Culturales, los Centro de Documentación y los Museos, como los espacios más recurrentes para ser trabajados.

Figura N° 27:

Ejemplo de sitios patrimoniales: subcategoría espacios de práctica cultural, presente en las tesis de diseño. Botones de navegación, páginas y recorrido virtual.



Fuente: Contreras, M. (2004). *Diseño sistema interactivo multimedial como herramienta estratégica de comunicación para el Museo Violeta Parra*. Tesis Diseño, Universidad de Chile, p.130, 141, 142, 150.

La segunda subcategoría más destacada de los *Sitios patrimoniales* es la de *Monumentos o sitios históricos* con un 24%. En este sentido, en Chile desde 1925 es el Consejo de Monumentos Nacionales –CMN- el encargado de la tuición y la protección del patrimonio cultural y natural de Chile. Así, este organismo identifica y declara los Monumentos Nacionales -MN-, a través de la Ley N° 17.288 de Monumentos Nacionales de 1970, que distingue cinco categorías: Monumentos Históricos; Monumentos Públicos; Zonas Típicas; Santuarios de la Naturaleza; Monumentos Arqueológicos. Así algunos de los monumentos nacionales ya reconocidos son: Casa Lo Contador; Iglesia de Nuestra Señora de la Divina Providencia y su casa parroquial; Mural de Pedro Lira; Hospital del Salvador, fachada principal, núcleo central, capilla y segundo patio; Templo Parroquial de los Santos Ángeles

Custodios; Casa de Pablo Neruda “La Chascona”; Museo Nacional Benjamín Vicuña Mackenna; Iglesia Epifanía del Señor; Monumento Histórico Palacio Falabella; Funicular y Estaciones del Cerro San Cristóbal; Casa del ex Presidente de la República Eduardo Frei Montalva; entre otros. Cabe señalar que la citada ley sufre diversas modificaciones, aunque destacamos la del 2003, con la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y las Artes; y la del 2017 con la Creación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Si bien este tipo de sitios patrimoniales, requieren de un reconocimiento previo como bienes muebles de valor patrimonial, son sitios que por su categoría adquieren una amplia difusión y reconocimiento nacional. De hecho, como resultado de la convocatoria 2013 del concurso Fondart Regional, vemos la publicación del año 2014: “*Descubriendo Santiago patrimonial*”. Documento que educa sobre sitios patrimoniales del centro histórico de Santiago, difundiendo de una manera gráfica que mezcla información teórica con ilustraciones y fotografías. Este libro incluye 39 sitios entre museos, edificios, casas, club, mercados, teatros, universidades, entre otro (Baeza, 2014). Así, los *Monumentos o Sitios históricos* comienzan a transitar por revistas, páginas web, guías turísticas, folletería, entre otras instancias de difusión. Esto los posiciona en un lugar de reconocimiento e identificación transferible a las tesis de diseño. Es más, la propia Casa Central de la Universidad de Chile, también llamada Palacio de la Universidad de Chile, es decretada desde 1974 como Monumento Histórico de Chile por Decreto del Ministerio de Educación. Así el propio concepto de Monumento Histórico, comienza a ser cotidiano para los estudiantes de diseño de esta casa de estudios.

Mientras que el porcentaje más bajo se comparte entre las subcategorías *Sitios tradicionales; Ferias y Mercados*, cada una con un 3,5%. Diremos al respecto que:

la historia de las ferias refleja la historia de los lugares específicos en que se encuentran emplazadas, naciendo junto con las poblaciones y los barrios, expandiéndose mientras la ciudad se expande, colonizando nuevos espacios desde que éstos comienzan a pensarse como parte de la ciudad (Browne, 2012, p.7).

El año 2015 el Servicio de Cooperación Técnica –SERCOTEC-, elaboró el Primer Catastro Nacional de Ferias Libres, identificando 1.114 ferias libres en Chile. Además se señala a la Región Metropolitana como la con mayor presencia de ferias: 455, seguida por las 143 ferias presentes en la Región del Biobío y las 119 ferias de la Región de Valparaíso.

Asimismo, este catastro identifica a las regiones de Arica y Parinacota y de Aysén como las zonas con menor presencia de ferias libres, con 8 y 6 respectivamente. Del mismo modo, el 28% de las ferias funciona hace más de 50 años, mientras que el 60% tiene más de 30 años (SERCOTEC, 2015).

En este sentido, creemos que esta baja en *Sitios tradicionales; Ferias y Mercados* (3,5%), se da por el poco reconocimiento patrimonial que se le asigna socialmente a estos espacios tan cotidianos. El propio Hernández (2015) los clasifica dentro del ámbito sociocultural y no en el ámbito patrimonial, por tanto su valoración y reconocimiento como parte de los sitios patrimoniales es más cuestionada o ignorada. Además los mercados se han estudiado poco y pareciera que son poco visibles. En otras palabras, “los mercados aún se observan en franco decrecimiento, mientras los barrios centrales y en particular los cascos históricos han sido objeto de procesos de renovación que inesperadamente se iniciaron en nuestras ciudades hace ya algún tiempo” (Lacarrieu, 2016, p.29). Esto se refleja en la poca presencia como tema abordable dentro de las tesis patrimoniales y en el tardío catastro que realiza el país sobre estos sitios recién en el 2015.

d) Rutas culturales y atractivos turísticos

La tabla N° 29 nos señala el 11% de tesis orientadas a la temática de *Rutas culturales y atractivos turísticos*. Esta información se ha desagregado porcentualmente según la orientación específica de la temática *Rutas culturales y atractivos turísticos*. En este sentido, las orientaciones específicas vislumbradas en los proyectos son: *Barrios; Zona turística o típica; Ruta; Circuito; Sector/población; y Camino*. Se ilustra esta información a través de la figura N° 28, el que muestra los porcentajes de tesis en la temática *de Rutas culturales y atractivos turísticos*, desagregada en sus temáticas específicas.

Tabla N° 29:

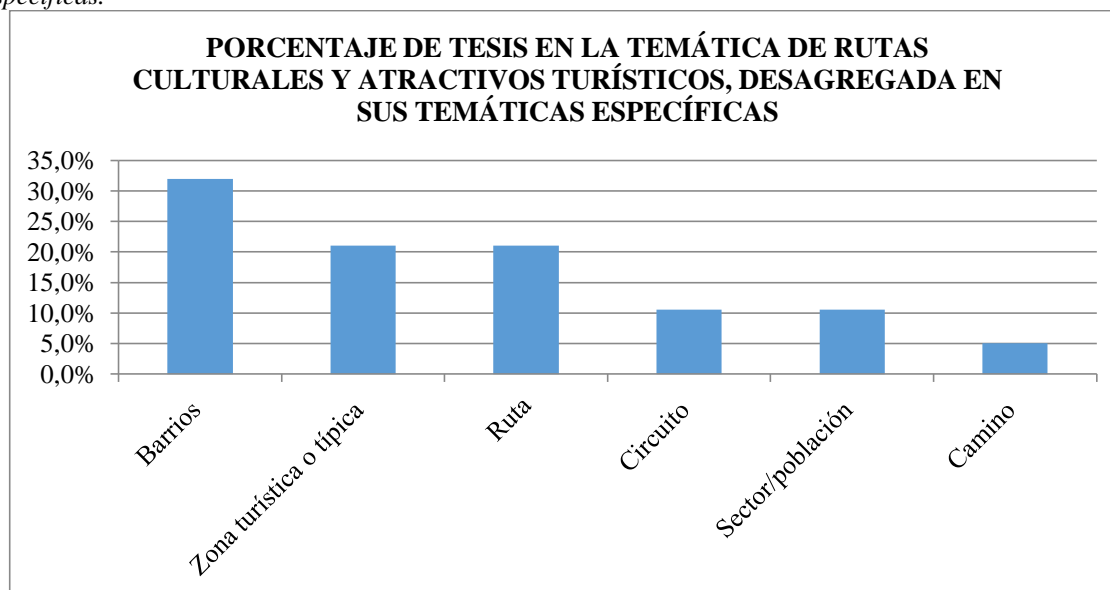
Porcentaje de tesis en la temática de sitios patrimoniales desagregada en sus temáticas específicas.

ORIENTACIÓN PATRIMONIAL ESPECÍFICA DE RUTAS CULTURALES Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS.				
Orientación temática patrimonial	% Presencia de la categoría	Orientación específica de la temática patrimonial	% Presencia de la subcategoría	N° de casos
Rutas culturales y atractivos turísticos.	11%	Barrios	32%	6
		Zona turística o típica	21%	4
		Ruta	21%	4
		Circuito	10,5%	2
		Sector/población	10,5%	2
		Camino	5%	1
Totales			100%	19

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 28:

Porcentaje de tesis en la temática de rutas culturales y atractivos turísticos desagregada en sus temáticas específicas.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión sobre la orientación temática de rutas culturales y atractivos turísticos

El análisis de la tabla N° 29 y la figura N° 28, que muestran la categoría de *Rutas culturales y atractivos turísticos* desagregada porcentualmente en sus temáticas específicas o subcategorías, nos arroja lo siguiente:

La subcategoría que muestra el porcentaje más alto es la de *Barrios* con un 32%, seguida por las subcategorías de *Zona turística o típica* y la subcategoría de *Ruta*, ambas con un 21%. Mientras que el porcentaje más bajo lo tiene la subcategoría de *Camino* con un 5%.

La noción de monumento se ha ampliado de manera paulatina, en relación a su consideración como una obra aislada de su contexto. De esta manera, comienzan a considerarse otras categorías patrimoniales tales como: barrios, poblaciones históricas, caminos, sectores, entre otras. Por tanto, emerge la conservación patrimonial de estos sectores y Chile obtiene un reconocimiento internacional con el Barrio Histórico de Valparaíso, como Patrimonio de la Humanidad (UNESCO, 2003).

Para empezar, debemos señalar que el Ministerio de Bienes Nacionales, encargado de gestionar el patrimonio fiscal de Chile, crea en el 2001 el Programa Rutas Patrimoniales. Este programa tiene como objetivo “socializar espacios fiscales de alto valor social, natural, paisajístico y/o histórico culturales, desarrollando en ellos recorridos transitables en vehículo, a pie, bicicleta y cabalgata. Valorizando, conservando el paisaje y las tradiciones culturales, a través del turismo sostenible” (Ministerio de Bienes Nacionales, s.f, s.p). Ya en el año 1996, surge la primera ruta identificada en Chile, con un claro matiz turístico e identitario, denominada: *La ruta del vino*. Esta ruta posee recorridos por distintos viñedos, tales como: viñas Casa Silva, Casa Lapostolle, Los Vascos, Hacienda Araucano, entre otras.

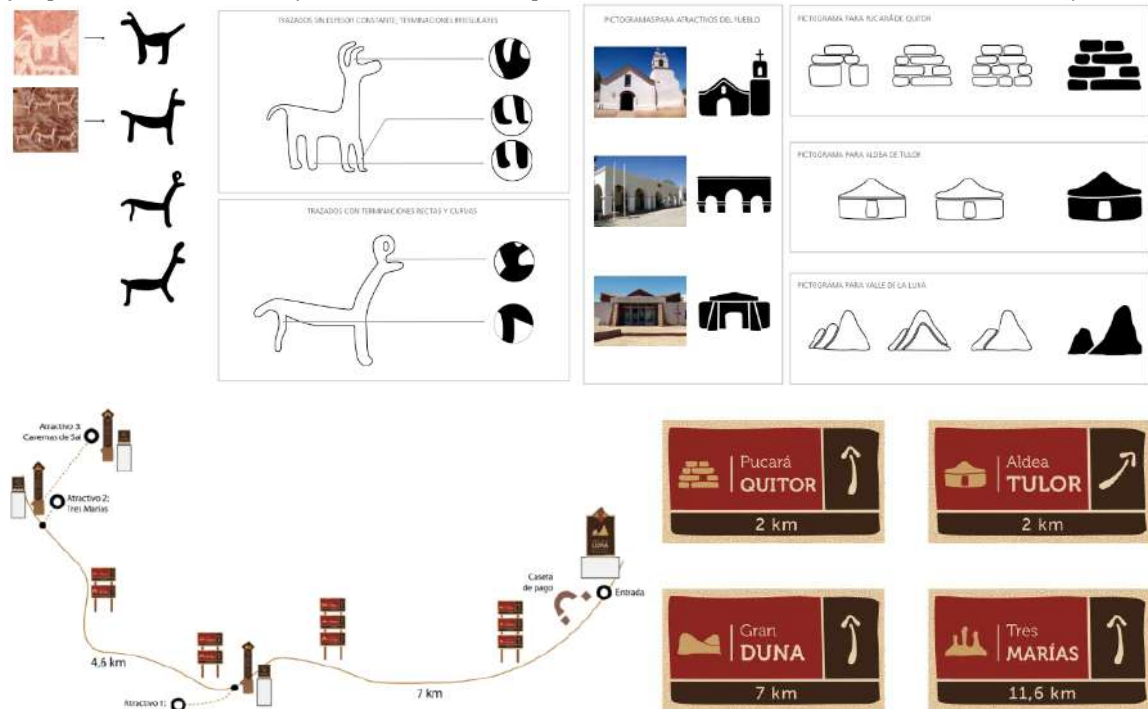
Al observar las rutas patrimoniales de Santiago, en la Región Metropolitana, nos encontramos con siete circuitos, distribuidos en siete barrios de la ciudad. Estos están principalmente orientados al ámbito histórico-cultural. Así los barrios visitados por esta ruta son: Bellavista, Lastarria, París-Londres, República, Concha y Toro, Yungay, Brasil y Quinta Normal. Mientras que existen 65 rutas habilitadas a lo largo de todo el país, variadas localidades, ecosistemas, ambientes naturales, sitios arqueológicos o riquezas urbanísticas posibles (Ministerio de Bienes Nacionales, s. f.).

Según lo expuesto, Santiago cuenta con varios barrios considerados como rutas culturales o atractivos turísticos. Estos barrios son populares y reconocidos no solo por la población santiaguina y nacional, sino que también por los visitantes extranjeros que se interesan en conocerlos, pues estos barrios además de encerrar una gran historia, son sectores con intercambio comercial y cultural, contando con espacios de esparcimiento y de tránsito que los hacen muy reconocidos y visitados. Creemos que esta particularidad los transforma en espacios destacables e interesantes como tema patrimonial para las tesis de diseño. Consideramos que el turismo que se desarrolla en estas zonas ha permitido su visibilización y difusión como bien patrimonial, lo que también se da en las *Zonas turísticas o típicas* y en las *Rutas*, ambas con un 21% de presencia en la categoría *Rutas culturales y Atractivos turísticos*, siendo la segunda mayoría de esta categoría.

Observemos el cruce del diseño gráfico con las *Rutas culturales y Atractivos turísticos*, a partir del trabajo realizado en una de las tesis analizadas: *Identifica señalética para comunicar nuestra identidad cultural. Aplicado en la comuna de San Pedro de Atacama* (Villalobos, 2010). La figura N° 29 nos grafica esta experiencia.

Figura N° 29:

Ejemplo de rutas culturales y atractivos turísticos presente en las tesis de diseño. Iconos, Señalética y Ruta.



Fuente: Villalobos, J. (2010). *Identifica señalética para comunicar nuestra identidad cultural. Aplicado en la comuna de San Pedro de Atacama*. Tesis Diseño U. de Chile, p.77, 81, 111 y 115.

El porcentaje más bajo de presencia lo tiene la subcategoría *Camino* con un 5%. Esto a pesar de que Chile posee un camino con reconocimiento mundial como patrimonio de la humanidad: *El Camino del Inca: Qhapac Ñan*, reconocido el 2014. Esta ruta milenaria forma parte de un sistema de caminos incaicos que abarca seis países: Argentina, Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Chile. Para Chile los tramos que ocupa son: uno en Arica, dos en Antofagasta y uno en Atacama. Consideramos que la escases de caminos reconocidos oficialmente como patrimonio y la tardanza en la obtención de un primer reconocimiento, provocan un desconocimiento o alejamiento que no permite una buena apropiación de este tipo de ruta cultural, por lo que su aparición en las tesis se torna escasa y poco considerada.

e) Área o medio natural

La tabla N° 30 nos señala el 3% de tesis orientadas a la temática de un *Área o medio natural*. Esta información se ha desagregado porcentualmente según la orientación específica de la temática. En este sentido las orientaciones específicas vislumbradas en los proyectos son: *Flora y fauna endémica o autóctona; Parque nacional; y Reserva natural*. Se ilustra esta información a través de la figura N° 30, la que muestra los porcentajes de tesis en la temática de *Área o medio natural* desagregada en sus temáticas específicas.

Tabla N° 30:

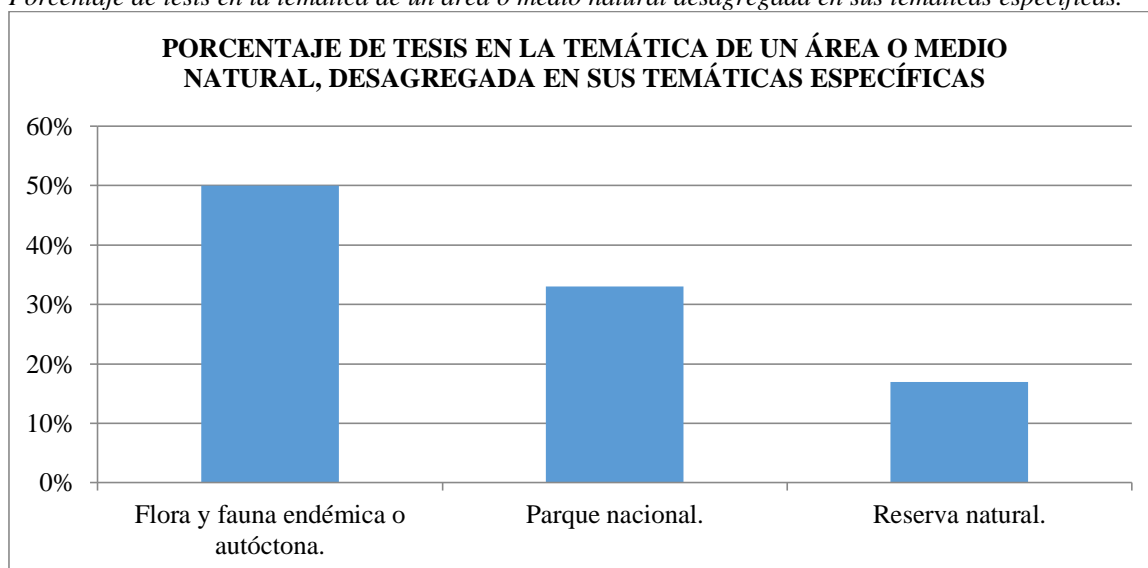
Porcentaje de tesis en la temática de un área o medio natural desagregada en sus temáticas específicas.

ORIENTACIÓN PATRIMONIAL ESPECÍFICA DE UN ÁREA O MEDIO NATURAL				
Orientación de temática patrimonial	% Presencia categoría	Orientación específica de la temática patrimonial	% Presencia de la subcategoría	N° de casos
Área o medio natural	3%	Flora y fauna endémica o autóctona.	50%	3
		Parque nacional.	33%	2
		Reserva natural.	17%	1
Totales			100%	6

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 30:

Porcentaje de tesis en la temática de un área o medio natural desagregada en sus temáticas específicas.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión sobre la orientación temática de un área o medio natural

El análisis cuantitativo de la tabla N° 30 y la figura N° 30, que muestran la categoría de *Área o medio natural*, desagregada porcentualmente en sus temáticas específicas o subcategorías, nos arroja lo siguiente:

La subcategoría que muestra el porcentaje más alto es la de *Flora y fauna endémica o autóctona* con un 50%. Mientras que el porcentaje más bajo lo tiene la subcategoría de *Reserva natural* con un 17%.

En relación a la subcategoría *Flora y fauna endémica o autóctona*, es preciso señalar que Chile en 1999, a través de CONAF, crea el Programa para la Conservación de la Flora y Fauna Silvestre Amenazada de Chile. Esta iniciativa nace con la intención de contribuir a la conservación de la diversidad biológica, con especial hincapié en la flora y fauna nativa amenazada y presente en el Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado – SNASPE-, instaurado en 1984 a través de la Ley N° 18.362. Esta protección estatal va más allá de la conservación de la diversidad, puesto que la fauna nativa es parte esencial del patrimonio cultural, natural y científico, así su protección se orienta también a evitar su extinción y conservar lo que nos identifica.

Con anterioridad, más específicamente entre los años 1958-1974, se crean 61 unidades al alero del Ministerio de Agricultura, entre parques y reservas terrestres, mientras que en 1974 se da origen a la Administración de Parques Nacionales y Reservas Forestales: APARFO. Luego, en 1977, se decreta la Ley N° 1.939, sobre adquisición, administración y disposición de bienes del Estado, la que protege y conserva los Bienes Fiscales Protegidos. La Ley N° 19.300 de 1994 crea la Comisión Nacional del Medio Ambiente: CONAMA, y un año más tarde “entra en vigencia el Convenio sobre la Diversidad Biológica de las Naciones Unidas, ratificado por Chile mediante Decreto Supremo N° 1.963” (Ministerio del Medio Ambiente, 2011. pp.3-4).

El SNASPE en la actualidad tiene 101 unidades que se distribuyen en: “36 Parques Nacionales, 49 Reservas Nacionales y 16 Monumentos Naturales. Estas unidades cubren una superficie aproximada de 14,5 millones de hectáreas, el 19,2% del territorio continental de Chile” (CONAF, s.f, s.p). Sin embargo, y como ya se mencionó en análisis anteriores, es en 1940 que se establece y firma la Convención para la Protección de la Flora, la Fauna y las Bellezas Escénicas Naturales de América, aunque Chile la promulga y adopta en 1967. Sin embargo, es en el 2005 que Chile crea la Política de Áreas Silvestres Protegidas, aprobada por CONAMA. Esta iniciativa estatal divide a las áreas protegidas en terrestres, marinas, públicas y privadas (Consejo de Monumentos Nacionales, 2010). Así el SNASPE se encarga de las áreas terrestres: Parques Nacionales, Monumentos Naturales, Reservas Nacionales; y SERNAPESCA de las áreas marítimas: Parques y Reservas. Asimismo, en el 2015 el CNCA realiza las Jornadas de Capacitación *ACERCA* 2015, con la intención de poner en valor el patrimonio natural y cultural como principales recursos, permitiendo a su vez el desarrollo territorial y turístico (CNCA, 2015).

Igualmente existen antecedentes previos en la gestión de áreas protegidas en Chile. En el año 1907 se determina la primera área protegida terrestre; Reserva Forestal Malleco. Luego, en 1912 se da origen a la Inspección General de Bosques, Pesca y Caza, además de las Reservas Forestales Villarrica, Alto Biobío y Llanquihue; para 1925 se destacan tres hitos significativos: se emite la primera Ley de Bosques; Inspección General de Bosques, Pesca y Caza creada en 1912 pasa a pertenecer al entonces Ministerio de Agricultura, Industria y Colonización; y se establece el primer Parque Nacional Benjamín Vicuña Mackenna, desafectado 4 años más tarde. Para 1926 se establece el Parque Nacional Vicente Pérez Rosales con vigencia actual; y en “1931 se dicta una nueva Ley de Bosques, por parte del

Ministerio de Tierras, Bienes Nacionales y Colonización”; finalmente como antecedentes previos, en 1935-1945, se establecen doce unidades de conservación (Ministerio del Medio Ambiente, 2011. p.2).

Con bastante posterioridad, más específicamente en 1997, se decreta legalmente -D.S. N° 522/97- la primera Reserva Marina La Rinconada, mientras que en 1999 se establece por D.S. N° 547 la primera Área Marina y Costera Protegida –AMCP-, y en el 2003 el primer Parque Marino. Ahora, en relación a la conservación del patrimonio ambiental, el Ministerio del Medio Ambiente (2011) señala que “en los años 90, con la promulgación de la *Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente* (Ley N°19.300) se definen los conceptos de *Conservación del Patrimonio Ambiental y las Áreas bajo Protección Oficial*” (2011, p.5). Se cataloga a este tipo de conservación patrimonial, como la categoría más amplia de protección, conteniendo a los componentes culturales y biológicos del medio ambiente.

Así las modalidades de protección oficial del patrimonio ambiental en Chile son: 1) Reserva Nacional; 2) Parque Nacional; 3) Reserva de Regiones Vírgenes; 4) Monumento natural; 5) Santuario de la Naturaleza; 6) Parque Marino; 7) Reservas Marinas; 8) Monumentos Históricos; 9) Zonas Típicas o Pintorescas; 10) Zonas de Interés Turístico; 11) Zona de Conservación Histórica; 12) Áreas de Preservación Ecológica; 13) Sitios Ramsar; 14) Acuíferos Regiones I, II y XV; 15) Reservas Forestales; 16) Bienes Nacionales Protegidos; 17) Áreas Marinas Costeras Protegidas; 18) Espacios costero marinos de pueblos originarios; 19) Áreas de Prohibición de Caza; 20) Lugares de Interés Histórico/ Científico; 21) Áreas de Protección para la Conservación de la Riqueza Turística; 22) Áreas de Desarrollo Indígena; 23) Áreas de Manejo y Explotación de Recursos Bentónicos; 24) Reserva de la Biosfera; 25) Sitios del Patrimonio Mundial de la Humanidad; 26) Zona de Uso Preferente Borde Costero; 27) Área Preferencial para la Pesca Recreativa; 28) Zonas o Áreas Especiales; 29) Zonas Marinas Especialmente Sensibles; 30) Zonas Santuario de la Convención Ballenera; 31) Áreas de Protección de la Ley de Bosques y de la Ley de Bosque Nativo; y 32) Zona de Protección Costera.

Observemos el ejemplo de la figura N° 31, extraído de una de las tesis de diseño analizadas: “*Reserva mundial La Higuera. Gráfica y programación para infografías interactivas en la web*” (Rabuco, 2014). Desde donde se trabaja gráficamente a partir de un patrimonio natural.

Figura N° 31:

Ejemplo gráfico de área o medio natural presente en las tesis de diseño. Página web, portada, menú, graficas.



Fuente: Rabuco, R. (2014). Reserva mundial La Higuera. Gráfica y programación para infografías interactivas en la web. Tesis Diseño, U. de Chile, p.116, 119 y 122.

Ahora dentro del espacio temporal de nuestro estudio y en relación a los avances en materia de patrimonio natural, destacamos los siguientes años, extraídos de la propuesta del Ministerio del Medio Ambiente (2011), los que se expresan en la tabla N° 31.

Tabla N° 31:*Avances en materia de patrimonio natural en Chile.*

AVANCES EN MATERIA DE PATRIMONIO NATURAL EN CHILE	
2003	CONAMA, aprueba la Estrategia Nacional de Biodiversidad, con Sitios Prioritarios para la Conservación de la Biodiversidad.
2004	El Fondo Mundial para el Medio Ambiente (FMAM, o GEF, en inglés) aprueba el financiamiento del proyecto <i>Conservación de la biodiversidad de importancia mundial a lo largo de la costa chilena</i> (GEF-Marino). Además, se crea la <i>Política para el desarrollo del ecoturismo en las áreas protegidas del Estado y su entorno</i> . (Subsecretaría de Turismo, 2015).
2005	CONAMA aprueba la <i>Política Nacional de Áreas Protegidas</i> . Y se inicia el proyecto GEF <i>Conservación de la biodiversidad en los Altos de Cantillana</i> .
2007	CONAMA aprueba el Plan de Acción de la Política Nacional de Áreas Protegidas.
2008	Se aprueba y entra en vigencia la Ley N°20.283 sobre Recuperación del Bosque Nativo y Fomento Forestal. Y el <i>Proyecto Sistema Regional de Áreas Protegidas GEF-SIRAP</i> .
2009	CONAMA ejecuta <i>Proyecto GEF-SNAP</i> , para dotar a Chile de un <i>Sistema Nacional de Áreas Protegidas</i>
2010	Se crea el Ministerio del Medio Ambiente (Ley 20.417). Y se crea la primera área protegida marino-oceánica de Chile: <i>el Parque Marino Motu Motiro Hiva</i> . Además se constituyó la <i>Asociación Gremial de Áreas Protegidas Privadas de Chile</i> . Finalmente se crea la nueva <i>Ley de Turismo N° 20.423</i> , con énfasis en potenciar el desarrollo turístico sustentable en Áreas Protegidas.
2011	“El ejecutivo envía al Congreso Nacional los proyectos de Ley para la creación del Servicio de Biodiversidad y Áreas Silvestres Protegidas y el Servicio Nacional Forestal”.(p.5)
2012	La Asamblea General de las Naciones Unidas “reconoce en el ecoturismo un elemento clave para la lucha contra la pobreza, la protección del medio ambiente y la promoción del desarrollo sostenible (Subsecretaría de Turismo, 2015, p.20).
2014	Plan de Acción de Turismo Sustentable en Áreas Protegidas del Estado, 2014-2018 (Subsecretaría de Turismo, 2015).
2015	Simposio Internacional de Turismo Sustentable en Áreas Protegidas (Subsecretaría de Turismo, 2017).
2016	<i>Escuela de líderes de turismo indígena</i> , con énfasis en la comercialización del turismo. (Subsecretaría de Turismo, 2017).
2017	<i>Guía de Estándares de Infraestructura para Áreas protegidas</i> (2017). Establece elementos de infraestructura pública mínimos, necesarios para poder hacer uso público de las Áreas Protegidas. Y <i>Diagnóstico de Concesiones Turísticas en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE)</i> , (Subsecretaría de Turismo, 2017).

Fuente: Ministerio del Medio Ambiente, 2011. pp. 4-5; Subsecretaría de Turismo, 2015 y 2017.

En definitiva, Chile ha avanzado en su política de protección de áreas silvestres. Así, el país pasa de un paradigma forestal a una orientación dominada por un paradigma ecológico, transitando desde “conservar los recursos para explotarlos en el futuro”, hacia “conservar la vida silvestre, los ecosistemas, el patrimonio natural y el patrimonio cultural asociado a estos ecosistemas” (Folchi, 2015, p.32). Al respecto, podemos revisar la figura N°16 expresada previamente. En ella vemos la propuesta de Folchi (2015), que señala las unidades de protección creadas por categoría: Reservas, Parques, Santuarios, Monumentos, entre 1907 y 2010. Esta figura evidencia una temprana creación de Reservas y Parques, mientras que los Santuarios y Monumentos se presentan con bastante posterioridad.

Después de este recuento histórico, que nos permite evidenciar un largo recorrido para la conservación del patrimonio ambiental y las áreas bajo protección oficial, nos centramos en *Flora y fauna endémica o autóctona*: 50%, como primera mayoría de la categoría *Área o medio natural*. Consideramos que el Estado protege zonas representativas de los diferentes ecosistemas que existen a lo largo del país, a través de la red de parques y reservas naturales. Esto sumado a la enorme biodiversidad existente en Chile, han permitido un acercamiento a los componentes culturales y biológicos del medio ambiente. Aun cuando su flora y fauna no es tan diversa como la de otros países, su alta riqueza endémica -especies que viven exclusivamente en nuestro país-, la hacen particularmente destacable. Las condiciones climáticas favorables de la zona central de Chile, hacen que exista ahí la mayor riqueza animal. Por tanto, la ubicación de Santiago en esta zona -tan rica en flora y fauna- ha permitido un acercamiento más directo como patrimonio abordable en las tesis.

Además de lo dicho, queremos destacar dos publicaciones posteriores a los años en estudio, cuya importancia radica no solo en la temática de patrimonio natural abordada, sino que en la incorporación del diseño gráfico, a través de la ilustración de estos patrimonios de una manera relevante. Ambas publicaciones, desarrolladas por el Ministerio del Medio Ambiente, en el año 2017: “*Chile en dibujo*; y *Conoce tu Fauna*”. Estas publicaciones nos entregan indicios de un trabajo profesional del diseñador gráfico, en cuanto al patrimonio natural, además de ser un material educativo y de difusión del patrimonio de Chile.

Asimismo, la Subsecretaría de Turismo (2017), señala que el 51% de los turistas que visitan el país, lo hacen con la motivación de conocer su naturaleza, permitiendo el reconocimiento de Chile como mejor destino de turismo aventura a nivel mundial por los Word Travel Award, 2016 y 2017. Finalmente, mostraremos la gráfica propuesta por la Subsecretaría de Turismo (2017), que ilustra la historia de las áreas protegidas y el desarrollo turístico en Chile. Con esto vemos que a partir del año 2010, se observa una tendencia de cambio hacia el turismo sustentable de las áreas protegidas. Véase Figura N° 32.

Figura N° 32:

Historia de las áreas protegidas y el desarrollo turístico en Chile.



Fuente: Subsecretaría de Turismo, 2017, p.16.

Finalmente, consideramos que esta nueva visión sobre las áreas naturales protegidas, con una orientación más turística, podría ser un incentivo para futuras tesis de diseño en estas líneas, pues el desarrollo turístico de estos entornos ya se visibiliza en las tesis analizadas, pero de manera incipiente.

4.1.6. Finalidad de la estrategia patrimonial

Presentación de tablas y figuras que expresan la finalidad de la estrategia patrimonial

A través del análisis de contenido de los objetivos, de las 172 tesis de diseño gráfico orientadas al patrimonio, es posible determinar las *Finalidades de las estrategias patrimoniales* propuestas. En este sentido, hemos considerado la presencia de verbos estratégicos con una finalidad: *Educativa; Identificación; Difusión; Rescate; Valoración; Reinterpretación; y de Estudio*. Así observamos la frecuencia de aparición de estos verbos.

En la tabla N° 32 y N° 33 presentamos las 172 tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente por año de publicación y finalidad de la estrategia patrimonial. Sin embargo, en la tabla N° 32 los porcentajes son en base al total de tesis por año, mientras que en la tabla N° 33 son en base al total de tesis patrimoniales: 172. Visualizamos en la figura N° 33 los datos de la tabla N° 33. Del mismo modo, la figura N° 34 refleja los datos de la tabla N° 33. Por último, los figura N° 35 y N° 36, visualizan las tres primeras mayorías.

Tabla N° 32:

Porcentaje de tesis patrimoniales segregadas por finalidad de la estrategia patrimonial y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de tesis por año.

FINALIDAD DE LA ESTRATEGIA PATRIMONIAL (VERBOS ESTRATÉGICOS)																
Año de publicación	% de Educación	N°	% Identificación	N°	% Difusión	N°	% Rescate	N°	% Valoración	N°	% Reinterpretación	N°	% Estudio	N°	Total (%)	Total (N°)
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	100%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1
2002	0%	0	0%	0	50%	3	16,7%	1	33,3%	2	0%	0	0%	0	100%	6
2003	6,3%	1	0%	0	25%	4	31,2%	5	37,5%	6	0%	0	0%	0	100%	16
2004	11,8%	2	0%	0	17,6%	3	41,2%	7	23,5%	4	5,9%	1	0%	0	100%	17
2005	13,3%	2	0%	0	6,7%	1	26,7%	4	53,3%	8	0%	0	0%	0	100%	15
2006	31,2%	5	6,3%	1	12,5%	2	37,5%	6	12,5%	2	0%	0	0%	0	100%	16
2007	10%	1	0%	0	0%	0	40%	4	50%	5	0%	0	0%	0	100%	10
2008	30,8%	4	0%	0	7,7%	1	23%	3	38,5%	5	0%	0	0%	0	100%	13
2009	0%	0	0%	0	20%	1	60%	3	20%	1	0%	0	0%	0	100%	5
2010	33,3%	3	11,1%	1	0%	0	33,3%	3	11,1%	1	11,1%	1	0%	0	99,9%	9
2011	100%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1
2012	10%	1	10%	1	30%	3	20%	2	30%	3	0%	0	0%	0	100%	10
2013	13,3%	2	6,7%	1	6,7%	1	40%	6	26,6%	4	0%	0	6,7%	1	100%	15
2014	0%	0	5,3%	1	10,5%	2	36,8%	7	26,3%	5	5,3%	1	15,8%	3	100%	19
2015	5,3%	1	31,6%	6	5,3%	1	10,5%	2	21%	4	5,3%	1	21%	4	100%	19
																172

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 33:

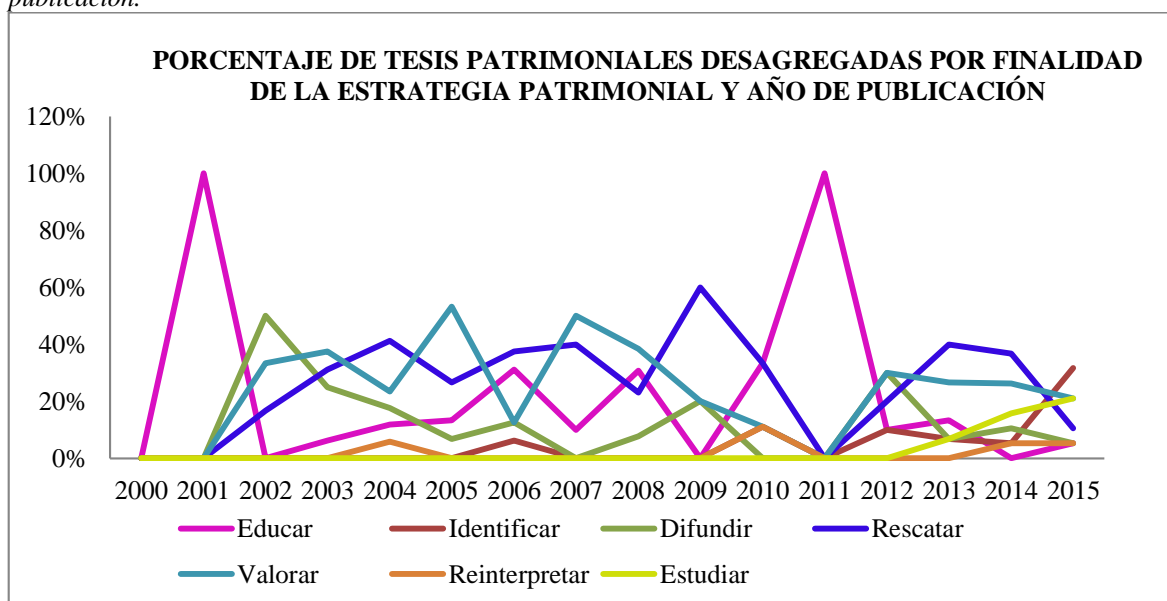
Porcentaje de tesis patrimoniales segregadas por finalidad de la estrategia patrimonial y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de tesis patrimoniales: 172.

FINALIDAD DE LA ESTRATEGIA PATRIMONIAL (VERBOS ESTRATÉGICOS)																
Año	% Educación	N°	% Identificación	N°	% Difusión	N°	% Rescate	N°	% Valoración	N°	% Reinterpretación	N°	% Estudio	N°	Total (%)	Total (N°)
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0,6%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1
2002	0%	0	0%	0	1,7%	3	0,5%	1	1,2%	2	0%	0	0%	0	3,5%	6
2003	0,6%	1	0%	0	2,3%	4	3%	5	3,4%	6	0%	0	0%	0	9,3%	16
2004	1,1%	2	0%	0	1,7%	3	4,1%	7	2,3%	4	0,6%	1	0%	0	10%	17
2005	1,1%	2	0%	0	0,6%	1	2,3%	4	4,6%	8	0%	0	0%	0	8,7%	15
2006	3%	5	0,6%	1	1,2%	2	3,5%	6	1,2%	2	0%	0	0%	0	9,3%	16
2007	0,6%	1	0%	0	0%	0	2,3%	4	3%	5	0%	0	0%	0	5,8%	10
2008	2,3%	4	0%	0	0,6%	1	1,7%	3	3%	5	0%	0	0%	0	7,6%	13
2009	0%	0	0%	0	0,6%	1	1,7%	3	0,5%	1	0%	0	0%	0	2,9%	5
2010	1,7%	3	0,6%	1	0%	0	1,7%	3	0,5%	1	0,6%	1	0%	0	5,2%	9
2011	0,6%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1
2012	0,6%	1	0,6%	1	1,7%	3	1,2%	2	1,7%	3	0%	0	0%	0	5,8%	10
2013	1,1%	2	0,6%	1	0,6%	1	3,5%	6	2,3%	4	0%	0	0,6%	1	8,7%	15
2014	0%	0	0,6%	1	1,2%	2	4,1%	7	3%	5	0,6%	1	1,7%	3	11%	19
2015	0,6%	1	3,5%	6	0,6%	1	1,2%	2	2,3%	4	0,6%	1	2,3%	4	11%	19
Totales	13,9%	24	6,5%	11	12,8%	2	30,8%	53	29%	5	2,4%	4	4,6%	8	100%	172

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 33:

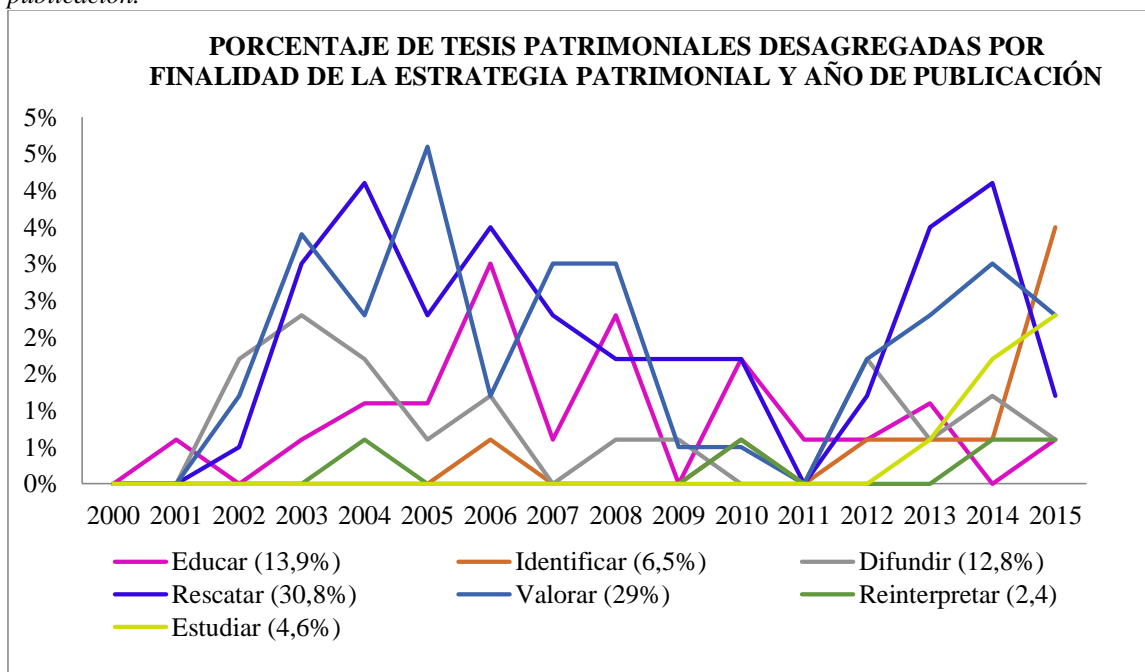
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por finalidad de la estrategia patrimonial y año de publicación.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 34:

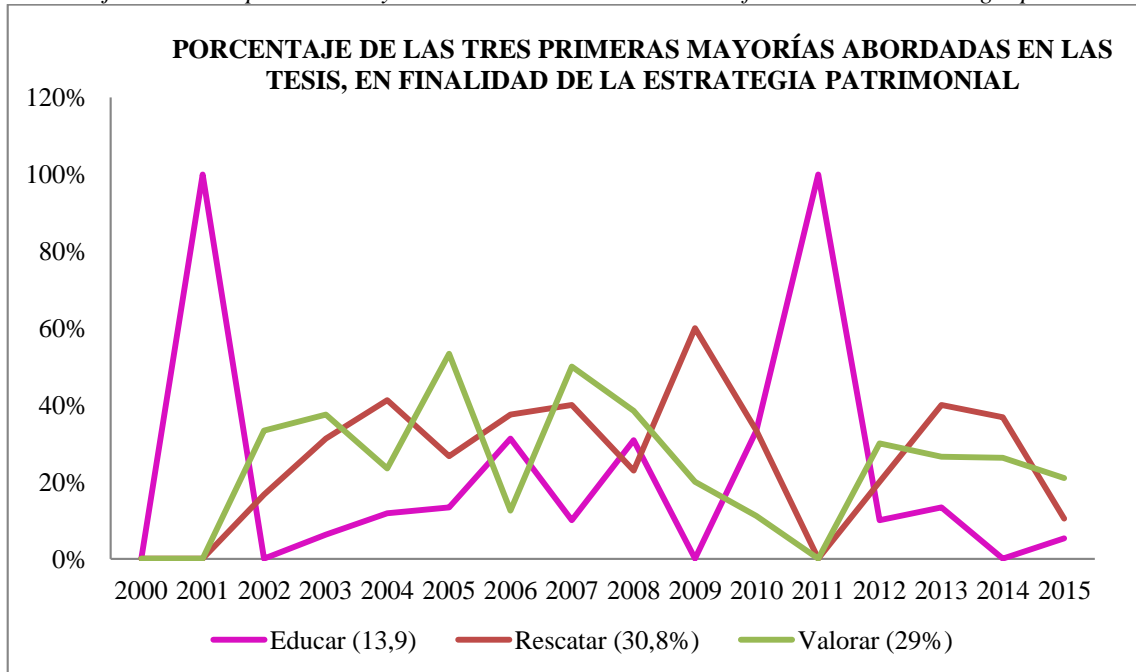
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por finalidad de la estrategia patrimonial y año de publicación.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 35:

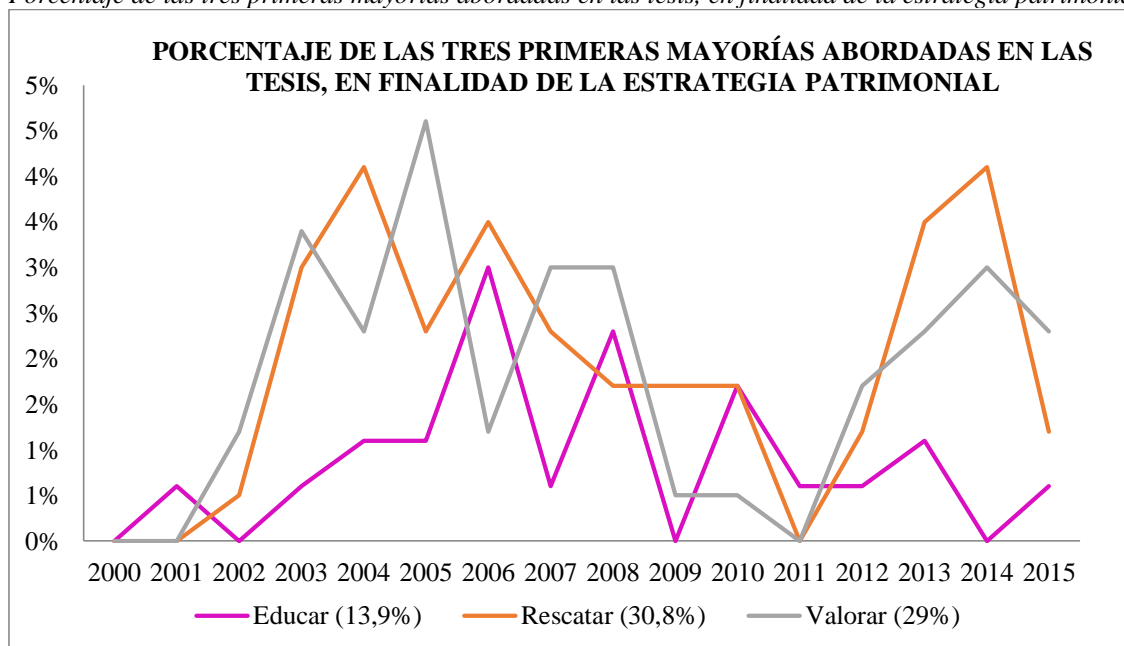
Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis con finalidad de la estrategia patrimonial.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 36:

Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis, en finalidad de la estrategia patrimonial.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión sobre la finalidad de la estrategia patrimonial

El análisis de las tablas N° 32 y N° 33 y las figuras N° 33, N° 34, N° 35 y N° 36, que muestran las tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente en la *Finalidad de la estrategia patrimonial* y año de publicación, nos arroja lo siguiente:

La *Finalidad de la estrategia patrimonial* abordada en las tesis, que presenta el porcentaje más alto es la de *Rescate* con un 30,8%, seguida por la temática de *Valoración* con un 29%. Por otro lado, las categorías menos abordadas son las de *Reinterpretación* con un 2,4%, seguida de la categoría de *Estudio* con un 4,6%. Solo el año 2015 presenta, en algún porcentaje, las siete categorías de la dimensión o sub-variable *Finalidad de la estrategia patrimonial* con un 11% de tesis trabajadas. Así el 2015 junto al 2014 son los años de mayor desarrollo de tesis patrimoniales, mientras que el año 2001 y 2011 solo se ejecutaron tesis con la finalidad: *Educar*. Estos años, además, son los con menos publicación de tesis patrimoniales, solo un 0,6%, excluyendo al año 2000, pues ese año no hay desarrollo de tesis.

Al hablar de la *Finalidad de la estrategia patrimonial*, de alguna manera nos acercamos a la gestión del patrimonio, es decir, aquellas estrategias que permiten poner en valor los

bienes patrimoniales culturales, naturales e intangibles, otorgándoles nuevamente una función social, que permite su preservación (DeCarli, 2018). O bien como “el conjunto de acciones programadas de los bienes patrimoniales y el uso de éstos, adecuados a las exigencias sociales contemporáneas...así como la correcta administración de los medios disponibles o en cuidado de la conservación, la investigación y difusión para que el patrimonio revierta la sociedad que la creó” (Guevara, 2013, p.157). DeCarli (2018) nos menciona algunas acciones que permiten este proceso:

1) Detección de un bien(es) cultural(es)/natural(es) en peligro; 2) Su registro y documentación; 3) Su investigación (científica y participativa); 4) Su intervención (acciones de conservación o restauración); 5) Su difusión y acciones de concientización en la población; y 6) la puesta en función social de los habitantes (dependiendo del bien de que se trate, esto abre diversas posibilidades)” (DeCarli, 2018, s.p).

Por otro lado Hernández (2015), nos señala cinco fases del ciclo cultura, en el ámbito artístico-cultural y patrimonial: 1) Interpretación; 2) Puesta en valor; 3) Puesta en uso; 4) Apropiación; y 5) Consumo. Mientras que para la UNESCO (2009) “el ciclo cultural abarca las diferentes etapas de creación, producción y difusión de la cultura” (p.19). Así identifican cinco etapas de un modelo cíclico: 1) Creación; 2) Producción; 3) Difusión; 4) Exhibición/Recepción/Transmisión; y 5) Consumo/Participación. Finalmente, Carlucci (2016) propone tres grandes fases para el proceso de gestión patrimonial, las que a su vez indican algunas etapas: a) *Fase inicial de nivel mínimo para aplicarse sobre todos los bienes:* 1) Identificación –pre catalogación y georreferenciación; 2) Documentación e investigación -catalogación y estado de conservación-; 3) Protección -declaratoria preliminar- en espera de plan de manejo-; b) *Fase de consulta a nivel político - administrativo sobre la posible utilización del Bien:* Intervenciones estatal, comunitaria, privada, mixta, eclesiástica; c) *Fase sucesiva a realizarse después de decisión de intervención y en acuerdo con las decisiones de la fase B:* 4) Preservación; y 5) Uso y manejo. A continuación sintetizamos los ciclos, fases, series y etapas de la gestión cultural/patrimonial, además de las *Finalidades de las estrategias patrimoniales* de las tesis de Diseño Gráfico analizadas en este estudio.

Tabla N° 34:

Ciclos, fases, series y etapas de la gestión cultural/patrimonial, por distintos autores, además de las finalidades de las tesis.

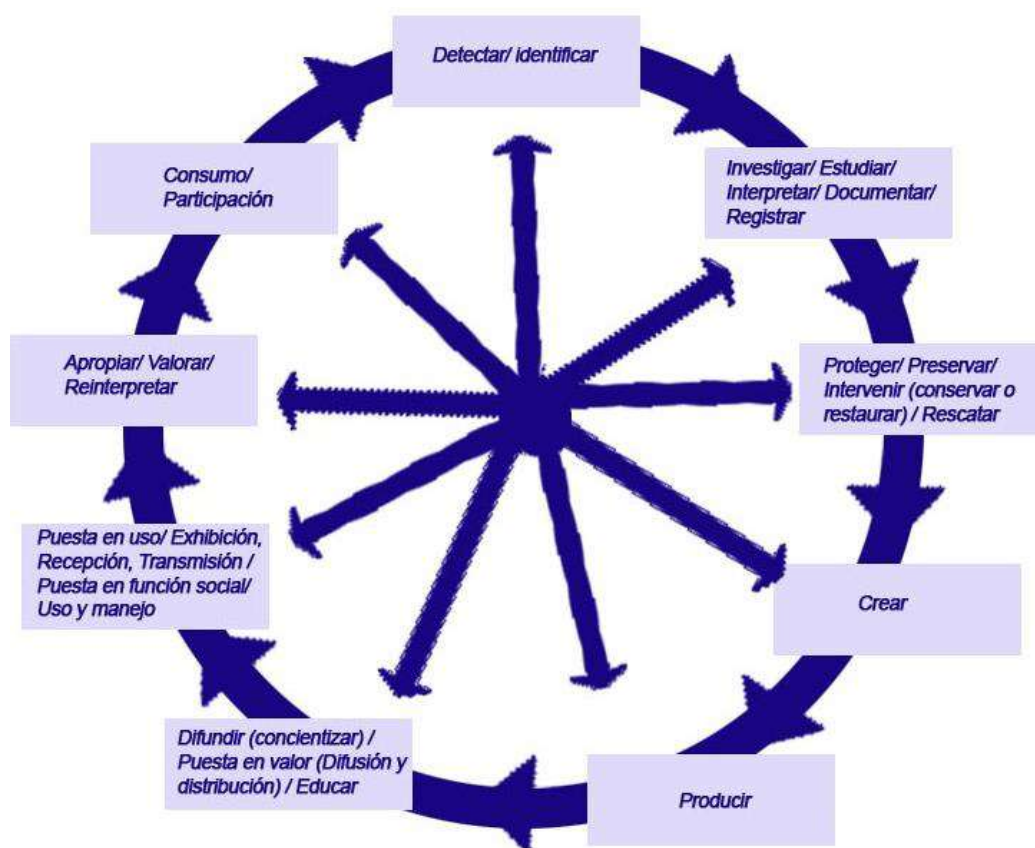
CICLOS, FASES, SERIES Y ETAPAS DE LA GESTIÓN CULTURAL/PATRIMONIAL, POR DISTINTOS AUTORES				
DeCarli (2018) (modelo jerárquico)	Hernández (2015) (fases y ciclos)	Carlucci (2016) (Proceso de Gestión patri. Serie secuencial de actividades)	UNESCO (2009) (modelo cíclico)	Finalidad estrategia patri. de tesis (2000/2015) (fases aleatorias)
1) Detección del bien en peligro. 2) Registrar y documentar. 3) Investigar (científica y participativa). 4) Intervención (acciones: conservar o restaurar). 5) Difusión (acciones: concientizar). 6) Puesta en función social.	1) Interpretación (Investigación, Formación, Creación y Producción). 2) Puesta en valor (Difusión y distribución). 3) Puesta en uso (Comercialización, exposición/exhibición, Conservación/restauración). 4) Apropiación. 5) Consumo.	A. Fase inicial de nivel mínimo para aplicarse sobre todos los bienes: 1. Identificación (pre - catalogación y georreferenciación) 2. Documentación e investigación (catalogación y estado de conservación) 3. Protección (declaratoria preliminar - en espera de plan de manejo). B. Fase de consulta a nivel político - administrativo sobre la posible utilización del Bien (Intervenciones estatal, comunitaria, privada, mixta, eclesiástica). C. Fase sucesiva a realizarse después de decisión de intervención y en acuerdo con las decisiones de la fase B. 4. Preservación 5. Uso y manejo	1) Creación. 2) Producción. 3) Difusión. 4) Exhibición/Recepción/Trasmisión. 5) Consumo/ Participación.	1) Identificar. 2) Estudiar. 3) Rescatar. 4) Difundir. 5) Educar. 6) Valorar. 7) Reinterpretar.

Fuente: DeCarli (2018); Hernández (2015); Carlucci (2016); y UNESCO (2009).

Las fases o etapas propuestas pueden darse como parte de un sistema, de un ciclo o incluso de manera separada, y no necesariamente deben presentarse todas las etapas propuestas. Además, existen interconexiones entre las actividades, incluso retroalimentación de algunas etapas -como la demanda o consumo-, que permiten mejoras y nuevas propuestas creacionales o productos culturales. Sin embargo, en un intento por consensuar las propuestas de UNESCO (2009); Hernández (2015); Carlucci (2016); y DeCarli (2018), sumado a lo visualizado en las tesis de diseño, en relación a la *Finalidad de la estrategia*

patrimonial, hacemos la siguiente propuesta de nueve fases: 1) Detectar / identificar; 2) Investigar / Estudiar / Interpretar / Documentar / Registrar; 3) Proteger / Preservar / Intervenir -conservar o restaurar- / Rescatar; 4) Crear; 5) Producir; 6) Difundir, -concientizar- / Puesta en valor -Difusión y distribución- / Educar; 7) Puesta en uso / Exhibición, Recepción, Transmisión / Puesta en función social / Uso y manejo; 8) Apropiar / Valorar / Reinterpretar; y 9) Consumo / Participación. A continuación esquematizamos nuestra propuesta en la figura N° 37:

Figura N° 37:
Propuesta de esquema de ciclos de la gestión cultural/patrimonial.



Fuente: UNESCO (2009); Hernández (2015); Carlucci (2016); DeCarli (2018) y análisis de tesis de Diseño Gráfico Universidad de Chile, entre 2000 y 2015.

De lo expuesto, sumado a la figura N° 37, concluimos que las tesis de diseño han incluido dentro de sus preocupaciones la gestión del patrimonio. Esta es entendida no solo como aspectos administrativos, sino que además como la generación de puentes con la sociedad, siendo los propios sujetos de una sociedad quienes otorgan valor al patrimonio, ya sea desde ámbitos estéticos, religiosos, de uso social, simbólicos, identitarios, entre otros.

En este sentido, las fases de *Identificación e investigación*, están presentes en los proyectos de tesis y se basan en estudios previos, detecciones del propio tesista o por intereses de la institución, la carrera, los docentes, el Estado y la sociedad chilena. La *Identificación e investigación* no se vislumbran dentro de las tres primeras mayorías, pero si son consideradas como ejes que permiten llevar a cabo las otras categorías, además de presentarse como categorías desarrolladas dentro de las tesis, en los términos de *Identificar*: 6,5%, y *Estudiar*: 4,6%, aunque con poca presencia.

La finalidad de *Rescate* con un 30,8%, seguida por la estrategia de *Valoración* con un 29% y la de *Educación* con un 13,9%, son las de mayor presencia. Creemos que la disciplina explora en los patrimonios e intenta, en una primera instancia, el rescate de aquello que comienza a descubrir. Así aspira a ser un aporte social, a través de la educación de los temas patrimoniales, para luego poder generar una valoración disciplinar y social en estas materias. Mientras que las *fases de creación y producción*, casi siempre se dan de manera inherente o como parte de la estrategia propuesta, no siendo visualizadas como una categoría extra en las tesis. Asimismo se podría pensar que la *difusión patrimonial*, podría ser una categoría muy relevante para la disciplina del diseño, puesto que su trabajo principal es comunicar. Sin embargo, esta categoría se visualiza en un 12,8%. En este sentido, pensamos que la disciplina, primero intenta conocer y familiarizarse con los patrimonios, es decir, rescatar lo que como disciplina destaca, para luego entrar en los procesos de difusión. De este modo, existen cinco años en los que no se presenta la categoría de difusión: 2000, 2001, 2007, 2010 y 2011. En definitiva, la disciplina difunde aspectos del patrimonio que previamente han sido identificados, reconocidos o catalogados, aunque igualmente comienza a evidenciar otras categorías menos reconocidas o con un reconocimiento más tardío, como el patrimonio gráfico, que permite una reconstrucción de la historia visual de Chile.

Así recién en el año 2009 la revista *Patrimonio Cultural*, en su edición N°50, invita a “diseñadores y artistas a reinterpretar el patrimonio gráfico de Chile y repensar los íconos de nuestra historia visual” (DIBAM, 2009, p.3). Instancia en que la labor del diseñador se cruza con un tipo de patrimonio, no muy difundido, el gráfico. Y luego, en el 2014, como resultado del concurso Fondart 2013, se genera el proyecto *#Diseño Nacional, Álbum del Imaginario Gráfico de Chile#*, que consiste en un banco online de imágenes/gráficas y productos nacionales de entre 1840 y 1920: www.disenonacional.cl, con la intención de recopilar y registrar obras gráficas, diseños industriales y productos, y así ser un aporte en

el rescate y difusión del patrimonio visual de Chile (CNCA, 2014). De este modo, la difusión del patrimonio con mayor cercanía a la disciplina -como lo es el de una manifestación gráfica- comienza a identificarse y categorizarse por el Estado de manera más tardía que el resto de las categorías patrimoniales nacionales, y creemos que el diseño ha aportado en esta construcción.

Por otro lado, las categorías menos abordadas son las de *Reinterpretación* con un 2,4%, seguida de la categoría de *Estudio* con un 4,6%. En relación a la reinterpretación y su baja presencia, pensamos que tiene que ver con los procesos previos que se requieren para poder plasmar una reinterpretación, es decir, la identificación, investigación, reconocimientos, apropiaciones, catalogaciones, e incluso los incentivos del Estado, sus instituciones y la formación en patrimonio, entre otros aspectos previos. Así, para hacer una nueva interpretación patrimonial, se hacen adaptaciones de bienes ya reconocidos, en un intento de articular las visiones del pasado en una construcción actual. Un año después de la edición N° 50 de revista *Patrimonio Cultural* (2009), y su invitación a diseñadores para reinterpretar el patrimonio gráfico de Chile, se visualiza por segunda vez -dentro de las tesis analizadas- una reinterpretación patrimonial, en el 2010. Sobre este aspecto solo cuatro años presentan la categoría de reinterpretación: 2004, 2010, 2014 y 2015.

Por otro lado, si observamos las categorías de manera separada destacamos que en la finalidad de: *Educar* el porcentaje más alto está el año 2006 con un 3%; *Identificación* el porcentaje más alto está el año 2015 con un 3,5%; *Difusión* el porcentaje más alto está el año 2003 con un 2,3%; *Rescate* el porcentaje más alto se comparte entre el año 2004 y 2014, ambos con un 4,1%; *Valoración* el porcentaje más alto está el año 2003; y en *Reinterpretación* no existen años con un alto porcentaje de presencia, pues como ya se dijo es la categoría menos visualizada, es así que los años 2004, 2010, 2014 y 2015, solo muestran representación de esta categoría con un 0,6% cada año. En *Estudio* el porcentaje más alto está el año 2015 con un 2,3%.

En este sentido, los años que presentan los porcentajes más altos son: el 2003, 2004, 2006, 2007, 2008, 2013, 2014 y 2015, destacándose los años 2003, 2006, 2014 y 2015, con más de un porcentaje alto. La tabla N° 35 expone una síntesis de los años con mayor porcentaje en cada categoría y el gobierno vigente para cada categoría destacada.

Tabla N° 35:

Los años con mayor porcentaje en cada categoría, y el gobierno vigente para cada para cada año.

Finalidad de	Año de mayor presencia	% de presencia	Gobierno de
Rescate	2004 y 2014	4,1%	Lagos/Bachelet
	2006 y 2013	3,5%	Bachelet/Piñera
Identificación	2015	3,5%	Bachelet
Valoración	2003	3,4%	Lagos
	2007, 2008 y 2014	3%	Bachelet/Bachelet/ Bachelet
Educación	2006	3%	Bachelet
Difusión	2003	2,3%	Lagos
Estudio	2015.	2,3%	Bachelet
Reinterpretación	No existe años con presencia destacada	No existe porcentaje destacado	-----

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla N° 35, destacamos al gobierno de Michelle Bachelet, puesto que en los años de sus mandatos se producen cinco categorías en alta presencia y ocho años destacados. Estas categorías son: *Rescate*, *Identificación*, *Valoración*, *Educación* y *Estudio*. Mientras que con Piñera destacamos solo la categoría de *Rescate* con alta presencia. Y finalmente con Lagos destacamos las categorías de: *Rescate*, *Valoración* y *Difusión*. Asimismo, durante los tres gobiernos mencionados la categoría de *Rescate* se destaca en presencia.

Por último, destacamos dos periodos de tendencia ascendente dentro de las tesis con finalidad de *Rescate*: del 2001 con 0%, al 2004 con 4,1%, en el gobierno de Lagos; y luego del 2011 con 0%, al 2014 con 4,1%, en gobiernos de Piñera y Bachelet. Asimismo, subrayamos un periodo de tendencia ascendente dentro de las tesis con finalidad de *Valoración*: del 2011 con 0%, al 2014 con 3%, en gobiernos de Piñera y Bachelet. En este sentido, vemos que Lagos se sigue destacando como impulsor del rescate patrimonial, mientras que la valoración y el rescate comienzan a ascender a medida que nos acercamos al gobierno de Bachelet, pues en ambos casos el 2011 –gobierno de Piñera- presenta un 0%.

Finalmente, resulta interesante destacar que si bien una de las fases dentro de la gestión cultural/patrimonial, es el *Consumo*, esta categoría no se visualiza en las tesis de diseño. Creemos que esta ausencia podría estar dibujando un perfil profesional algo más alejado de aspectos netamente comerciales o mercantiles, para acercarse a un perfil más social con nuevas preocupaciones. La evolución teórica/investigativa del patrimonio, ha ido modificando la propia esencia o concepto del mismo. De este modo, el patrimonio pasa por un proceso que lo identifica como un bien hasta un consumo cultural. Así, su propia

evolución se inscribe en ser concebido como: bien; recurso; producto; oferta; y consumo. Mientras que sus procesos circulan por: puesta en valor; desarrollo; accesibilidad; y acciones de comunicación (Tresserras, 2003). Sin embargo, estas nuevas miradas son a la vez caminos para explorar desde el diseño. Melenje (2014) señala que la disciplina debe dar un giro, tanto en su reflexión como en sus prácticas e investigaciones, y permitirse así la búsqueda de nuevas perspectivas, funciones y campos de estudio. Todo esto con el objeto de transitar caminos desconocidos que amplíen las viejas interrogantes.

La atención que el diseño le da a sus contextos más inmediatos, va permitiendo un tránsito por distintas temáticas. En este sentido, los patrimonios y la cultura, fueron introduciéndose en los ámbitos industriales y comerciales como un producto, una oferta y un consumo. En este nuevo escenario, la UNESCO (2009) considera a las industrias creativas como un componente importante en las economías posindustriales, pues estas permiten el crecimiento económico, empleo y transmisión de la identidad cultural, con la producción de bienes y servicios culturales. No obstante, estas no permanecen ajenas a ciertas dificultades, y en estos momentos vivimos un tránsito a entornos digitales que afecta a las industrias culturales y al proceso en la producción, distribución y consumos culturales. Se trata de nuevas modalidades de producción cultural. Además, la globalización es un hecho en el mundo cultural, y cada vez más países emergentes poseen industrias de referencia en música, edición, cine, artes audiovisuales, artes gráficas, etc. Así, se intercambian productos y se hacen transacciones comerciales y de creación colectiva para usos individuales en el mundo. Mientras que la *industria cultural*, según la UNESCO, es parte de la *industria creativa*. Además, corresponde a las industrias que mezclan creación, producción y comercialización de contenidos creativos intangibles y de naturaleza cultural. Esto lo hacen en sectores tan diversos como el editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño. Por su parte, las industrias creativas son aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo, e incluye a sectores como la arquitectura y publicidad.

Si bien la cultura y los patrimonios se acercan a este ámbito industrial y comercial, las tesis de diseño se relacionan menos con estos aspectos y se concentran en identificar, estudiar, rescatar, difundir, educar, valorar y reinterpretar. Así los consumos tal vez estén más presentes en el ámbito profesional, mientras que su formación o el resultado de esta, se introduce más en aspectos vinculados a necesidades humanas o sociales, por sobre las

necesidades del comercio y los consumos. Sin embargo, entendemos que este nicho comercial, asociado a los consumos, es un camino que la disciplina también transita, puesto que el ciclo cultural involucra a diversos actores, tanto del sector mercantil como no mercantiles, entregando valor a las expresiones de la cultura. Estos actores, según la UNESCO (2009) “pueden ser creadores, productores, difusores, instituciones públicas, organizaciones profesionales, etc.” (UNESCO, 2009, s. p.).

Por tanto, el consumo cultural, no solo se vincula al comercio, sino que también con el acceso del público a productos culturales, e implica además, “tomar parte en experiencias culturales, incluyendo las prácticas de aficionados (amateurs). Ejemplo: Leer un libro, bailar, escuchar la radio, visitar una galería de arte” (UNESCO, 2009, s.p). Esta mirada del consumo necesita de la circulación del material teórico y gráfico propuesto en las tesis, lo cual en muchas ocasiones involucra una inversión económica o la vinculación a algún proyecto institucional o estatal para lograr una participación social y su consumo.

4.1.7. Propuesta de solución a la intervención patrimonial

Presentación de tablas y figuras que expresan la propuesta de solución a la intervención patrimonial

A través del análisis de contenido de los objetivos, de las 172 tesis de diseño gráfico dirigidas al patrimonio, es posible determinar las *Propuestas de solución a la intervención patrimonial*. En este sentido hemos considerado la frecuencia de aparición de términos relacionados a una propuesta de solución de los siguientes tipos: *Soporte impreso o editorial; Iconográfica; Audiovisual; de Identidad o identificación; Educativa o informativa; Lúdicas; de Consumo; Comunicacional; de Recopilación; Teórica; y Artística/gráfica.*

En las tablas N° 36 y N° 37 presentamos las 172 tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente por año de publicación y propuesta de solución a la intervención patrimonial. Así para la tabla N° 36 los porcentajes son calculados en base al total de tesis por año, y en la tabla N° 37 este porcentaje es en base a la totalidad de tesis patrimoniales: 172. Luego, visualizamos las figuras N° 38 y N° 39 que nos ilustran los datos de la tabla N° 36 y N° 37, respectivamente. Del mismo modo, las figuras N° 40 y N° 41, demuestran el porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis.

Tabla N° 36:

Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por propuesta de solución a la intervención patrimonial y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total por año.

PROPUESTA DE SOLUCIÓN A LA INTERVENCIÓN PATRIMONIAL (TÉRMINOS)																								
Año	% soporte impreso o editorial	N°	% Iconográficos	N°	% Audiovisual	N°	% Identidad o identificación	N°	% Educativo o informativo	N°	% Lúdicos	N°	% Consumo	N°	% Comunicacionales	N°	% Recopilación	N°	% Teóricos	N°	% Artístico/ gráfico	N°	Total (%)	Total (N°)
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1
2002	33%	2	0%	0	0%	0	50%	3	0%	0	0%	0	0%	0	17%	1	0%	0	0%	0	0%	0	100%	6
2003	12,5%	2	0%	0	19%	3	12,5%	2	19%	3	0%	0	0%	0	31%	5	6%	1	0%	0	0%	0	100%	16
2004	47%	8	0%	0	11,8%	2	0%	0	5,9%	1	0%	0	0%	0	23,5%	4	5,9%	1	0%	0	5,9%	1	100%	17
2005	33%	5	0%	0	7%	1	0%	0	7%	1	0%	0	0%	0	33%	5	7%	1	0%	0	13%	2	100%	15
2006	18,8%	3	0%	0	31,3%	5	0%	0	18,8%	3	0%	0	0%	0	18,8%	3	12,5%	2	0%	0	0%	0	100%	16
2007	50%	5	0%	0	0%	0	0%	0	20%	2	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	30%	3	100%	10
2008	23%	3	0%	0	15,4%	2	0%	0	30,8%	4	0%	0	0%	0	15,4%	2	7,7%	1	0%	0	7,7%	1	100%	13
2009	60%	3	0%	0	0%	0	0%	0	20%	1	0%	0	0%	0	0%	0	20%	1	0%	0	0%	0	100%	5
2010	33,3%	3	22,2%	2	11,1%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	11,1%	1	0%	0	0%	0	22,2%	2	100%	9
2011	0%	0	0%	0	100%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1
2012	30%	3	0%	0	30%	3	10%	1	20%	2	0%	0	0%	0	0%	0	10%	1	0%	0	0%	0	100%	10
2013	33%	5	0%	0	26%	4	7%	1	7%	1	0%	0	0%	0	7%	1	20%	3	0%	0	0%	0	100%	15
2014	10,5%	2	0%	0	31,6%	6	5,3%	1	0%	0	0%	0	10,5%	2	5,3%	1	10,5%	2	5,3%	1	21%	4	100%	19
2015	26,3%	5	0%	0	21%	4	0%	0	5,3%	1	5,3%	1	15,8%	3	0%	0	10,5%	2	15,8%	3	0%	0	100%	19
																								172

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 37:

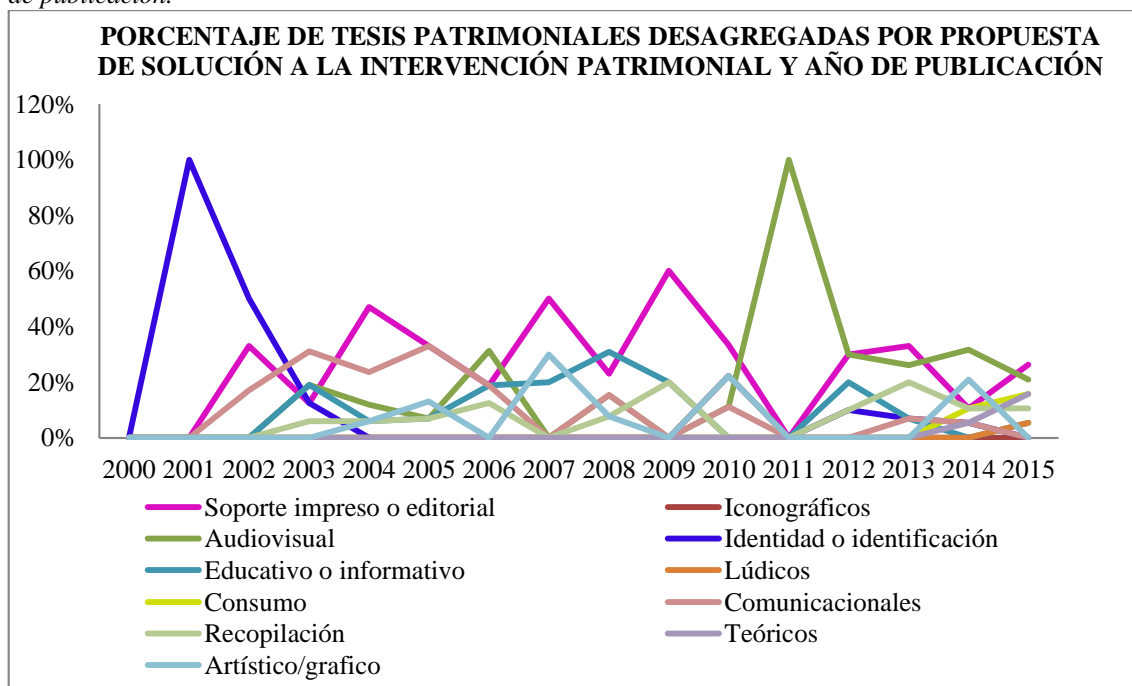
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por propuesta de solución a la intervención patrimonial y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de tesis patrimoniales: 172.

PROPUESTA DE SOLUCIÓN A LA INTERVENCIÓN PATRIMONIAL (TÉRMINOS)																								
Año	% soporte impreso o editorial	N°	% Iconográficos	N°	% Audiovisual	N°	% Identidad o identificación	N°	% Educativo o informativo	N°	% Lúdicos	N°	% Consumo	N°	% Comunicacionales	N°	% Recopilación	N°	% Teóricos	N°	% Artístico/ gráfico	N°	Total (%)	Total (N°)
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1
2002	1,1%	2	0%	0	0%	0	1,7%	3	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	0%	0	3,4%	6
2003	1,1%	2	0%	0	1,7%	3	1,1%	2	1,7%	3	0%	0	0%	0	2,9%	5	0,6%	1	0%	0	0%	0	9,1%	16
2004	4,7%	8	0%	0	1,2%	2	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	2,3%	4	0,6%	1	0%	0	0,6%	1	10%	17
2005	3%	5	0%	0	0,6%	1	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	2,9%	5	0,6%	1	0%	0	1,2%	2	8,9%	15
2006	1,7%	3	0%	0	3%	5	0%	0	1,7%	3	0%	0	0%	0	1,7%	3	1,2%	2	0%	0	0%	0	9,3%	16
2007	3%	5	0%	0	0%	0	0%	0	1,2%	2	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	1,7%	3	5,9%	10
2008	1,7%	3	0%	0	1,2%	2	0%	0	2,3%	4	0%	0	0%	0	1,1%	2	0,6%	1	0%	0	0,6%	1	7,5%	13
2009	1,7%	3	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	2,9%	5
2010	1,7%	3	1,2%	2	0,6%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	1,2%	2	5,3%	9
2011	0%	0	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1
2012	1,7%	3	0%	0	1,7%	3	0,6%	1	1,2%	2	0%	0	0%	0	0%	0	0,6%	1	0%	0	0%	0	5,8%	10
2013	3%	5	0%	0	2,3%	4	0,6%	1	0,6%	1	0%	0	0%	0	0,6%	1	1,7%	3	0%	0	0%	0	8,8%	15
2014	1,2%	2	0%	0	3,4%	6	0,6%	1	0%	0	0%	0	1,2%	2	0,6%	1	1,2%	2	0,5%	1	2,3%	4	11%	19
2015	3%	5	0%	0	2,3%	4	0%	0	0,6%	1	0,5%	1	1,7%	3	0%	0	1,2%	2	1,7%	3	0%	0	11%	19
Total	28,6%	49	1,2%	2	18,6%	32	5,2%	9	11,1%	19	0,5%	1	2,9%	5	13,3%	23	8,9%	15	2,2%	4	7,6%	13	100%	172

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 38:

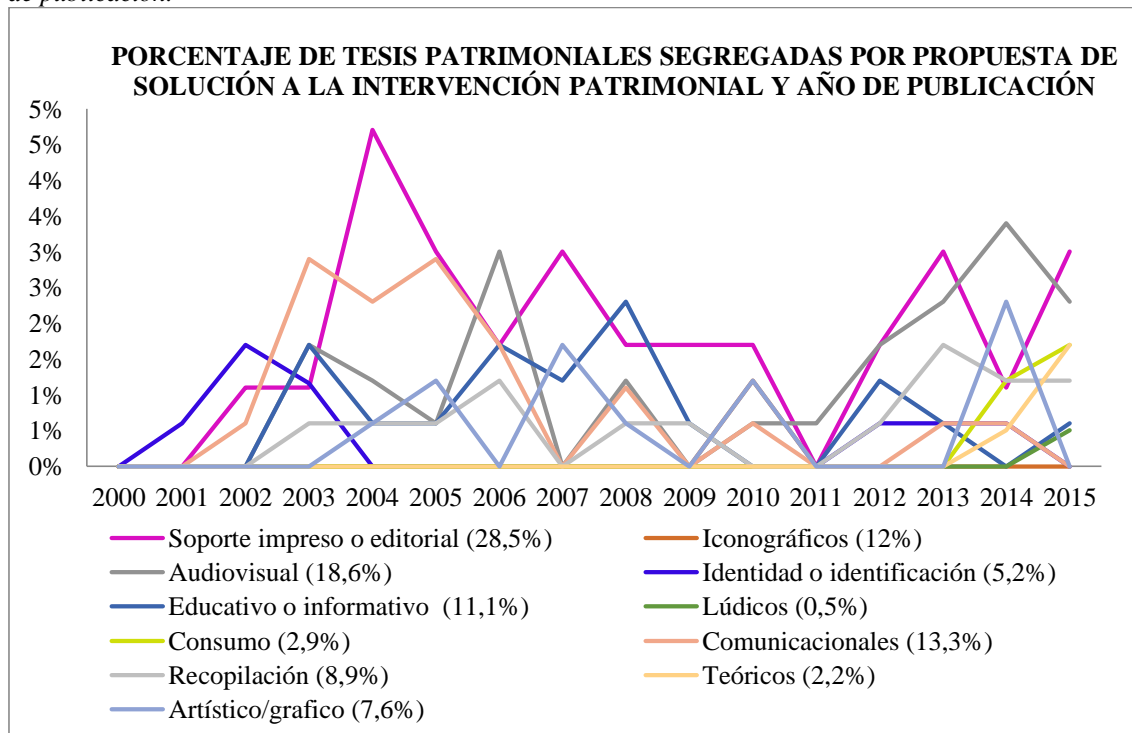
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por propuesta de solución a la intervención patrimonial y año de publicación.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 39:

Porcentaje de tesis patrimoniales segregadas por propuesta de solución a la intervención patrimonial y año de publicación.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 40:

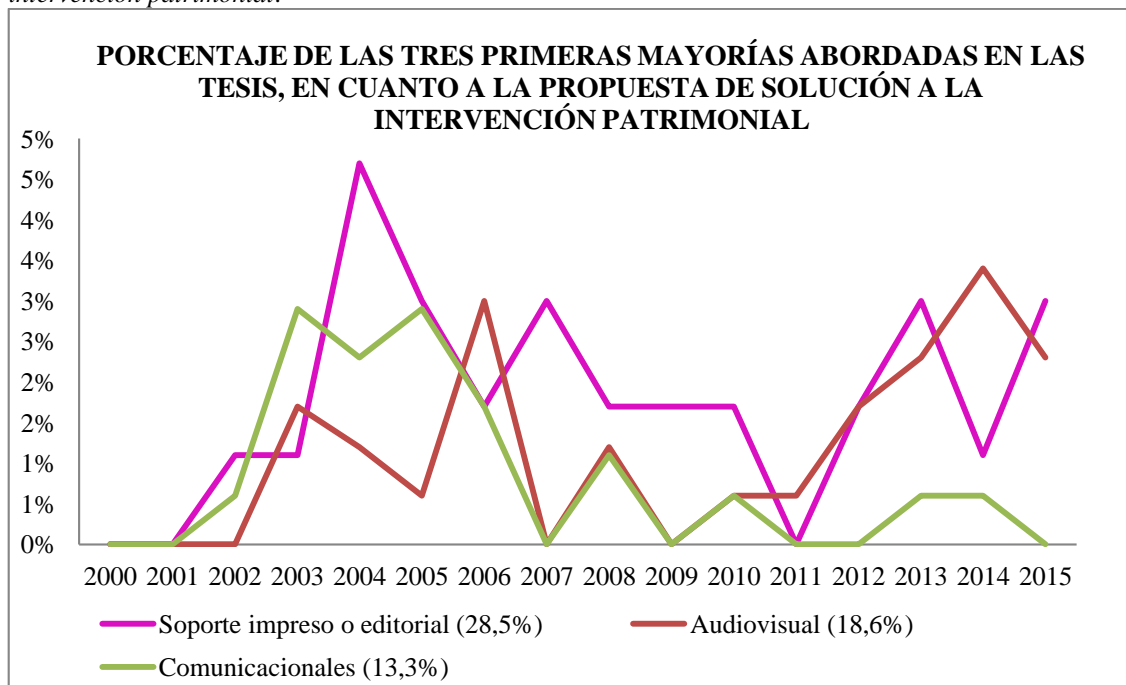
Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis, en cuanto a la propuesta de solución a la intervención patrimonial.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 41:

Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis, en cuanto a la propuesta de solución a la intervención patrimonial.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión sobre la propuesta de solución a la intervención patrimonial

El análisis de las tablas N° 36 y N° 37 y las figuras N° 38, N° 39, N° 40 y N° 41, que muestran las tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente por *propuesta de solución a la intervención patrimonial* y año de publicación, nos arroja lo siguiente:

La *propuesta de solución a la intervención patrimonial* mayormente abordada en las tesis es *Soporte impreso o editorial* con un 28,5%, seguida por *Audiovisual* con un 18,6%. Por otro lado, las categorías menos abordadas son *Lúdica* con un 0,5%, seguida de la categoría *Iconográfica* con un 1,2%. No existe ningún año que presente todas las categorías propuestas, siendo el 2014 el año que muestra la mayor variedad de categorías, dejando fuera solo tres de ellas: *Iconográfica; Educativa o informativa; y Lúdicas*.

Primeramente, señalaremos que el diseño posee una diversidad de discursos que surgen a su vez de diversas posturas. En este sentido, creemos que estos van intrínsecamente asociados a los artefactos propuestos por la disciplina, y muchos de sus discursos se conforman observando su praxis y producción. Rodríguez (2018) identifica algunos de estos discursos: Diseño como signo, Diseño emocional, Gestión del diseño y Diseño estratégico. Asimismo señala las tesis o posturas del diseño en la posmodernidad, identificando al: Diseño sustentable, Diseño Universal, Diseño centrado en el usuario, Diseño para la base de la pirámide y el Diseño como interface.

A través de los productos o artefactos, tan propios del ser humano y por cierto de los diseñadores, es que esta disciplina se vincula a la cultura. Simón (s.f) afirma que:

En el momento en que todos los productos del trabajo humano se consideran artefactos, surge el concepto moderno de cultura material, difundido sobre todo por los antropólogos, los arqueólogos e incluso por los historiadores. En definitiva, nos dice Maldonado, se trata de la concepción, hoy generalmente aceptada, según la cual los productos de la actividad técnica humana se han de considerar siempre como hechos de la «vida material»; o mejor aún, de cultura (o de civilización) material. (Simón, s.f, s.p)

Si el análisis del diseño lo hacemos desde sus productos, surgen las distintas especialidades de la disciplina, como son el Diseño: Grafico, Vestuario, Industrial, de Interiores y Multimedia, entre otros. Cada una de ellas con sus propias técnicas de producción. Aunque Rodríguez (2018) indica que además de analizar al diseño desde sus productos, es posible hacerlo desde sus procesos o bien desde sus efectos en la sociedad.

Por otro lado, el diseño contemporáneo se enfrenta a la necesidad de responder a problemas complejos que muchas veces no son abordables por una única disciplina. En otras palabras, estos problemas se inscriben en diversos campos de conocimiento, situación que ha permitido que la disciplina del diseño experimente nuevas prácticas y maneras de gestionar el diseño y su investigación. Se trata de un tránsito disciplinar hacia escenarios transdisciplinarios con la experimentación de métodos emergentes de tipo colaborativos, de innovación social o multidisciplinares, entre otros. De esta forma, se da paso a una respuesta creativa a las necesidades o retos sociales y culturales de una sociedad/comunidad, en el contexto contemporáneo. Por esta vía, la disciplina trabaja para encontrar y modelar soluciones concretas y viables que atienden a problemas sociales, y, por su parte, el proyecto de diseño, permite que el diseñador gestione estas soluciones, a través de una propuesta metodológica efectiva. En definitiva, vemos que es posible el abordaje del diseño desde variados ámbitos, como lo son: sus discursos, sus posturas, sus productos o artefactos, sus proyectos, sus procesos o sus efectos en la sociedad.

Según lo expuesto, y centrándonos en las tesis analizadas, observamos *las propuestas de solución a la intervención patrimonial*. Tales planteamientos, exponen -desde su existencia en las tesis- el desarrollo de estos nuevos discursos, posturas, productos/artefactos, proyectos, procesos y efectos en la sociedad. De hecho, la disciplina del diseño, al trabajar con los patrimonios, asume una postura o relación transdisciplinaria o multidisciplinar, de tal modo que comienza a vincularse y a explorar nuevos campos como: la política, la sociología, la economía, la historia, la cultura, entre otros, involucrándose en la gestión, las estrategias y el diseño social. A causa de ello, los pilares más fundamentales del diseño moderno comienzan a moverse en un tránsito que va desde la forma hacia procesos más complejos, sistémicos y multidisciplinares, que se alejan de las posturas tradicionales.

El *Soporte impreso o editorial* -por el uso de las tecnologías gráficas de impresión- se transforma en el artefacto más común dentro de la especialidad del Diseño Gráfico, condicionando, de alguna manera, una gran parte de sus resultados proyectuales. Así lo afirma Herrera y Fernández (2014), cuando señalan que “es evidente que los diseñadores gráficos no van a dejar de configurar objetos tradicionalmente *designados* como *gráficos* - libros, revistas, catálogos, periódicos, sistemas de señalización, envases” (p. 223). Sin embargo, agregan que “la implantación de la tecnología digital está presente en los nuevos

objetos y soportes de comunicación visual, abriéndose en ellos un gran potencial de comunicación basado en la interactividad” (Herrera y Fernández, 2014, p. 223).

Estos argumentos podrían explicar el alto porcentaje de propuestas asociadas a un *Soporte impreso o editorial*: 28,5%, en las tesis de diseño. Es decir que su artefacto más tradicional se impone por sobre los otros tipos de artefactos, independientemente de su acercamiento a los patrimonios. Igualmente, la segunda mayoría, orientada a una propuesta *Audiovisual*: 18,6%, se entendería por los nuevos campos de acción, asociados a la tecnología digital y el interés por estos medios, tanto a nivel de alumnos, como de docentes. En este sentido, muchas carreras de Diseño Gráfico han debido actualizar sus currículos en pos de los nuevos cambios tecnológicos que afectan a la sociedad y a la propia disciplina, asumiendo nuevos desafíos y proyectos, en líneas audiovisuales o de multimedios. Es más, los alumnos tesistas de nuestro periodo en estudio corresponden a los conocidos como *nativos digitales*, condición que comparte tanto la *Generación Y* –o *Millenials*- como la *Generación Z* -*Generación internet*. Personas que han nacido o se han desarrollado con el progreso tecnológico, por lo que poseen una gran habilidad en los entornos digitales, ocupando un lugar muy importante en sus vidas cotidianas (Prensky, 2004).

Asimismo vemos en el *soporte impreso o editorial* un espacio propicio para la difusión y rescate de los patrimonios, es más, estos artefactos son los más usados y accesibles en los procesos de divulgación y valoración patrimonial. Algunos ejemplos que mezclan a la disciplina del diseño, los patrimonios y los soportes impresos o editoriales son los que vemos en la tabla N° 38. Ahí hemos seleccionado impresos del tipo: Libro, Pack de dos libros; Cuentos infantiles, Serie de cuatro volúmenes; Libro didáctico, Serie de cuatro volúmenes; Afiche de evento; Tríptico informativo; Prensa escrita, *El Mercurio*; Manual de origami; Colección de 15 infografías; Revista *Patrimonio Cultural*; y Tesis de Diseño Gráfico de la Universidad de Chile. Esta es solo una muestra, pues existen muchos otros soportes, pero nos da una idea de cómo el diseño se vincula, desde hace bastante tiempo, con el patrimonio a través de diversos soportes impresos, que requieren de la creatividad y profesionalidad de un diseñador para su concreción.

Tabla N° 38:

Ejemplos de soportes impresos o editoriales, que vinculan a la disciplina del diseño con los patrimonios.

SOPORTES IMPRESOS O EDITORIALES			
			
<p>Tipo de impreso: Libro (Pack de 2 libros). Tema: Patrimonio natural y cultural de Chile Título: Curiosidades de Chile. Patrimonio cultural. Autores: Fundación Astoreca Año: 2019. Editorial: Fundación Astoreca</p>			
			
<p>Tipo de impreso: Cuentos infantiles (serie de cuatro volúmenes) Tema: Pueblos Originarios (Selk'nam, Aymara, Mapuche y Rapa Nui) Títulos: (colección) Selk'nam pinta y recuerda; Rapa Nui pinta y recuerda; Aymara pinta y recuerda; Mapuche pinta y recuerda. Autores: Ocho Libros Editores Ltda; Fundación Había Una Vez. Año: 2009 Editorial: Ocho Libros Editores Ltda.</p>			
			
<p>Tipo de impreso: Libro didáctico (serie de cuatro volúmenes) Tema: Pueblos Originarios (Atacameño, Aymara, Mapuche y Rapa Nui). Títulos: (colección Artesanía Latinoamericana para hacer y conocer) Artesanía Mapuche, para hacer y conocer; Artesanía Aymara para hacer y conocer; Artesanía Rapanui para hacer y conocer. Autor: Francisca Jiménez Bluhm. Ilustraciones: María José Escalona y Natalia Rodríguez. Año: 2011, 2011, 2012, 2013. Editorial: Mis Raíces.</p>			



Tipo de impreso: Afiche de evento. Tema: Día del Patrimonio. Título: Día del Patrimonio. Autor: Gobierno de Chile (Servicio Nacional del Patrimonio Cultural). Años: 2013, 2016, 2017 y 2019.



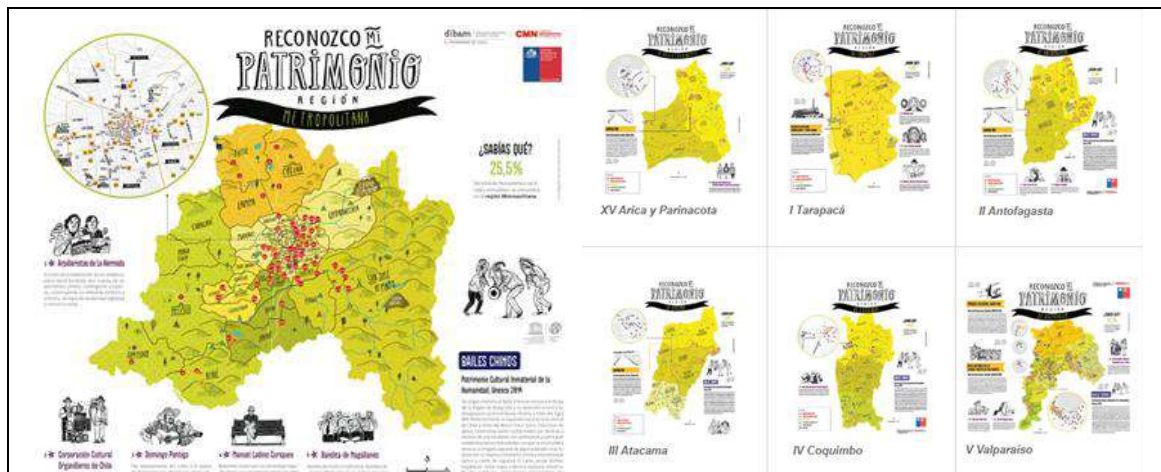
Tipo de impreso: Tríptico informativo. Tema: Objetos patrimoniales que componen las colecciones y su importancia dentro de los museos. Título: Objetos patrimoniales en tu sala de clases. Autor: Gobierno de Chile (Servicio Nacional del Patrimonio Cultural). Años: 2018.



Tipo de impreso: Prensa escrita "El Mercurio" Tema: Difusión de libros patrimoniales. Título: Conocer para querer. Autor: Elena Irarrazabal. Año: 15 de junio de 2019.



Tipo de impreso: Manual de origami. Tema: Patrimonio natural (Fauna chilena) Título: Origami, Chile de papel. Autor/ilustración: Patricio Kunz Tomic. Año: 2016. Editorial: Hueders



Tipo de impreso: Colección de quince infografías. Tema: Patrimonio natural (Fauna chilena) Título: Reconozco Mi Patrimonio. Autor: Gobierno de Chile (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes; Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos; y el Consejo de Monumentos Nacionales). Diseño: Mathias Sielfeld. Año: 2016



Tipo de impreso: Revista Tema: Patrimonio cultural. Título: Chile gráfico. Autor: Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (Gobierno de Chile, DIBAM). Año: 2009



Fuente: Tesis Diseño Gráfico en Patrimonio Cultura, 2005-2015. Elaboración propia.

Por otro lado, las categorías menos abordadas son *Lúdica* con un 0,5%, seguida de la categoría *Iconográfica* con un 1,2%. Es más, las tesis que proponen artefactos lúdicos, aparecen solo el año 2015, mientras que las *Iconográficas* solo lo hacen el 2010.

Este bajo y tardío interés por artefactos lúdicos como *propuesta de solución a la intervención patrimonial*, puede relacionarse a un cambio de interés social, en cuanto a los tipos de juegos y exigencias estéticas y de uso de los usuarios actuales. Tal como lo explica Catalán (2018): “la creatividad humana desarrolló miles de juegos que no han sobrevivido, por un hecho principal, se dejan de jugar, ya no son del gusto del jugador y de su cultura”(p.2). Además la autoría de los juegos, para este autor, se centra en tres tipos de personas: “El diseñador, creador anónimo, del pueblo, sin capacidad de transmitir su autoría. El impresor que intenta sacar un beneficio comercial con el producto. El intelectual que intenta utilizar el medio como un transmisor de su ciencia” (Catalán, 2018, p.3).

Entonces, creemos que la inclusión de la tecnología en los juegos abrió caminos distintos para la creación de los mismos. En este sentido, el rubro que tradicionalmente ocupaba el diseñador en la creación de juegos era más bien un Arte 2D. Sin embargo, esta situación ha mutado o se ha diversificado a áreas multimediales, con la aparición del videojuego y el desarrollo de nuevas competencias en los estudiantes de diseño. La creación de los nacientes juegos tecnológicos demanda un equipo multidisciplinar, además de un mayor tiempo y costos para su ejecución. A nivel de tesis muchas veces solo quedan como prototipos a desarrollarse o bien abarcan aspecto estéticos o investigativos y no necesariamente de programación.

Igualmente la masificación de los juegos ya sea del tipo tablero, naipes, online y otros, requiere de una inversión en términos de producción que escapa de las posibilidades de un alumno tesista, considerando además que el desarrollo de un juego involucra su diseño, producción y comercialización del mismo (Catalán, 2018). A causa de ello, podría provocarse un desinterés en este tipo de propuesta de solución a la intervención patrimonial. Adicionalmente, el tipo de producto de videojuegos, comienza a asociarse con otras especialidades del diseño más recientes, que mezclan los multimedia con aspectos estéticos, de diseño 3D y de programación, entre otros. Nacen en Chile carreras más específicas para estos ejemplares de productos, tal como vemos en los ejemplos de la tabla N° 39.

Tabla N° 39:

Carreras emergentes en Chile que mezclan multimedia, estética, diseño y programación.

Nombre de la carrera	Institución	Lugar de Chile
Diseño multimedia	Universidad de Tarapacá (UTA)	Arica
-Animación Digital 3D -Diseño Crossmedia	Universidad Gabriela Mistral.	Santiago
Comunicación Digital: -Animación Digital. -Diseño y Desarrollo de Videojuegos.	Universidad UNIACC	Santiago
Licenciatura en Animación Digital	Universidad de Las Américas (UDLA)	Santiago
Diseño de Videojuegos	Instituto Profesional Santo Tomás	Concepción y Valdivia
Animación Digital	Duoc UC (universidad católica)	Santiago
- Diseño de Videojuegos. - Animación 3D.	ARCOS Instituto Profesional	Santiago y Viña del Mar

Fuente: Elaboración propia.

Igualmente, son los juegos educativos los que adquieren un mayor interés por sobre los que únicamente entretienen, por ser un problema más concreto de solución en una tesis. Al respecto, Catalán (2016) señala que “durante el siglo XIX los juegos fueron adaptados como instrumento para la enseñanza, gracias a la revolución pedagógica, sin olvidar el componente de entretenimiento, naciendo multitud de editores de juegos en todo el mundo” (Catalán, 2016, p.3). En este sentido, considerar a los patrimonios como tema de juego, se vincula más a la categoría educativa o didáctica, alejándose de un foco único de entretención.

Llama la atención la baja presencia de tesis en la categoría *Iconográfica* con un 1,2%, y su tardía aparición recién en el año 2010, sin nuevas apariciones en el periodo en estudio. De alguna manera hablamos de signos que son capaces de comunicar o informar sin tener necesariamente palabras. Sin embargo, la aplicación de estos signos - entendidos también como señaléticas, iconos, símbolos, ideogramas o pictogramas- se ha modificado o más bien

diversificado a otros entornos: infografías, páginas web, datos de contacto, aplicaciones móviles, entre otras. Esta situación hace que las iconografías pasen a formar parte de un producto mayor, transformándose en un elemento más del diseño total. Tal como es el caso de las tipografías, el uso del color, los estilos gráficos y otros. Así la interpretación o decodificación que hace el usuario de estas propuestas gráficas, es el significado de las mismas. Aunque este tipo de signos, más allá de su entorno, pueden poseer diversos objetivos, tales como: orientar, informar, dirigir, identificar, regular -prevenir, restringir o prohibir y ornamentar. Al respecto, creemos que estos elementos gráficos simplificados, dentro de las tesis forman parte de un proyecto mayor. Tal como lo vemos en los siguientes ejemplos de la tabla N° 40.

Tabla N° 40:

Ejemplos de proyectos de tesis para optar al título de Diseñador gráfico de la Universidad de Chile, con aplicación iconográfica.



Proyecto de tesis: Sistema de comunicación visual para el Museo arqueológico Tagua Ragua. Autor: Valeria Apablaza Soto. Profesor guía: Mauricio Vico. Año: 2005. (armable, pagina web, afiche, señalética)

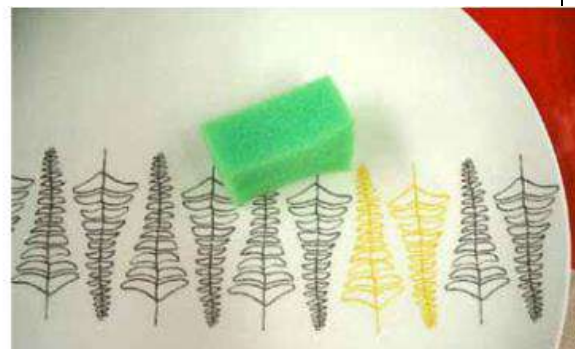
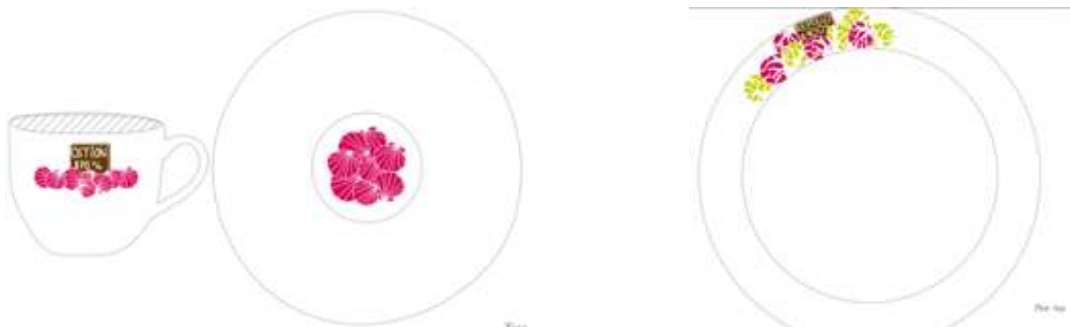
VERDULERÍA



FRUTERÍA



FLORES



Proyecto de tesis: Caserita, una gráfica de superficie al rescate de la feria libre. Autor: Javiera Méndez Cereceda. Profesor guía: Juan Calderón Reyes. Año: 2010. (Diseño de puestos; Diseño de loza; Diseño de paño de cocina; Experimentación real en loza; y Pagina web).

Fuente: Elaboración propia.

4.1.8. Destinatario del mensaje o público objetivo

Presentación de tablas y figuras sobre destinatario del mensaje o público objetivo

A través del análisis de contenido del *Resumen* y/o *Introducción*, más el apartado referido a los *Beneficiarios* y/o *Grupo objetivo*, de las 172 tesis de diseño gráfico dirigidas al patrimonio, es posible determinar los destinatarios del mensaje o públicos objetivos. En este sentido, hemos considerado el tema latente orientado a los siguientes tipos de destinatarios: *Grupos étnico/cultural; Grupo de Alumnos; Grupo de personas de un territorio determinado o indeterminado; Grupo de personas de una Institución u organización ciudadana; Visitantes, observadores o espectadores; Público, usuario o cliente generalizado o impreciso; Grupos de poder económico; y Grupo informal o de interés común.*

En las tablas N° 41 y N° 42 presentamos las 172 tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente por año de publicación y *destinatario del mensaje o público objetivo*. Así, los porcentajes de la tabla N° 41 son en base al total de destinatarios por año, y la tabla N° 42 en base al total de destinatarios: 278 expuestos en las 172 tesis patrimoniales. Luego visualizamos las figuras N° 42 y N° 43 que nos ilustran los datos de la tabla N° 41 y N° 42 respectivamente. Finalmente las figuras N° 44 y N° 45 exponen los porcentajes de las cuatro primeras mayorías observadas.

Tabla N° 41:

Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por tipos de destinatarios del mensaje o públicos objetivos y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de destinatarios por año.

DESTINATARIO DEL MENSAJE O PÚBLICO OBJETIVO (TEMA LATENTE ORIENTADO A)																		
Año	% grupo étnico/cultural	N°	% grupo de Alumnos	N°	% grupo de personas de un territorio determinado	N°	% Institución u organización ciudadana	N°	% Visitante, observador o espectador	N°	% Público, usuario o cliente generalizado o impreciso.	N°	% grupos de poder económico	N°	% grupo informal o de interés común	N°	Total (%) públicos objetivos	Total (N°)
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	100%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1
2002	0%	0	0%	0	14%	1	0%	0	43%	3	0%	0	14%	1	29%	2	100%	7
2003	0%	0	21%	4	11%	2	11%	2	26%	5	0%	0	5%	1	26%	5	100%	19
2004	0%	0	0%	0	6%	1	0%	0	29%	5	18 %	3	0%	0	47%	8	100%	17
2005	4,8%	1	4,8%	1	14%	3	4,8%	1	29%	6	14%	3	4,8%	1	23,8%	5	100%	21
2006	0%	0	15%	4	8%	2	4%	1	15%	4	27%	7	0%	0	31%	8	100%	26
2007	5,5%	1	17%	3	0%	0	11%	2	17%	3	5,5%	1	0%	0	44%	8	100%	18
2008	0%	0	17,6%	3	11,7%	2	6%	1	6%	1	11,7%	2	0%	0	47%	8	100%	17
2009	0%	0	14%	1	0%	0	14%	1	0%	0	43%	3	0%	0	29%	2	100%	7
2010	6,7%	1	20%	3	6,7%	1	0%	0	13%	2	6,7%	1	0%	0	46,9%	7	100%	15
2011	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	50%	1	50%	1	0%	0	0%	0	100%	2
2012	4,3%	1	13%	3	13%	3	17,3%	4	13%	3	4,3%	1	0%	0	35%	8	99,9%	23
2013	3,3%	1	3,3%	1	7%	2	3,3%	1	23%	7	30%	9	0%	0	30%	9	99,9%	30
2014	0%	0	10,5%	4	21%	8	8%	3	10,5%	4	13%	5	3%	1	34%	13	100%	38
2015	3%	1	8%	3	13,5%	5	13,5%	5	8%	3	19%	7	3%	1	32%	12	100%	37
																	100%	278

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 42:

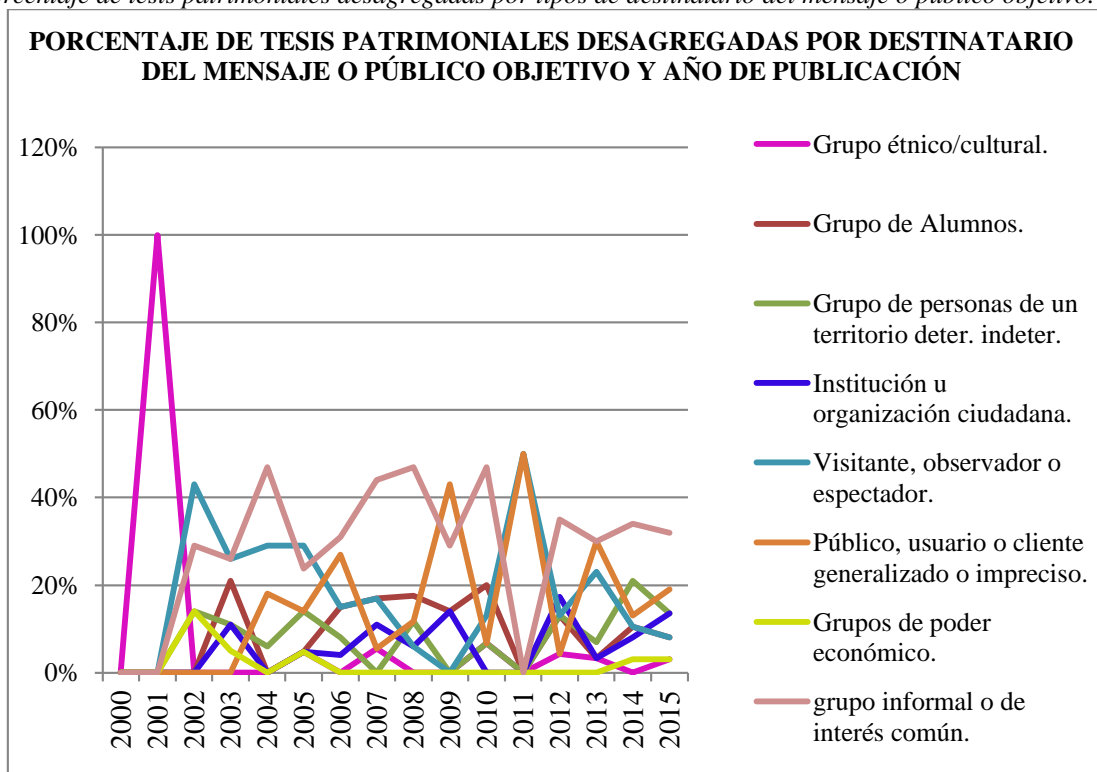
Porcentaje de tesis patrimoniales segregadas por tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de destinatarios: 278, expuestos en las 172 tesis patrimoniales.

DESTINATARIO DEL MENSAJE O PÚBLICO OBJETIVO (TEMA LATENTE ORIENTADO A)																		
Año	% grupo étnico/cultural	N°	% grupo de Alumnos	N°	% grupo de personas de un territorio determinado indeterminado	N°	% Institución u organización ciudadana	N°	% Visitante, observador o espectador	N°	% Público, usuario o cliente generalizado o impreciso.	N°	% grupos de poder económico	N°	% grupo informal o de interés común	N°	Total (%) públicos objetivos	Total (N°)
2000	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
2001	0,4%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,4%	1
2002	0%	0	0%	0	0,4%	1	0%	0	1%	3	0%	0	0,3%	1	0,7%	2	2,4%	7
2003	0%	0	1,4%	4	0,7%	2	0,7%	2	2%	5	0%	0	0,3%	1	1,8%	5	6,9%	19
2004	0%	0	0%	0	0,4%	1	0%	0	2%	5	1%	3	0%	0	2,9%	8	6,3	17
2005	0,4%	1	0,4%	1	1%	3	0,4%	1	2,2%	6	1%	3	0,3%	1	1,8%	5	7,5%	21
2006	0%	0	1,4%	4	0,7%	2	0,4%	1	1,4%	4	2,5%	7	0%	0	2,9%	8	9,3%	26
2007	0,4%	1	1%	3	0%	0	0,7%	2	1%	3	0,4%	1	0%	0	2,9%	8	6,4%	18
2008	0%	0	1%	3	0,7%	2	0,4%	1	0,4%	1	0,7%	2	0%	0	2,9%	8	6,1%	17
2009	0%	0	0,4%	1	0%	0	0,4%	1	0%	0	1%	3	0%	0	0,7%	2	2,5%	7
2010	0,4%	1	1%	3	0,4%	1	0%	0	0,7%	2	0,4%	1	0%	0	2,5%	7	5,4%	15
2011	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,4%	1	0,4%	1	0%	0	0%	0	0,8%	2
2012	0,4%	1	1%	3	1%	3	1,4%	4	1%	3	0,4%	1	0%	0	2,9%	8	8,1%	23
2013	0,4%	1	0,4%	1	0,7%	2	0,4%	1	2,5%	7	3,2%	9	0%	0	3,2%	9	10,8%	30
2014	0%	0	1,4%	4	3%	8	1%	3	1,4%	4	2%	5	0,3%	1	4,7%	13	13,8%	38
2015	0,4%	1	1%	3	1,8%	5	2%	5	1%	3	2,5%	7	0,3%	1	4,3%	12	13,3%	37
Total	2,8%	7	10,4%	30	10,8%	30	7,8%	21	17%	47	15,5%	43	1,5%	5	34,2%	95	100%	278

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 42:

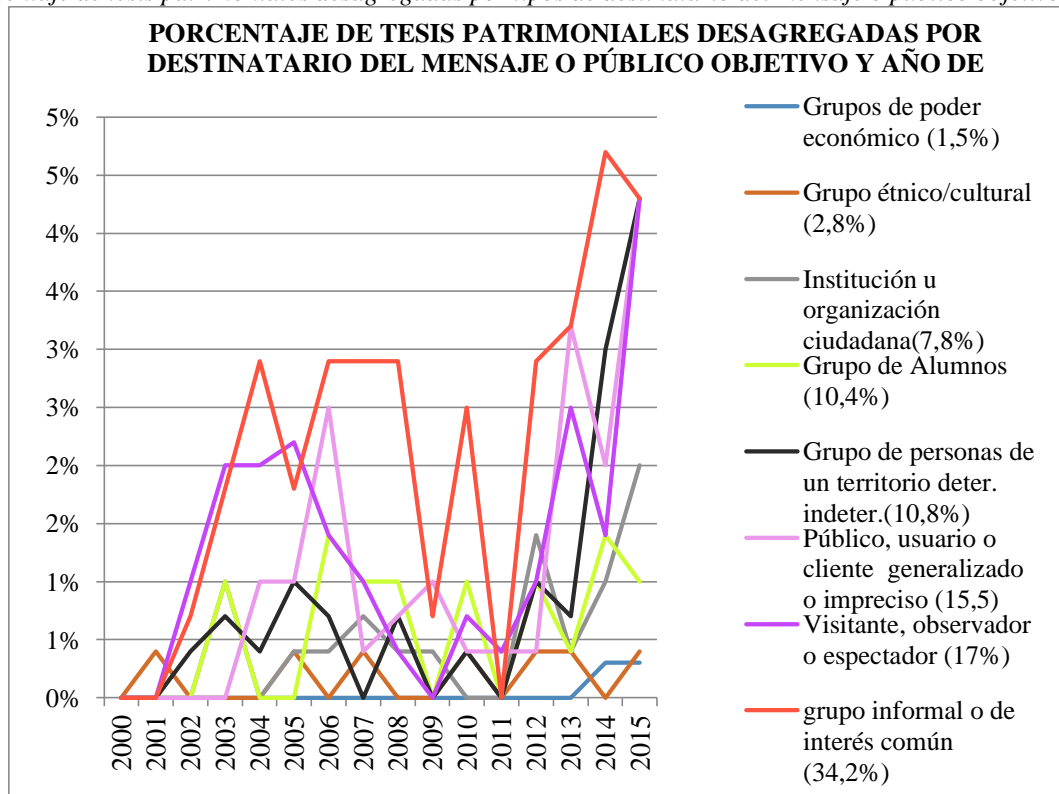
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por tipos de destinatario del mensaje o público objetivo.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 43:

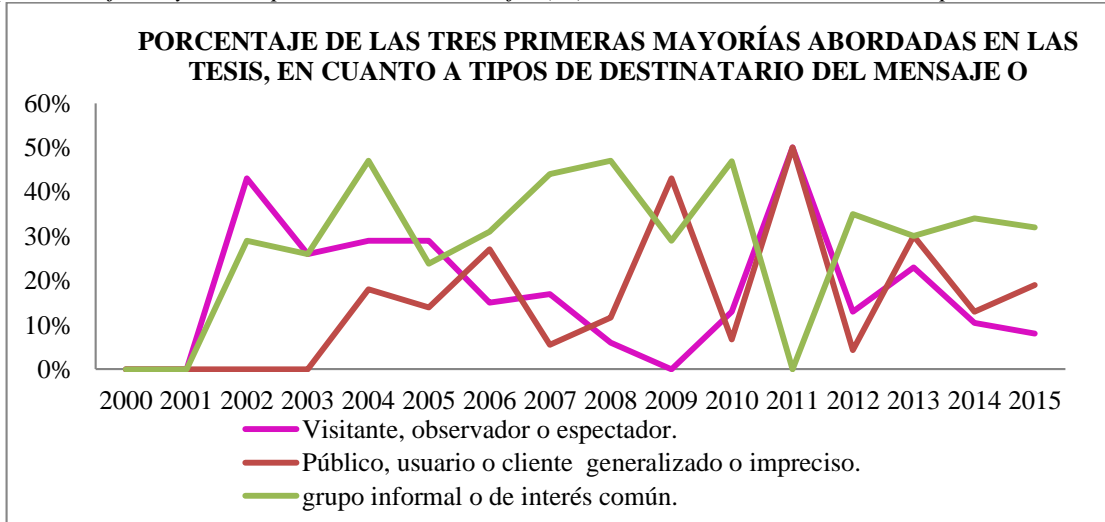
Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 44:

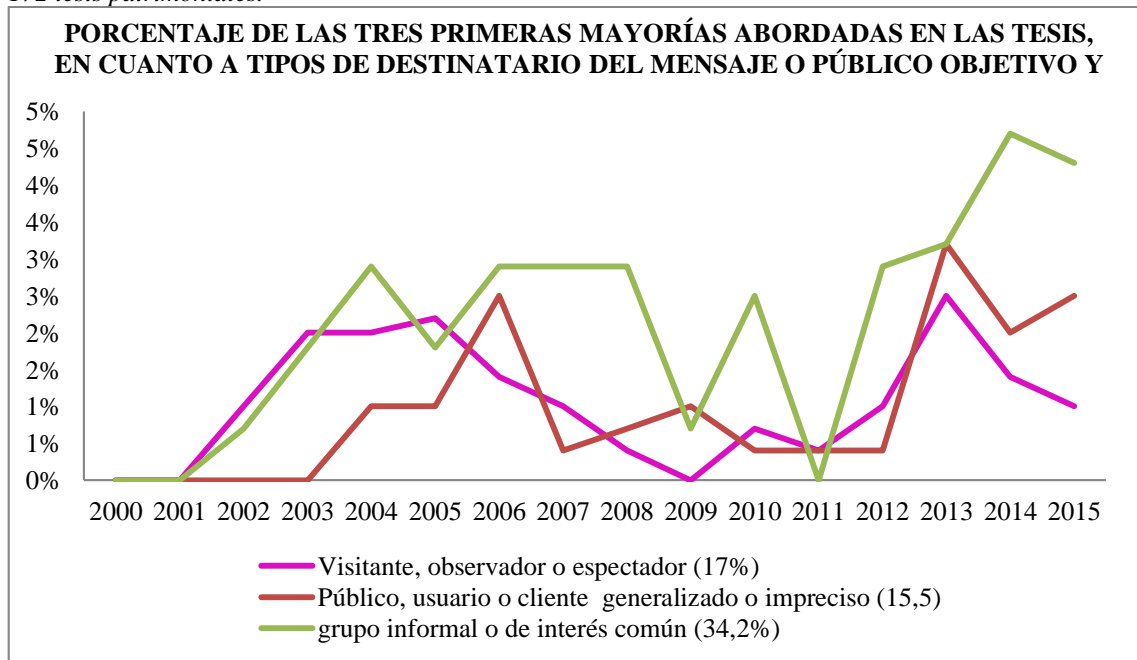
Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis, en cuanto a tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año de publicación. Porcentajes (%) en base al total de destinatarios por año.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 45:

Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis en cuanto a tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año de publicación. Porcentaje (%) en base al total de destinatarios: 278 expuestos en las 172 tesis patrimoniales.



Fuente: Elaboración propia.

Análisis y discusión sobre destinatario del mensaje o público objetivo

El análisis de las tablas N° 41 y N° 42 y las figuras N° 42, N° 43, N° 44 y N° 45, que muestran las tesis patrimoniales desagregadas porcentualmente por *tipos de destinatario del mensaje o público objetivo* y año de publicación, nos arroja lo siguiente:

El *tipo de destinatario del mensaje o público objetivo*, abordado en las tesis que presenta el porcentaje más alto es el *Grupo informal o de interés común* con un 34,2%, seguido por la categoría *Visitante, observador o espectador* con un 17%. Por otro lado, las categorías de destinatarios o públicos menos abordadas son las correspondientes a *Grupo de poder económico* con un 1,5%, seguida de la categoría *Grupo étnico/cultural* con un 2,8%. Existen solo dos años: 2005 y 2015, que presentan en algún porcentaje todas las categorías propuestas. Mientras que en el año 2000 no hay producción de tesis, en el 2001 solo se presenta la categoría de un *grupo étnico*, y en el 2011 solo dos categorías: *Visitante, observador o espectador*, y *Público, usuario o cliente generalizado o impreciso*. Primeramente diremos:

Todo diseño tiene destinatarios específicos, los cuales viven y entienden la vida de una manera específica, que es necesario sea considerada a la hora de diseñar (...) un diseño específico, que tiene destinatarios reales con sus formas concretas de comunicarse, las cuales son rescatadas por los diseños que les hablan (Muñoz, s.f, p.1).

El diseñador antes de resolver algún problema o hacer una propuesta de diseño, debe tener claridad sobre el público o destinatario para el que va a diseñar. Aunque si bien existen diseños con un mensaje más amplio, destinados a todo un país o región, igualmente su estética posee particularidades y no es general. Esto se da por la existencia de identidades o particularidades propias de estos públicos amplios y de los públicos en general. Son “sus formas de comunicación, las que deben considerarse en los diseños que los refieran” (Muñoz, s.f, p.1). De hecho, los propios diseños tampoco poseen un único destinatario, dado que como lo indica el autor, estos se mueven en un entorno físico, social e informativo.

Ahora bien, si observamos la herencia cultural y sus públicos, veremos que cada grupo posee una apropiación distinta. Al respecto, García Canclini (2000) nos indica que “las investigaciones sociológicas y antropológicas sobre maneras en que se transmite el saber de cada sociedad a través de las escuelas y los museos, demuestran que diversos grupos se apropian en formas diferentes y desiguales de la herencia cultural” (García Canclini, 2000,

p.17). Desde estas lógicas, en muchos casos las tesis analizadas arrojan más de una categoría de destinatarios o públicos. Esto ha elevado el número total de destinatarios visualizados, llegando a un total de 278 públicos, los que se desprenden del análisis de las 172 tesis patrimoniales en estudio.

En relación a las tesis examinadas, y al tipo de destinatario del mensaje o público objetivo con mayor presencia en ellas, es decir al *Grupo informal o de interés común* con 34,2%, pensamos que podría deberse a lo heterogéneo de este grupo, ya que las subcategorías que lo conforman, refieren a una segmentación diversa: Psicográfica -Clase social, Estilo de vida, Personalidad, Preferencias, etc.-; Profesional/ laboral -Profesionales, Académicos, Trabajadores, Funcionarios, Productores, etc.-; Demográfica -Edad, Etapa del ciclo de vida, Género, etc.-; y Uniones sanguíneas o estados civiles -Parejas, Matrimonios, Padres, Familiares, Madres, etc.-. Siendo por tanto una categoría bastante heterogénea, además de poseer públicos que pertenecen al vivir cotidiano, correspondientes a destinatarios para los cuales el diseño ha trabajado tradicionalmente, no siendo propios del patrimonio. Creemos que esto permite un reconocimiento más rápido y preciso por parte de los diseñadores, por ejemplo, un diseño que se orienta al comercio se centrará en la venta, mientras que un diseño institucional podrá hacerlo en la divulgación y uno social se acerca a lo humano. En este sentido, este tipo de público no es exclusivo de los patrimonios.

De igual modo, la segunda categoría de destinatarios que sobresale con alta presencia, es *Visitante, observador o espectador* con un 17%. Este tipo de públicos están más vinculados a los patrimonios a partir de la divulgación que se hace del mismo en museos, exposiciones, recorridos, entre otros.

Al respecto, señala Guerrero (2014): “Arquitectos, diseñadores, interioristas descubrieron en los proyectos expositivos un interesante nicho de mercado” (p.47). Sin embargo, la autora agrega que “los públicos han cambiado. Sus necesidades, niveles de formación e intereses lo han hecho. Deja de tener sentido una museografía tradicional” (Guerrero, p.49). Así el diseñador se involucra en nuevas formas de diseñar a la hora de exhibir o exponer los patrimonios, con por ejemplo, museos interactivos o didácticos, y también con nuevos públicos. Hablamos de exhibiciones con una mayor coherencia a los usos culturales y las nuevas tecnologías, con la aparición incluso de públicos virtuales. En palabras de Guerrero (2014):

La pedagogía crítica, aplicada al ámbito museístico, entiende que en la generación de proyectos educativos culturales, los sujetos participan como comunidad que interpreta la realidad en la que están inmersos y poseen capacidad para transformarla. Mediante prácticas dialógicas participativas se desvelaran los códigos ocultos y antes limitados a la praxis institucional, potenciando tanto la autonomía del visitante como su sentido de colectivo (Guerrero, p.69).

Los *Visitantes, observadores o espectadores*, realizan su propia interpretación de lo exhibido, basándose en sus experiencias previas y contextos socioculturales. De alguna manera completan el dialogo entre lo rescatado y exhibido y el uso o interpretación que el mismo visitante o espectador realiza. Así el diseñador ve en estos destinatarios un nicho importante para sus creaciones, con espectadores tan diversos como: los público de una obra de teatro, los observadores de una exposición, los visitantes de un espacio cultural, los visitantes de flora y fauna -Reserva, Parque, Santuario Natural, Zoológico-, turistas, visitantes flotantes, veraneantes, entre otros. Además vemos una vinculación más estrecha entre este tipo de destinatarios y los rescates patrimoniales.

En relación a las categorías de destinatarios o públicos menos abordadas, nos corresponde el análisis de *Grupo de poder económico* con un 1,5%, seguida de la categoría de *Grupo étnico/cultural* con un 2,8%. Creemos que la primera se debe a que los alumnos de diseño antes de titularse no se relacionan demasiado con *grupos de poder económico*. Además, este tipo de públicos forman parte de una categoría más reducida y específica. Así, para llegar al acercamiento de este tipo de públicos, se precisa de la presentación de algún proyecto de interés para estos grupos, dado que estos destinatarios, en muchas ocasiones, aportan como mecenas de la cultura y los patrimonios. Es el caso de: inversionistas, patrocinadores, industrias musicales, auspiciadores, encargados puentes, editoriales o librerías, entre otros. Vemos en ellos a un destinatario que por sus aportes podría de alguna forma influir en los mensajes comunicacionales que el diseñador se propone entregar, y además involucran un compromiso mayor por parte del estudiante. Esto con el objeto de concordar los objetivos del grupo de poder y los propios del estudiante. Además, es preciso recordar que según Antoine (2012), Chile a partir del 2010 inicia la *Etapa de las políticas públicas en cultura*, donde encontramos *leyes de mecenazgo*, con una valoración y desarrollo de las industrias creativas, que con nuevos subsidios enfrentan a la demanda cultural y la necesidad de rendir cuentas en cultura: *accountability*. Por tanto, comienza a evaluarse a la cultura de manera integral, mientras se diversifican los aportes en estas materias.

Paradójicamente, la segunda categoría menos abordada, corresponde a *Grupo étnico/cultural* con un 2,8%. Si bien las tesis de diseño trabajan para los patrimonios y contemplan en sus propuestas a los grupos étnicos/culturales de Chile, su sentido de comunicación se dirige a públicos que desconocen las particularidades patrimoniales de estos grupos. En pocas ocasiones el aporte del diseño es dirigido hacia un lenguaje o formas de comunicar de los propios grupos étnicos, o sea se trabaja con su cultura, tradiciones o conocimientos ancestrales, pero el mensaje posee otros destinatarios. Creemos que dirigir los mensajes hacia destinatarios de alguna etnia, significa para el diseñador enfrentarse con lenguajes nuevos y específicos, que recién va conociendo a través de sus propias propuestas de artefactos patrimoniales, pero que no necesariamente fueron hechos para un grupo étnico, sino más bien para difundirlo como patrimonio cultural nacional.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1. Discusión, comentarios y conclusiones

Los resultados obtenidos en nuestra investigación visibilizan un nuevo *hacer social* en el diseño, lo cual permite a esta disciplina entrelazarse con la cultura, las identidades y los patrimonios de la nación. Decisión proyectual y disciplinar que amplía el espacio más recurrente de su accionar, es decir, la atención de necesidades del mercado, hacia una valoración del patrimonio cultural, social y natural en sus procesos creativos. Apertura expresada en la presencia de estas temáticas en los proyectos de títulos estudiados.

Los documentos académicos dan cuenta de las ideas y visiones personales de estudiantes que finalizan su etapa de formación disciplinar universitaria, además de evidenciar públicamente las reivindicaciones sociales, caracterizar las identidades territoriales y destramar las problemáticas socioculturales de un país, en un trabajo creativo que opera con registros visuales y conceptuales del patrimonio nacional en la entrega de soluciones comunicativas.

Estos proyectos demuestran un acercamiento disciplinar a los campos sociales y culturales a través del abordaje de temáticas relacionadas a las identidades y los patrimonios, operando al mismo tiempo un distanciamiento parcial de las temáticas de mercado. Esto en el contexto de una sociedad que rescata, valora, conserva, difunde y consume su patrimonio cultural, y en la que los cambios tecnológicos que suceden abren el panorama a otros consumos, surgiendo diseños en esas líneas, conviviendo nuevas y viejas culturas, lo que estimula la innovación, la creatividad y las potencialidades de la comunicación.

La discusión social se transfiere a los proyectos de diseño, es decir, los procesos de creación son permeados por las transformaciones sociales, y en el ámbito del patrimonio se dan, en términos generales, dos enfoques: por un lado, una visión simbólica, que visualiza la temática patrimonial como referente cultural e identitario; mientras que, por otro lado, las ideas neoliberales sitúan a la cultura y el patrimonio como objetos de consumo: industrias culturales, cultura de masas y el turismo, entre otras. En este escenario emerge la exigencia de un diseño más humano, cultural y social, el cual permite un tránsito menos conflictivo a partir de la visión simbólica de la cultura, tomando distancia de objetivos puramente mercantiles dirigidos a la venta y el mercado del diseño.

El alejamiento de la disciplina de su tradición mercantil permite que los proyectos de diseño se sitúen en otros espacios de intervención, dando paso a una renovación epistémica.

Situados en este cambio, su enseñanza y proyectos de creación, reivindican un carácter social para la disciplina, la cual por tanto se cuestiona su rol económico y cultural en la sociedad, surgiendo lineamientos formativos basados en un perfil de preocupación humana. Proceso que se enmarca en la construcción de identidad nacional, regional, local y/o translocal, a propósito de la valoración patrimonial que hacen países, autores, instituciones y los distintos campos del conocimiento, entre ellos la disciplina en estudio.

En este sentido, se podría señalar que los programas de diseño se entrelazan y son permeados por aspectos económicos, políticos, sociales y culturales de los contextos en que se desarrollan, existiendo una transferencia disciplinar en un tiempo y espacio determinados. En este caso, el contexto del auge patrimonial implica un proceso de aperturas culturales y reivindicaciones sociales, que operan en el diseño como una muestra de acontecimientos históricos y políticos de su época.

Para el caso de Chile, la situación descrita anteriormente marca la trayectoria histórica del diseño, pues la disciplina ha atravesado distintos momentos históricos que van desde una época caracterizada por su servicio a la sociedad, durante el periodo democrático previo a la dictadura cívico militar; a los años de censura, despojo y apagón de mensajes, expresiones y discursos socioculturales, en la disciplina del diseño y otras afines. Época dictatorial en la que la carrera es clausurada en diversas universidades. Luego, una vez iniciada la transición democrática, es posible hablar de un florecer cultural orientado a un diseño social que reconoce identidades y libertades en un escenario de valoración patrimonial.

Es en este periodo donde el diseño en Chile, y a nivel mundial, asume nuevas perspectivas y temáticas, responsabilizándose de aspectos transversales tales como la ecología, el género, la interdisciplinariedad, la participación y otras perspectivas actuales. Por tanto, la disciplina reconoce nuevas necesidades, reconstruyendo mensajes y discursos pro patrimoniales, componentes que amplían el espacio social del ser y el hacer del diseño gráfico, el cual si bien sigue respondiendo a la funcionalidad, la estética y la economía, se abre a un enfoque basado en el ser humano con responsabilidad social y cultural.

Ante este panorama, las universidades y sus disciplinas son impulsadas a ser un aporte en el desarrollo cultural del país. En este sentido, el diseño opera como eje político que decanta en abordajes sociales y culturales con claros acercamientos a las identidades y los patrimonios. Por tanto, se aprecia el *diseño en patrimonio* como un *diseño social*, pues

ambos comienzan a evidenciarse como tema y problema a resolver dentro de los proyectos de título.

Al analizar la totalidad de tesis del periodo estudiado, vemos que las temáticas se han diversificado planteando nuevos rumbos, los cuales en su mayoría se encuentran enmarcados en la preocupación social, y si bien aún persisten trabajos que abordan temáticas propiamente mercantiles, esta es cada vez menos presente, lo cual nos habla de un distanciamiento disciplinar de su praxis con mayor tradición. Panorama que favorece el acercamiento a preocupaciones sociales en la formulación proyectual, en la que cada vez se ven más reflejadas las necesidades humanas, culturales y sociales.

De este modo, la disciplina retoma viejos debates y se cuestiona éticamente su contribución al consumo, transitando paulatinamente desde un enfoque teórico orientado a la estética aplicada, a otro orientado en la ciencia social y humana aplicada.

Esta apertura disciplinar situada en las necesidades humanas y con debates éticos, se considera y valora en las escuelas de Diseño en Chile y Latinoamérica. Efectivamente, nos encontramos con evidencia que muestra esta nueva perspectiva, con la aparición de publicaciones, eventos, autores, proyectos, diseños, entre otros, tanto a nivel local, como nacional e internacional. Basta con mirar los resultados temáticos mayoritarios de esta investigación, todos contundentemente coinciden en un *diseño social*: Patrimonio; Ayuda social; y Enseñanza aprendizaje.

El diseño, tradicionalmente valorado por sus aportes estéticos, funcionales, técnicos o formales, ahora se distingue por su inclusión en las relaciones humanas, representando un aporte más cercano a las necesidades de las personas y los grupos que conforman una sociedad. Estos nuevos caminos reconstruyen su propia identidad ampliando sus límites, y resulta lógico que la disciplina se abra a otro quehacer, donde el diseño gráfico comprende una relación dialéctica entre *lo global* y *lo local* en sus procesos creativos, a partir de la cual atiende a las pérdidas identitarias y culturales como consecuencia de flujos, pluralidades y entrelazamientos propios de esta época globalizada. Un entender disciplinar que asume el desarrollo social no solo como aporte económico, sino una contribución al progreso cultural del país como componente social que asigna valor y sentido a las personas. Quiere esto decir que los espacios que circunda el diseño están permeados de historia, factores políticos, económicos, sociales y culturales; que no son espacios neutros.

En este recorrido toma insumos de distintas disciplinas, entornos y culturas, robusteciendo sus líneas investigativa. No obstante, su identidad hoy sigue vinculada intrínsecamente con la técnica y la aplicación, situación que decanta en un avance paulatino en materias de investigación o estudios. Por tanto, no es de extrañar que los proyectos de tesis analizados evidencien esta carencia, con una baja presencia en temáticas de *investigación, estudio o análisis*, y también en aquellas vinculadas a esta categoría, como son la *validación, sistematización o recopilación*; y *nuevas técnicas o tecnologías*. Tales temáticas requieren un mayor trabajo investigativo y sus productos generalmente concluyen en un aporte teórico, por lo que su escasa presencia da cuenta de la carencia o poca rigurosidad teórica que vive la disciplina, su formación y sus proyectos.

Esto quiere decir que la investigación disciplinar es aún incipiente, lo que repercute en la formación y en la manera de afrontar los procesos investigativos, donde aún predominan líneas que van por la experimentación y el mercado, antes que la investigación no experimental o cualitativa. Una suerte de marca en su ser y hacer, puesto que afianza una separación entre la teoría y la práctica proyectual, lo que nos permite plantear que existe un paradigma complejo de disolver basado en la creencia de que el conocimiento podría entorpecer el proceso creativo. Perspectiva que niega el componente cultural del diseño y que asume una postura más ligera o menos profunda en cuanto a su implicancia social.

Pese a estas continuidades, las temáticas culturales y patrimoniales han abierto nuevos horizontes con avances significativos en la disciplina. Vemos en el caso de Chile su incursión por estas áreas de investigación en el contexto de un nuevo milenio, marcado por una política de recuperación-reconstrucción de la cultura y los derechos humanos. En este sentido, el diseño gráfico en patrimonio se relaciona con una institucionalización cultural fortalecida, y trabaja en consonancia con los auges e impulsos culturales en los ámbitos de la educación, las políticas públicas y los fondos concursables en estas materias.

Al respecto, el diseño gráfico de carácter patrimonial ha demostrado un marcado interés en abordar aspectos de *índole nacional*, incursionando con menor notoriedad en temáticas del *patrimonio traslocal o fuera de los límites territoriales*. Decisiones proyectuales que son un aporte para la construcción cultural e identitaria de las naciones, pues el diseño se preocupa en una primera instancia de unificar y valorar una identidad nacional, en tanto proceso de reconstrucción, para luego comenzar a identificar sus particularidades territoriales. Si bien cada territorio posee rasgos distintivos, el caso específico de Chile no

se aleja demasiado de otras realidades latinoamericanas, siendo las propias formulaciones proyectuales las que advierten especificidades geográficas y climáticas, que desembocan en consideraciones por la diversidad cultural y aportes en la discusión por descentralizar al país.

De este modo, la situación histórica y política de los territorios es también asumida en los proyectos de diseño. Estos en principio, orientados temáticamente, a los ámbitos nacionales, luego transitan hacia lo regional y lo local, transparentando no solo los procesos de descentralización del país sino también de las creaciones disciplinares, en un proceso el cual se podría definir como una *descentralización creacional*.

En el marco de esta dinámica la disciplina proyecta la agenda de discusión que atraviesan los países, cuyas preocupaciones hace parte de sus propuestas comunicacionales en un cruce conceptual que incluye: territorios nacionales y locales; cultura y/o multiculturalidad; patrimonios e identidades; centralización/descentralización; y lo global/local. Esto sumado a las efemérides conmemorativas; a los incentivos económicos; y la construcción institucional de cada país.

Así la disciplina reconoce particularidades territoriales e identifica limitaciones y potencialidades, desarrollando un conocimiento patrimonial que es construido en los proyectos a través de un proceso psicológico y social, puesto que es aprendido en el intercambio social, reforzado en la educación formal, y construido a través de aprendizajes o experiencias previas individuales. Por tanto, las características del territorio son identificadas en los proyectos de diseño, pero también en los perfiles de egreso y misiones institucionales de las universidades donde se imparten, resultando como consecuencia una diversificación hacia los ámbitos regionales y locales, una vez enraizados los aspectos nacionales.

En cuanto a las orientaciones patrimoniales, los proyectos de título se relacionan durante el periodo estudiado, 2000-2015, de manera destacada con las *costumbres y tradiciones*, luego con los *sitios patrimoniales* y los *pueblos originarios*. Destaca el hecho que se presta mayor atención a los aspectos intangibles del patrimonio, en una lógica que se construye también desde la experiencia de vida del alumno de diseño, en tanto práctica inconsciente de *aprendizaje ostensivo*, que transforma de manera natural lo *vivido* en insumos para sus procesos creativos y conceptuales. Esto representa un camino complementario en la adquisición de conocimientos, en relación al que es guiado por la razón o por la adquisición

de reglas y definiciones, comúnmente más valorado en las escuelas de diseño. De este modo, los conocimientos previos, son elementos personales en las creaciones y siempre estarán presentes en los diseños, ya sea de manera consciente o inconsciente, entrelazándose así lo humano y lo objetual.

En relación al patrimonio de un *área o medio natural*, estas temáticas se presentan de manera incipiente en los proyectos de título de la carrera de diseño, a pesar de las decisiones políticas, tanto en Chile como en el resto del mundo, por establecer áreas de protección. Una posible explicación, para nuestra muestra de estudio, podría ser la distancia entre las escuelas de diseño y estos territorios, pues en el caso nacional, la mayoría de estas áreas se encuentran alejadas de la capital, pero también de la zona que concentra la mayor cantidad de escuelas de diseño del país. Si bien esto marca un bajo interés por estas temáticas, significa a su vez un campo por explorar desde la disciplina y sus trabajos de finalización.

Por otra parte, los proyectos de diseño se entrelazan con temas patrimoniales específicos. Al respecto, podríamos indicar que cuando se considera a los *pueblos originarios*, se hace a partir de las etnias o culturas más reconocidas y validadas socialmente, siendo el *pueblo mapuche* el que mayormente es referido en los proyectos de tesis. Evidentemente, la superioridad en población de esta etnia en el territorio chileno y su alta presencia en la región metropolitana, son factores relevantes para su predominancia en los proyectos. Una adhesión no solo construida en el número de población, sino que también por el imaginario y las luchas históricas de este pueblo, cuya resistencia por mantener sus tierras, cultura y tradiciones, ha sido visualizada en textos, proyectos, diarios, noticieros, entre otros medios que involucran y despliegan el trabajo de diseño.

En relación a las *costumbres y tradiciones*, el diseño muestra una marcada tendencia a considerar alguna clase de *manifestación*, ya sea de tipo *gráfica, plástica, musical, escénica, textil, urbana, literaria, lúdica, artesanal o de danza*. Tales expresiones se encuentran en las experiencias cotidianas, como un acervo cultural cercano y conocido, lo cual genera una apropiación más significativa en los individuos por este tipo de expresiones, puesto que los estudiantes de diseño poseen un bagaje importante de manifestaciones con las que han interactuado previamente a modo de experiencias de vida. En este sentido, es dable destacar que la disciplina se vincula con expresiones o manifestaciones artísticas de distinta índole, como consecuencia de su cercanía a la estética y las artes en su formación disciplinar, en la

que los programas y los propios docentes facilitan la construcción de estos conocimientos en significados y sentidos que sean de interés en los proyectos de título.

En relación a los *sitios patrimoniales*, la disciplina en sus proyectos de título se inclina por los *espacios de práctica cultural*. Estos lugares no solo están presentes en el ámbito patrimonial, sino que también en el ámbito socio-cultural, representando un amplio abanico de escenarios que son parte del entorno cotidiano de nuestra sociedad, por los cuales los estudiantes han transitado y transitan permanentemente, desarrollando sus gustos, accesos, necesidades y experiencias. Por su parte, los espacios del ámbito patrimonial son más específicos en su hacer y no necesariamente se presentan experiencias previas de interacción por parte de los alumnos, sin embargo, al ingresar a la vida universitaria se tornan más significativos, de manera particular aquellos espacios de *interpretación*, sobre todo durante los ciclos de investigación y formación, al igual que un mayor acceso a espacios de *Puesta en valor*, que son aquellos que permiten la difusión y distribución de los bienes patrimoniales. Para la carrera del diseño estos espacios son más cercanos a su ámbito de acción, pues implican el despliegue de comunicación, propaganda, publicidad y difusión en general. Además la puesta en uso de los bienes patrimoniales, a través de *exposición/exhibición* o mediante la *conservación/restauración*, son espacios que comienzan a hacerse más cotidianos en la vida universitaria, sobre todo en carreras ligadas al arte, la cultura, las humanidades y las ciencias sociales.

En este sentido, la universidad sigue constituyendo un aliciente para la *interpretación*, la *puesta en valor* y la *puesta en uso* de los bienes patrimoniales, lo cual explica la alta presencia de temática *espacio de práctica cultura* en las tesis examinadas. De este modo, los espacios más recurrentes en los proyectos de tesis son aquellos lugares que significan un diálogo entre la vida social cotidiana de los estudiantes de diseño con los ámbitos patrimoniales: *universidad, bibliotecas, centros culturales, centros de documentación y museos*. Esta pertenencia espacial genera una identidad disciplinar basada en nuevos tópicos y enfoques patrimoniales en el diseño.

Respecto a la categoría: *rutas culturales y atractivos turísticos*, surge una preocupación por su desarrollo en los *barrios*. Su popularidad y reconocimientos históricos, sociales, culturales y comerciales, lo hacen emerger en el proyecto de diseño, así como también su condición de espacio de esparcimiento y tránsito, tanto para la población local y nacional, como por los visitantes extranjeros que se interesan en conocerlos. Estas

particularidades los transforman en lugares destacables e interesantes como tema patrimonial en las tesis de diseño, por lo que el interés espacial de la disciplina se mueve por espacios sociales que van más allá de lo objetual, siendo escenarios dinámicos y con gran identidad cultural. Cambio impulsado por los debates actuales en el diseño, así como sus nuevas perspectivas, cercanía con otras disciplinas y proyectos multidisciplinarios.

Paralelamente, el diseño se vincula a la ciencia y la biología, a través de su consideración de *áreas o medios naturales*, teniendo como principal interés natural el trabajo gráfico en torno a *flora y fauna endémica o autóctona*. Su asimilación temática permite que el diseño se relacione con el proceso de conservación de flora y fauna silvestre, en el contexto de pérdidas y amenazas de extinción de estas especies nativas, las que son consideradas como parte esencial del patrimonio cultural, natural y científico. Desde el diseño, la conservación de lo natural, preserva aquellos elementos que nos identifican en el medio natural y transparentan algunos cambios culturales en la relación que sostenemos con este. En otras palabras, los proyectos de diseño permiten visualizar los cambios paradigmáticos en los objetivos de la conservación natural, pasando de una conservación para la explotación futura, a otra que se ocupa de conservar para proteger el medio ambiente. Cambio que además se ve reforzado por el propio acercamiento de la disciplina hacia el paradigma ecológico.

En este sentido, la biodiversidad o riqueza endémica, también admite su elección como temática patrimonial abordable en las tesis, articulándose con otras perspectivas propias del quehacer profesional y laboral en el diseño, como lo es el caso del turismo, pues de alguna manera la disciplina comprende y atiende la dualidad entre la preservación y el hacer turismo.

En esta construcción discursiva-práctica que vincula al diseño con los patrimonios, es preciso detenerse en la *finalidad de la estrategia patrimonial* abordada en los proyectos de diseño, donde vemos que en su mayoría los estudiantes optan por acercarse a la gestión del patrimonio, mediante iniciativas que apuestan al *rescate patrimonial* y su *valoración*. De este modo, la disciplina explora los patrimonios y *rescata*, en una primera instancia, aquello que descubre y considera como aporte social, educando y transfiriendo estos conocimientos con ideas creativas, para luego *valorar* estos descubrimientos rescatados, trasladando sus juicios de valoración patrimonial a la reconfiguración identitaria del diseño.

Por otra parte, la *creación y producción* no representan mayormente una finalidad en el diseño patrimonial, pues casi siempre su abordaje es inherente a los procesos proyectuales. En este sentido, hacerse cargo de la *difusión* sería lo más natural para el diseño gráfico, pues su trabajo principal es comunicar, no obstante, se distancia levemente de esta función, cuando se acerca a los patrimonios, en un trabajo que busca *rescatar y valorar*, antes que solo difundir. En otros términos, la disciplina, primero conoce y se familiariza con los patrimonios, rescatando elementos dables de destacar, para luego entrar a las estrategias de difusión. Agregamos que el *rescate, la valoración y la conservación* son finalidades intrínsecas al patrimonio y el diseño así lo ha entendido.

En este proceso, y en materia patrimonial, la disciplina se encarga primeramente de lo reconocido, identificado o catalogado; para luego afrontar lo menos acreditado, donde surgen temáticas patrimoniales poco identificadas o con reconocimiento tardíos por parte del Estado. Es el caso del patrimonio gráfico de su nación, a cuyo conocimiento el diseño aporta en la construcción, rescate y valoración de elementos, lo cual constituye un inexplorado nicho de investigación para la propia historia del diseño.

Del mismo modo, es menester indicar que el *consumo* es una finalidad y fase en la gestión cultural/patrimonial, la cual se encuentra ausente en los proyectos de diseño en patrimonio, lo que evidencia que esta orientación se aleja de aspectos netamente comerciales o mercantiles, acercándose a una noción social del diseño. Es una decisión que por momentos desconoce la identificación del patrimonio como un consumo, pese a que en su afirmación conceptual lo tipifican como: bien; recurso; producto; oferta; y consumo. Es así que las finalidades buscan: identificar, estudiar, rescatar, difundir, educar, valorar y reinterpretar el patrimonio.

Son los propios fines como disciplina los que se movilizan, en caminos más humanos o sociales, sobre todo en su encuentro con los patrimonios. Esta tendencia, no necesariamente es transferible al campo profesional, teniendo más relación con el *consumo* de la *gestión cultural*. De todos modos, el ámbito mercantil también está presente en la disciplina, pues el ciclo de la cultura en una sociedad neoliberal involucra a diversos actores, tanto del sector público como privado, además de signarse por lógicas solidarias y mercantiles, siendo estas últimas apreciadas en un nivel menor para el caso de los documentos estudiados.

En cuanto a las soluciones para intervención patrimonial propuesta por el diseño, encontramos dos tipos de soportes destacados para abordar la temática patrimonial: *soporte impreso o editorial*, seguida por la propuesta *audiovisual*. Los primeros, por el uso de las tecnologías gráficas de impresión, son el artefacto más común en la especialidad del Diseño Gráfico, representando este soporte su mayor tradición que designa respuestas objetuales, tales como: revistas, comic, cuentos, libros, periódicos, guías, catálogos, entre otros. En síntesis, es un soporte predilecto en la disciplina, el que se modifica cuando esta expande su hacer y crece más allá del papel. Por otra parte, el uso de la tecnología digital entra en la creación de los soportes impresos de comunicación, dando paso a la interactividad y a las propuestas *audiovisuales*. Así, definitivamente, la disciplina en su acercamiento a los patrimonios, propone soluciones a través de su soporte más tradicional, impreso o editorial, pero también con vistas en la inclusión tecnológica, expandiéndose a otro tipo de artefactos, como el audiovisual.

De este modo, el soporte impreso o editorial es propicio para la difusión y rescate de los patrimonios, siendo los artefactos más usados y accesibles en los procesos de divulgación y valoración patrimonial. Es el propio diseño que, desde hace bastante tiempo, se vincula con el patrimonio, a través de diversos soportes impresos, que requieren de la creatividad y profesionalidad de un diseñador para su concreción.

Pero también la disciplina se moviliza por nuevos campos de acción, asociados a la tecnología digital y el interés por estos medios. Los propios alumnos, como nativos digitales, permiten un tránsito más natural por estos soportes, promoviendo que muchas carreras de Diseño Gráfico deban actualizar sus currículos en pos de los nuevos cambios tecnológicos que se abren paso en la sociedad y la disciplina. Un cambio que permite asumir otros desafíos y proyectos en líneas audiovisuales o de multimedios.

Los retos del diseño se expanden a mensajes contemporáneos y también a otros tipos de *destinatarios o públicos objetivos*. Ocurre que sus proyectos de tesis en patrimonio atienden principalmente a *grupos informales o de interés común*, pero también a *visitantes, observadores o espectadores*, por lo que el diseño concreta más de un destino posible a la hora de decidir un público para sus creaciones, los cuales puede identificar en el problema, o bien orientando la comunicación a diversos destinatarios, para así generar mensajes amplios con destinos en un país o una región. En este último caso, su propuesta estética igualmente posee particularidades de estos territorios y su gente. Al respecto, se habla de un

destino de circulación, que habilita otros públicos no pensados previamente, pues las creaciones se mueven en entornos físicos, sociales e informativos.

También la disciplina atiende a *grupos informales o de interés común*, es decir, dirige su comunicación a una segmentación diversa: psicográfica, demográfica, uniones sanguíneas o estados civiles, entre otras. Estos grupos heterogéneos de destinatarios son de carácter público, para los cuales el diseño tradicionalmente ha trabajado no siendo temas propios del patrimonio, por lo que su reconocimiento permite una apropiación rápida y precisa por parte de los diseñadores en sus proyectos en patrimonio. Por su parte, los *visitantes, observadores o espectadores*, son destinatarios mucho más vinculados a los patrimonios, a partir de la divulgación que se hace del mismo en museos, exposiciones, recorridos turísticos y más.

En este panorama emergen novedosos escenarios para exhibir y exponer los patrimonios, los que abren nuevos posibles destinatarios y otras formas que diseñar. Por ejemplo, en el cruce con museos interactivos o didácticos con otros públicos, o bien exhibiciones con una mayor coherencia para los usos culturales y las nuevas tecnologías, que marcan la aparición incluso de públicos virtuales o destinatarios que desde su individualidad realizan sus propias interpretaciones de lo exhibido. Proceso en el que nuevamente las experiencias previas y los contextos socioculturales, determinarán tales experiencias patrimoniales del diseño, de forma que se amplían horizontes para la creación desde la disciplina, los cuales cuentan con espectadores tan diversos como: públicos de una obra de teatro, observadores de una exposición, visitantes de un espacio cultural, visitantes de flora y fauna -reserva, parque, santuario natural, zoológico-, turistas, visitantes flotantes, entre otros.

Al momento de afrontar estos nuevos contextos, es preciso asumir una relación transdisciplinaria o multidisciplinaria en los proyectos de diseño, cada vez que se decide trabajar con los patrimonios. En un cruce casi inevitable con la política, la sociología, la economía, la antropología, la historia y la cultura, el diseño se involucra con la gestión y la elaboración de estrategias patrimoniales. De este modo, los pilares fundamentales del diseño moderno se tornan difusos, y opera un tránsito que va desde la forma, a procesos complejos, sistémicos y multidisciplinares.

Al observar los resultados y hacer un balance sobre el modelo teórico propuesto, nos apoyamos y avalamos en la teoría fundamentada, particularmente desde el modelo propuesto por la escuela constructivista. Esta mirada nos permitió aclarar e interpretar las

representaciones que los diseñadores hacen de su realidad social, siendo significativos los ambientes o entornos sociales, culturales, territoriales, económicos, políticos y educativos, que rodean a la disciplina y a las escuelas de diseño. Es decir, cada creación, conlleva una interpretación de la realidad, en la que se propone mediante proyectos de diseño una adaptación y modificación de los entornos, integrando la disciplina a un sistema mucho más amplio de relaciones sociales. En efecto, la carrera de diseño, a través de los estudiantes que forma y los proyectos que crea, experimenta y es parte de los sistemas sociales, sus conductas están determinadas por estos entornos y su cultura. Proceso en que el estudiante de diseño asume un rol activo y constructivo en su aprendizaje, es decir, propone sistemas significativos de su realidad y otorga un sentido a sus experiencias, a través del intercambio social, histórico y cultural. El conocimiento previo le permite surgir al conocimiento nuevo en un flujo social y cultural constante.

El conocimiento construido en los proyectos de diseño consiste en un proceso psicológico y social de interpretación de la realidad, determinando un comportamiento en la disciplina. Los diseños se piensan y construyen, a partir de dos horizontes: por un lado, en un proceso individual, psicológico o interno, de organización cognitiva de las representaciones; y por el otro, en una construcción social de la realidad, a partir del intercambio cultural con redes de significados socialmente entendidas.

Nuestra propuesta de investigación y su interpretación, a través del modelo constructivista, nos exigió indagar en el diseño gráfico como objeto de visibilización socio-cultural, profundizando en su identidad dinámica, en aportes al desarrollo económico, social y cultural, además de sus objetos de estudio y espacios de intervención. Con este propósito, nos detenemos en sus contribuciones históricas y proponemos otros aportes a partir de un paradigma ecológico y humanista atento a las necesidades sociales significativas.

Comprendemos al proyecto de diseño como objeto de un proceso cognitivo, creativo y complejo de carácter social, que evidencia las tramas sociales y culturales que en este se encuentran, en cuya elaboración es fundamental el abordaje de los contextos locales, nacionales y globales en los que se posiciona. Así, para comprender los usos de insumos sociales y culturales en la construcción del conocimiento, formulado en los proyectos, surgen las particularidades de un pensar humano y patrimonial.

Concretamos nuestra contribución reforzando una praxis disciplinar orientada a un *hacer social* del diseño, con aportes significativos en la propia reconfiguración de la identidad de la disciplina. En esta línea, el diseño gráfico se vale del patrimonio cultural para poder crear algo nuevo, y el diseñador recurre a los distintos lugares o tópicos para poder enriquecer sus procesos de creación discursiva y práctica profesional. De este modo, en sus propuestas proyectuales identifica los reconocimientos estatales al patrimonio, situación que nos permite apreciar la importancia de la problemática, pero también observar el cruce de la disciplina con la cultura y los patrimonios.

La intervención del diseño permite un registro visual de los patrimonios, cuyos insumos se originan en el contacto con entornos cotidianos personales, sociales y culturales, es decir, una interpretación de la propia ciudad, los archivos y artefactos del pasado. Escenario en el cual se reconocen nuevas necesidades y se reconstruyen mensajes y discursos pro patrimoniales, que amplían el espacio social del ser y el hacer del diseño gráfico como una práctica situada en un territorio y una nación cargada de identidad y símbolos patrimoniales y culturales específicos. Por tanto, la formación del diseñador trasciende al objeto, para pensar en contextos y territorios con necesidades y expectativas socioculturales.

Este nuevo conocimiento sobre la disciplina del diseño gráfico es identificable en variados aspectos de la misma: su formación, sus proyectos, su identidad, sus objetos de estudio y sus aperturas paradigmáticas. Por tanto, constituye un espacio en el que se da la inclusión de demandas, necesidades y representaciones de la sociedad.

Pero no solamente resultados y conclusiones arrojaron los proyectos de título analizados, pues en este proceso también surgieron aristas no exploradas, aunque sí evidenciadas, en la disciplina del diseño. Una de estas son las creaciones graficas en patrimonio, cuya semiótica de la imagen representa un interesante fenómeno de estudio a ser trabajado posteriormente. Similar situación ocurre con aquellas iniciativas enmarcadas en el diseño social que no son necesariamente patrimoniales. O bien, con la posibilidad de profundizar en los patrimonios gráficos, pues con ellos también construimos una historia e identidad del diseño.

Concluyendo, debemos señalar que en este proceso de transformaciones de la sociedad y sus valoraciones, se va modificando también la disciplina del diseño gráfico, en la cual emergen nuevos tópicos, enfoques, técnicas y respuestas a los requerimientos estatales, sociales, culturales y empresariales. De este modo, sus creaciones en patrimonio se

fortalecen en las construcciones de realidad con acervos éticos y profesionales. Muchos de ellos otorgados por la propia disciplina en su formación, y por tanto necesarios de fortalecer en vista de un reconocimiento constante e histórico de su entorno social, cultural y físico, con un sentido crítico, ético y unificador que permita construir identidad nacional y disciplinar con una mirada social y pro patrimonial.

BIBLIOGRAFÍA

- Acreditadora de Chile (2017). *Acuerdo de acreditación N°555. Carrera de Diseño, menciones “Diseño Gráfico” y “Diseño Industrial”, Universidad de Chile.* [informe] <http://www.acreditadoradechile.cl/wp-content/uploads/2017/12/Acuerdo-N%C2%BA555.pdf>
- Acosta, D. (2011). *Chile quiere más cultura: la cultura en el Chile de transición. Antecedentes de una institucionalidad cultural* [ponencia]. Primer Congreso Nacional de Gestión Cultural: “Escenarios, Tensiones y Desafíos de la Gestión Cultural en Chile”. Santiago: Egac.
- Adimark GfK (2006). *Evaluación gestión gobierno*. Santiago de Chile: Adimark GfK.
- Aicher, O. (1994). *El mundo como proyecto*. México: Ed. Gustavo Gilli.
- Aldunate, C. (2012). El rescate cultural de la diversidad y la tradición. En Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Editores. *Tesoros humanos vivos*. Chile: Publicaciones Cultura.
- Álvarez, P. (2004). *Historia del Diseño Gráfico en Chile*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Álvarez, M. (2010). Industrias creativas y culturales y la economía de la imaginación. *Revista Ábaco*, 64/65: 26-39, Centro de Iniciativas Culturales y Estudios Económicos y Sociales (CICEES).
- Álvarez, P y Morales, G. (2015). Los inicios de la enseñanza profesional del diseño en Chile. *Revista Diseña*, 9: s. p. Santiago: Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Andueza, C. (2013). *Diego Becas: “Como cartelista debo lograr que quien vea mi cartel retenga la imagen en su retina, como cuando se ve directo al sol”* [Entrevista]. En *Mesagráfica*: <https://mesagrafica.wordpress.com/2013/07/11/diego-becas-como-cartelista-debo-lograr-que-quien-vea-mi-cartel-retenga-la-imagen-en-su-retina-como-cuando-se-ve-directo-al-sol/>
- Antoine, C. (2012). Evaluación y rendición de cuentas en las Políticas Culturales en Chile. *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política*, 3 (2), 143-156.
- (2015). Más allá de la acción cultural del Estado. Apuntes para una evolución de las políticas culturales en Chile. *Atenea*, 511: 147-174. Concepción.
- (2016). *Cambios en la legislación sobre financiamiento privado a la cultura en Chile* [Página web]: <http://cristian-antoine.blogspot.com/2016/09/cambios-en-la-legislacion-sobre.html>

- Antoine, C., Aránguiz, S. y Montt, C. (2018). Formación para el Diseño Social. Percepciones y expectativas entre los estudiantes de la Facultad de Diseño de la Universidad del Pacífico, Chile. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (69): 235-249. DOI: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi69>
- Arbeláez, M. (2016). *Los problemas de diseño: un panorama en expansión* [artículo] Seminario Diseño: Objetos, prácticas, discursos, Maestría en Diseño Comunicacional (DICOM), Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU), Universidad de Buenos Aires (UBA): <http://maestriadicom.org/articulos/los-problemas-de-diseno-un-panorama-en-expansion/>
- Archivo Central Andrés Bello. (S. f.). *Quiénes somos* [página web]. Universidad de Chile: <http://archivobello.uchile.cl/acerca-del-archivo/quienes-somos>
- Arcos, C. (2010) *Bajche' mi ik'ejlel wokolol tyi wajali tyi laklumal. Normas, conductas y orden en los pueblos originarios (Una perspectiva histórica)*. Programa de Fomento al Desarrollo de las Ciencias y Artes Mayas y Zoques (FOCAMAZ). Sna' Jtz'ibajpm, Cultura de los Indios Mayas, AC. San Cristóbal de las Casas, México: Universidad Intercultural de Chiapas UNICH.
- Arenas, S. (2014). *Chile y sus Naciones: Apostillas para una discusión*. Chile: Edición libre.
- Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma, M. (1997). *Diseño y Comunicación: Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.
- Ariza, S. (2007). La enseñanza del diseño: evolución en tres etapas. *Actas de Diseño*, 3 (2), 51-58. II Encuentro Latinoamericano de Diseño “Diseño en Palermo”, Argentina.
- (2012). *La investigación en diseño: Una visión desde los posgrados en México*. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Augé, M. (2007). Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana. En *Contrastes. Revista cultural*, 47: 101-107. Valencia, España.
- Ayala, Á. y González, X. (2006). Diseño, educación y preservación del patrimonio cultural. Experiencias a partir de la integración del diseño como eje de desarrollo en políticas públicas. *Actas de Diseño* 1 (1), 40-41. I Encuentro Latinoamericano de “Diseño en Palermo”, Argentina.
- Baeza, A. (2014). *Descubriendo Santiago patrimonial*. Santiago: Diseño Urbano y Planificación Ediciones.
- Barbosa, D., Medina, C. y Vargas, M. (2014) Globalización, capitalismo financiero y responsabilidad social empresarial: tensiones estructurales. *Civilizar*, 14 (27): 135-154.
- Bardín, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Ediciones Akal.

- Barnes, B. (1982). *T. S. Kuhn y las ciencias sociales*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Barra, N. (2007) *Los desafíos de la diversidad cultural para Chile* [reporte]. Arlington, Massachusetts: Intercultural Center for Research in Education (INCRE).
- Barrientos, F. (2015). *Pueblos originarios de Chile*. Santiago de Chile: Nativa Ediciones.
- Barthes, R. (1970). *La antigua retórica*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.
- Basic, Z. y Arriagada, R. (2012). Conservación de la biodiversidad y áreas protegidas en Chile. *Revista Agronomía y Forestal*, 46 (18): 19-23. Chile: Universidad Católica.
- Bassand, M. (1992). *Cultura y Regiones de Europa*. Barcelona: Oikos-Tau, S.A. Ediciones.
- Bastías, M. (2008). *Políticas públicas culturales: Desde el acceso a la apropiación. Una mirada a los programas Sismo y Creando Chile en mi barrio impulsados por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes* [Tesis de grado en Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile] Repositorio: http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2008/bastias_m2/sources/bastias_m2.pdf
- Bauman, Z. (1999). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona, España: Gedisa.
- Bazaga, R. (2015). Diseño gráfico y patrimonio arqueológico. Metodología para el análisis de ídolos placa. *Opción*, 6 (31): 93-106. Maracaibo: Universidad de Zulia.
- (2017). *El diseño gráfico como divulgador del patrimonio cultural. Exposición de casos* [ponencia]. XI Congreso Internacional Turismo y Desarrollo - VII Simposio Virtual Internacional Valor y Sugestión Del Patrimonio Artístico y Cultural.
- Bazzara, L. (2005). El diseño durante la Bauhaus y después de ella. Dos valoraciones estéticas. *Question*, 1 (46): 11-19.
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Bell, D. (1973). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Benavides, J. (1995). Siete enunciados sobre la teoría general del patrimonio cultural. *Revista PH*, 12: p. 32- 37. DOI: <https://doi.org/10.33349/1995.12.238>
- Bengoa, J. (2000). *Historia del pueblo mapuche. Siglos XIX y XX*. Chile: LOM Ediciones.
- Berlanga, I. (2013). Retórica clásica y redes online: dos realidades convergentes y análogas. Perspectivas y prospectivas de 9 expertos en Comunicación. *Icono 14*, 11(1): 45-70. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v11i1.548>
- Bermejo, J. (2013). Nuevas estrategias retóricas en la sociedad de la neopublicidad. *Icono 14*, 11(1): 99-124. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v11i1.528>

- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile - BCN (2018) *Migración en Chile: tres perspectivas de análisis*. Departamento de Servicios Legislativos y Documentales.
- Boisier, S. (1990) *Territorio, Estado y Sociedad: Reflexiones sobre descentralización y desarrollo regional en Chile*. Santiago, Chile: Ed. Pehuén.
- (2000). Chile: la vocación regionalista del gobierno militar. *EURE*, 26(77): 81-107. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612000007700004>
- Bonilla, M. y López, A. (2016). Ejemplificación del proceso metodológico de la teoría fundamentada. *Cinta moebio* 57: 305-315. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2016000300006>.
- Bonsiepe, G. (1968). Commentary on the Situation of the HfH. *Journal of the Ulm School of Design*, (21), 5-14.
- (1998). *Del Objeto a la Interfase. Mutaciones del diseño*. Buenos Aires: Ed. Infinito.
- (2007). Sobre la relevancia de la HfG Ulm. En IFA y Ulm. *Modelos de Ulm. Hochschule für gestaltung ulm 1953 – 1968*. IFA y Ulm.
- Bourdieu, P. y Passeron J. (2001). *Los herederos. Los estudiantes y la cultura*, Madrid: Alianza Editorial.
- Bourriaud, N. Editor. (2009). *Altermodern*. London: Tate Publishing.
- Brown, T. (2009), *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. New York: Harper Business.
- Browne, M. (2012). *La Comunidad Realizada: Las Ferias libres de Santiago como Lugares de Valor Patrimonial* [Memoria de grado Antropología, Universidad de Chile] Repositorio: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/116736>
- Brunner, J. (2005). Transformaciones de la universidad pública. *Revista de Sociología*, (19): 31-49. DOI: [10.5354/0719-529X.2005.27812](https://doi.org/10.5354/0719-529X.2005.27812)
- Buchanan, R. (1985). Declaration by design: Rhetoric, argument, and demonstration in design practice. *Design Issues*, 2 (1), 4-22. DOI: [10.2307/1511524](https://doi.org/10.2307/1511524)
- (1998). Education and Profesional Practice in Design. *Design Issues*, 2(14): 63-66. DOI: [10.2307/1511851](https://doi.org/10.2307/1511851)
- Burgos, C (2016). La construcción del conocimiento proyectual en el diseño arquitectónico: dimensiones cognoscitivas y epistémicas implicadas en el proceso educativo. *ADNea Revista de Arquitectura y Diseño del nordeste argentino*, 4(4): 77-88. DOI: <http://dx.doi.org/10.30972/adn.042258>

- Candia, R., Miranda, D. y Morales, C. Editores. (2019). *Patrimonio del olvido*. Chile: Editorial Universitaria.
- Capriotti, P. (2007) El patrocinio como expresión de la responsabilidad social corporativa de una organización. *Revista Razón y Palabra*, 6: s.p.
- Cardona, F. y Castañeda G. (2016). *Diseño como estrategia de visibilización del patrimonio cultural de una comunidad en contexto* [Ponencia] XIII Foro Académico de Diseño – Festival Internacional de la Imagen. Colombia: Universidad de Caldas.
- Cardoso de Oliveira, R. (1990). La politización de la identidad y el movimiento indígena. En Alcina, J. Compilador. *Indianismo e indigenismo en América*. Madrid: Alianza Universidad, 145-161.
- Carlucci, R. (2016). *Sistema de gestión del patrimonio cultural nivel sub-nacional*. Programa de Asistencia Técnica al Ministerio de Culturas y Turismo. Bolivia: AICS.
- Casasus, M. (2013). Entrevista a Manuel Mejido: “Los militares asesinaron a los símbolos de la Unidad Popular, Neruda era el gran símbolo”. *El Clarín*, Chile, 18 de junio.
- Castillo, E. (2006) *Puño y letra: movimiento social y comunicación gráfica en Chile*. Santiago, Chile: Ocho Libros Editores.
- (2010). *Artesanos, artistas, artífices. La Escuela de Artes Aplicadas de la Universidad de Chile*. Santiago: Ocho Libros y Pie de Texto.
- Castillo, L. (2009). *Democracia en Chile: Nuevos desafíos para antiguos problemas: Parte 2*. Serie documentos electrónicos N° 5, Programa Gerencia Social y Políticas públicas. FLACSO
- Castillo C. (2012). *El estado chileno y la construcción de la identidad nacional: la controversia por Tacna y Arica (1883-1929)* [Seminario de Título Profesora de Historia y Ciencias Sociales, Facultad de Filosofía y Humanidades Instituto de Ciencias Sociales, Universidad Austral de Chile]. Valdivia: <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2012/ffc352e/doc/ffc352e.pdf>
- .
- Catalán, A. (2016). *La evolución del juego de mesa y su transformación en producto editorial*. IV Conferencia Internacional sobre Diseño y Artes Gráficas (CIDAG). <https://n9.cl/n27o>
- (2018). El diseñador de juegos de mesa: una aproximación. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 2 (10), s. p.
- Chapleau, L. (2003). La cultura chilena bajo Augusto Pinochet. *Chrestomathy: Annual Review of Undergraduate Research at the College of Charleston* (2): 45-83.

- Charmaz, K. (2013). La teoría fundamentada en el siglo XXI: Aplicaciones para promover estudios sobre la justicia social. En Denzin, N. y S. Lincoln. Compiladores. *Estrategias de investigación cualitativa: Vol. III*. Buenos Aires: Gedisa. pp. 270-325.
- Chaves, N. (2006). Qué era, qué es y qué no es el diseño. Intentando dispersar la bruma. *Actas de Diseño* 1(1): 15-22. Encuentro Latinoamericano “Diseño en Palermo”, Argentina: Universidad de Palermo.
- Chekh, A. (2018). La historia tras el Día del Patrimonio Cultural. *La Tercera*, Santiago de Chile, 25 de mayo del 2018. <https://www.latercera.com/nacional/noticia/la-historia-tras-dia-del-patrimonio-cultural/180518/>
- Clarke, A. Editor. (2010). *Design Anthropology. Object culture in the 21st Century*. New York: Springer Wien.
- Clark, B. (1983). *The Higher Education System: Academic Organization in Cross-National Perspective*. United States: University of California Press.
- Clotas, P. (2009). *Patrocinio Empresarial*. Barcelona: Editorial Lid.
- Collier, S. y Sater, W. *Historia de Chile, 1808-1994*. Cambridge University Press.
- CONAF (s. f.). *Protección SNASPE* [Página web]: <http://www.conaf.cl/incendios-forestales/prevencion/proteccion-snaspe/>
- Congreso Nacional de Chile. (1990, 28 de junio). *Ley N°18.985: Reforma Tributaria*. Ministerio de Hacienda. <http://bcn.cl/1uvzi>
- (2017, 3 de noviembre). *Ley N°21.045: Crea el Ministerio de las Artes, las Culturas y el Patrimonio*. Ministerio de Educación. <http://bcn.cl/22iar>
- Conrads, U. (1970). *Programs and Manifestoes on 20th-century Architecture*. Cambridge, Massachusetts: Edited by Ulrich Conrads.
- Consejo de Monumentos Nacionales – CMN. Editores. (2010). *Santuarios de la naturaleza de Chile*. Chile: CMN.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes – CNCA. (2010). *Análisis metodológico del balance de política cultural 2005-2010. Informe síntesis 1 y 2*. Santiago, Chile: Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea, Universidad Academia de Humanismo Cristiano.
- (2011). *Política Cultural 2011-2016*. CNCA Departamento de Estudios: <https://www.cultura.gob.cl/institucion/politica-cultural-2011-2016/>
- (2011). Protagonistas, testigos directos e impulsores de la cultura hoy entregan aquí su diagnóstico de cómo y dónde ven la cultura chilena. *Cultura. Revista del CNCA*, s. n., s. p.

(2014). *Herramientas para la gestión cultural local: Participación ciudadana*. CNCA: <http://www.redcultura.cl/uploads/contenidos/5e074e412284aa363681d158753d4d7d.pdf>

(2014). *Mapeo de las industrias creativas en Chile: caracterización y dimensionamiento*. Publicaciones Cultura, CNCA: https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo_industrias_creativas.pdf

(2015). *Jornadas de capacitación para el desarrollo del sector cultural ACERCA* [Programa]. CNCA: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/07/programa-acerca-2015.pdf>

(2016) Segundo Informe Periódico Cuatrienal del Estado de Chile ante UNESCO. Medidas para la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Chile: CNCA.

(2017). *Política de fomento del diseño—2017-2022*. CNCA <https://www.cultura.gob.cl/publicaciones/politica-de-fomento-del-diseno-2017-2022/>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes e Instituto Nacional de Estadísticas. (2016). *Estadísticas culturales. Informe anual 2015*. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2016/12/estadisticas-culturales-2015.pdf>

Constable, P. y Valenzuela, A. (2013). *Una nación de enemigos. Chile bajo Pinochet*. Santiago: Ediciones UDP.

Contreras, M. (2004). *Diseño sistema interactivo multimedial como herramienta estratégica de comunicación para el museo Violeta Parra* [Tesis Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Escuela de Diseño] Santiago: Universidad de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/100582>

Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGrawHill,

Corvalán, L. (2003). *El gobierno de Salvador Allende*. Santiago: LOM Ediciones.

Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Grafica*, 2(4) 89-107. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.23>

Criado-Boado, F. y Barreiro, D. (2013). El patrimonio era otra cosa. *Estudios Atacameños*, (45), 05-18. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-10432013000100002>

Crilly, N. (2010). The Structure of Design Revolutions: Kuhnian Paradigm Shifts in Creative Problem Solving. *Design Issues*: 1(26): 4-66. <https://www.jstor.org/stable/20627842>

Cross, N. (1982). Designerly ways of knowing. *Design Issues* 4(3), 221-227.

- (2007). Forty years of design research. *Design Studies*, 1(28):1-4. DOI:[10.1016 / j.destud.2006.11.004](https://doi.org/10.1016/j.destud.2006.11.004)
- Cuevas, M. (2018). El hecho diferencial de lo contemporáneo. De la cultura de lo material a la cultura de lo inmaterial. En Mancilla, E. y Guerrero, M. Editores. *Vanguardias del Diseño: concepciones y lenguajes contemporáneos*. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Curtius, E. (1955). *Literatura europea y Edad Media*. México: Fondo de Cultura Económico.
- Dahrendorf, R. (1959). *Class and Class Conflict in an Industrial Society*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Dasgupta (1994). *Creativity in invention and design*. New York: Cambridge University Press.
- Daza, P. (1998). La producción de la identidad nacional chilena. Debates y perspectivas de investigación. *Historia Crítica* 16: 3-21. <https://doi.org/10.7440/histcrit16.1998.00>
- De Cea, M. (2012). Ideología política y política cultural en el Chile contemporáneo: continuidades y rupturas. *Revista Observatorio Cultural*, (12):4-8. Valparaíso, Chile: CNCA, Departamento de Estudios.
- DeCarli, G. (2018). *El patrimonio: su definición, gestión y uso social*. San José, Costa Rica: Fundación ILAM. <https://ilamdocs.org/documento/3505/>
- Delgado, M. y Del Villar, F. (1995). El análisis de contenido en la investigación de la enseñanza de la Educación Física. *Motricidad. European Journal of Human Movement*, (1): 25-44. <https://recyt.fecyt.es/index.php/ejhm/article/view/56082>
- Delors, J. et al. (1996). *La educación encierra un tesoro*. Madrid: Santillana Ed. y UNESCO.
- Del Valle, D. (1981). El capitalismo industrial, financiero y tecnológico. En Bory de Spinetto, M. et al. *Manual de Historia Económica Primera Parte*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Del Valle Ledesma, M. (1997) Diseño Gráfico. ¿Un Orden Necesario? En Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma, M. (1997). *Diseño y Comunicación: Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.
- (2003). *El diseño gráfico, una voz pública: Se la comunicación visual en la era del individualismo*. Buenos Aires: Wolkowicz Editores.
- (2014). Cartografía del diseño social: aproximaciones conceptuales. *Anales*, 43(1): 97-106. <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/107/95>

- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma: emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós.
- Devalle, V. y Chalkho, R. (2013). Relatos del Diseño. *Anales*, 43 (1): 9-18. <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/104/92>
- Díaz, A., Ruz, R. y Galdámez, L. (2008). *Población andina de las provincias de Arica y Tarapacá: el censo inédito de 1866*. Ediciones Universidad de Tarapacá.
- (2013) *De fiesta en fiesta, calendario de celebraciones religiosas del norte de Chile*. Ediciones Universidad de Tarapacá.
- Díez, E. (2010). La globalización neoliberal y sus repercusiones en educación. REIFOP, 2(13): 23-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3307271>
- DIBAM (1996). Primer Seminario de Patrimonio Cultural. *Patrimonio Cultural*. <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-62057.html>
- (2009). Así vemos nuestro patrimonio gráfico. *Patrimonio Cultural*, 50:2. https://www.patrimoniocultural.gob.cl/614/articles-6980_archivo_01.pdf
- DisUp (2014). *Fernando Cartes alias Kartess, diseñador gráfico + custom artista* [Entrevista] <https://www.disup.com/entrevista-fernando-cartes-disenador-grafico-custom-artist/>
- Domínguez, H. y Carrillo, R. (2007). El capitalismo industrial, el movimiento obrero y las corrientes sociales del siglo XIX [Documento]. UNAM: <https://portalacademico.cch.unam.mx/repositorio-de-sitios/historico-social/historia-universal-1/HUMCI/LibreC.htm>
- Donoso, K. (2013). El “apagón cultural” en Chile: políticas culturales y censura en la dictadura de Pinochet 1973-1983. *Outros Tempos* 16: 104-129.
- Dosio, P. (2012). *Pedagogías del diseño. Exploración sobre lo interdisciplinar y el impacto social en su enseñanza* [Proyecto de investigación]. Argentina: Universidad de Palermo.
- Durán, L. y Mancipe L. (2018). Enfoques teóricos de diseño que propenden hacia el desarrollo sostenible de Latinoamérica. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 69: 175-193. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi69>
- Durston, J. Coordinador. (2003). *Pueblos Originarios y sociedad nacional en Chile: La interculturalidad en las prácticas sociales*. PNUD.
- EMOL (2006, 11 de marzo). *Bachelet promete hacer un "gobierno de regiones"*. <https://www.emol.com/noticias/nacional/2006/03/11/213332/bachelet-promete-hacer-un-gobierno-de-regiones.html>

- Errázuriz, L., (2006). Política cultural del régimen militar chileno (1973-1976). *Aisthesis*, (40): 62-78.
- Errázuriz, L. y Leiva, G., (2012). *El golpe estético: dictadura militar en Chile 1973-1989*. Santiago, Chile: Ocho Libros.
- Eshelman, R. (2000). Performatism, or the end of postmodernism. *Anthropoetics*, 2 <http://www.anthropoetics.ucla.edu/ap0602/perform.htm>.
- Esteve, A., y Miranda, R. (2018). Problemáticas sociales desde el pensamiento complejo. En Mancilla, E. y Guerrero, M. Editores. *Vanguardias del Diseño: concepciones y lenguajes contemporáneos*. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Fernández, R. (s. f.) *Observaciones territoriales. El proyecto como pensamiento* [Ponencia]: http://imae.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a_lat-04.pdf
- (2014). *Inteligencia proyectual: Un manual de investigación en arquitectura*. Argentina, Buenos Aires: Teseo.
- Folchi, M. (2015). Historia de las áreas protegidas en Chile. En Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD. *Conservando el patrimonio natural de Chile. El aporte de las áreas protegidas*. Chile: Ministerio del Medio Ambiente.
- Forés, C. (2017). Cartografías del diseño desde la acción social. Interlínea. *Cuadernos de Investigación en Arte, Diseño y Educación*, (1): 1-14.
- Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- (2006). La desmaterialización del diseño: Un nuevo perfil del diseño de comunicación. *Actas de Diseño*, 1: 15-22. I Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo". Buenos Aires, Argentina.
- Gaitto, J. (2018). La función social del diseño o el diseño al servicio social. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. (69): 1-6. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n69/n69a03.pdf>
- Gamonal, R. y García, F. (2015). La capacidad discursiva del diseño gráfico. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(1): 9-24. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2015.v27.n1.43009
- García, N. (2000). Los usos sociales del Patrimonio Cultural. En Aguilar, E. Editora. *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Granada, España: Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.
- García, S. (2014). Identidad del Diseño de la Cultura Clásica Contemporánea, ante el humanismo en la era de las redes interpersonales [Discurso del miembro electo Dr. Sebastián García Garrido leído en el Acto de su Recepción Pública]. Sociedad Erasmiana de Málaga. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=56193>.

- García, Z. (2009). ¿Cómo acercar los bienes patrimoniales a los ciudadanos? Educación Patrimonial, un campo emergente en la gestión del patrimonio cultural. *Pasos*, 7 (2): 271-280. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.019>
- Garretón, M. (2013) Las políticas culturales en los gobiernos democráticos en Chile. En Canelas, A. y Bayardo, R. *Políticas culturais na Ibero-América*. Brasil: Editora da Universidade Federal da Bahía.
- Garrido, P. y Avalos, C. (2011). La participación ciudadana y la política cultural chilena en democracia. La creación del consejo nacional de la cultura y las artes. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 11: 138-152.
- Geertz, C. (1957). *La interpretación de las culturas*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Gellner, E. (1988). *Naciones y nacionalismo*. Madrid, Alianza Editorial.
- Giddens, A. (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid, España: Alianza Universidad.
- Gobierno Vasco (2013). Políticas de fomento del consumo cultural. Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura.
- Godoy, L. (2007). Fenómenos migratorios y Género: identidades ‘remodeladas’. *Psyke*, 16(1): 41-51. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/psykhe/v16n1/art04.pdf>
- Gómez, M. (2000). Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología. *Revista de Ciencias Humanas*, 20. Colombia: UTP Pereira.
- Gómez, A. (2006). Sí mismo e identidad social. En Gómez, A., Gaviria, E. y Fernández, I. Coordinadores. *Psicología social*. Madrid: Sanz y Torres.
- González, C. (2016). El diseño como soporte de la identidad en la Cultura Clásica Contemporánea. *i+Diseño*, (11): 76-96. DOI: <https://doi.org/10.24310/Idisenio.2016.v11i0.2409>
- González, E. (2010). *Senderos de investigación en Diseño Gráfico*. Elsevier.
- González, I. (2010). Prospectiva de las Didácticas Específicas, una rama de las Ciencias de la Educación para la eficacia en el aula. *Perspectiva Educativa*, 49(1):1-31. <http://www.perspectivaeducacional.cl/index.php/peducacional/article/view/2/2>
- González, S. y Montealegre, J. Editores (2012). *Ciudadanía en marcha. Educación superior y movimiento estudiantil 2011: curso y lecciones de un conflicto*. Chile: Editorial USACH.
- González de Cossío, M. y Morales, N. (2014). El pensamiento proyectual sistémico y su integración en el aula. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 49: 91-104. Buenos Aires, Argentina.

- González Ruiz, G. (1994). Estudio de diseño. Sobre la construcción de las ideas y su aplicación a la realidad. Emecé Editores.
- González Tobón, J. (2012). Investigación en Diseño. Recopilación de reflexiones para la búsqueda del estado de la indagación de la teoría del diseño en Colombia. *Acta de Diseño*, 12: 163-170.
- Grimson, A. (2010). Cultura, identidad: dos nociones distintas. *Social Identities*, 1(16): 63-79. <https://doi.org/10.1080/13504630903465894>
- (2011). *Los límites de la cultura*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Guerrero, G. (2014). *La emancipación de la mirada: del espectador oculto al espectador visible. Estrategias visuales para una experiencia estética en el museo desde una perspectiva A/R/Tográfica* [Tesis Master en Artes visuales, Depto. de Didáctica de la Expresión Musical, Plástica y Corporal]. España: Universidad de Granada.
- Guevara, C. (2013). *Gestión del patrimonio cultural. Reunión Anual de Etnología 25 años. Gestión Cultural en Bolivia*. La Paz, Bolivia: Museo Nacional de Etnología.
- Guijosa, V. (2008). El reto de la educación ante el nuevo rol del diseño. *Actas de Diseño* 5(5). Nº5. III Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo". Argentina.
- Gundermann, H. (2013). Procesos étnicos y cultura en los pueblos indígenas de Chile. *Alpha* 36: 93-108. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22012013000100007>
- Haroche, C., Henry, P. y Pecheux, M. (1971). La sémantique et la cupure saussurienne: Langue, langage, discours. *Langages*. 24(6): 93-106. DOI: <https://doi.org/10.3406/lgge.1971.2608>
- Harvey, E. (1990). *Las políticas culturales en Iberoamérica y el mundo*. Madrid: Tecnos.
- (2006). *Gestión de las políticas culturales públicas en países de América y Europa. Aspectos políticos institucionales y público administrativo* [Documento de Curso de Extensión]. Argentina: Instituto Ortega y Gasset.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica en las ciencias del deporte*. Barcelona, España: Editorial Paidotribo.
- Hernández, I. (2015). *Propuesta de clasificación de espacios culturales para Chile* [Documento] .CNCA.
- Herrera, E. y Fernández, L. (2014). Diseño de objetos gráficos-interactivos. *Icono* 14, 1(12): 219-243. DOI: [10.7195/ri14.v12i1.656](https://doi.org/10.7195/ri14.v12i1.656)
- Hobsbawm, E. (1991). *Naciones y nacionalismos desde 1780*. Barcelona: Ediciones Crítica

- Hoyos de los Ríos, O. (2000). La identidad nacional: algunas consideraciones de los aspectos implicados en su construcción psicológica. *Psicología desde el Caribe*, (5): 56-95. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=213/21300504>
- Instituto Nacional de Estadísticas - INE (2003). *Anuario de cultura y tiempo libre: Arte, patrimonio, recreación y medios de comunicación*. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Anuario-de-Cultura-y-Tiempo-Libre-2003.pdf>
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores Monterrey (s.f.). *Las estrategias y técnicas didácticas en el rediseño. El método de proyectos como técnica didáctica*. Dirección de Investigación y Desarrollo Educativo. Monterrey, México.
- Jameson, F. (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado* [Traductor J. L. Pardo]. Oxford: New Left Review Ltd.
- Jocelyn-Holt, A. (2014). *La Modernidad en Chile* [Ponencia]. Quinto Seminario sobre la Historia del Diseño. Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/09/ponencia-jocelyn-holt.pdf>
- Julier, G. (2010). *La cultura del Diseño*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- Katona, G. (1968). *La sociedad de consumo de masas*. Madrid: Ediciones Rialp.
- Kirby, A. (2009). *Digimodernism. How new technologies dismantle the postmodern and reconfigure our culture*. London: Continuum.
- Kopp, R. (2011). Diseño gráfico cambiante: la inestabilidad como regla. *Diseño en Síntesis*, Año 20, segunda época, 44-45
- Kottak, P. (2001). *Antropología: Una exploración de la diversidad humana con temas de la cultura hispana*. Madrid: McGraw-Hill.
- Kremerman, M. (2007). *El desalojo de la Universidad Pública* [Borrador no editado], <http://www.opech.cl/inv/analisis/acceso.pdf>
- Krippendorff, K. (1990) *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- (2006). *The semantic turn. A new foundation for design*. Taylor & Francis Group.
- Kuhn, T. (1987). ¿Qué son las revoluciones científicas? Barcelona: Paidós
- (2004) [1962] *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lacarrière, M. (2016). “Mercados tradicionales” en los procesos de gentrificación / recualificación Consensos, disputas y conflictos. *Alteridades*, 51(26): 29-41. <https://www.redalyc.org/pdf/747/74747921003.pdf>

- Lagos, R. (1999). *Programa de Gobierno: Para crecer con igualdad*. <https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/22304/1/112795.pdf>
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1980). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Landry, R. (1998). L'analyse de contenu» En Gauthier, B. Editor. *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*. Canadá: Presses de l'Université du Québec.
- Larraín, J. (2001). *Identidad chilena*. Chile: LOM Ediciones.
- Lepe, P. (2009). *Enfoque histórico, hermenéutico y crítico, como modelo de investigación en la filosofía política* [Artículo en web]. https://antroposmoderno.com/antroposmoderno/articulo.php?id_articulo=1277
- León, F. (2019). Entrevista a Álvaro Arteaga [Página web]. <https://www.disgraficolatinoamericano.com/disentildeadores/alvaro-arteaga-chile>
- Lipovetsky, G. (2005) [1983]. *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo* [Traductores Vinyoli, J. y Pendanx, M.]. Barcelona, España: Editorial Anagrama.
- Llorente, C. (2013): Tippexperience: el ornato como fuente creativa para la construcción de formatos publicitarios innovadores en YouTube, *Icono 14*, 11(1): 71-98. DOI: [10.7195/ri14.v11i1.514](https://doi.org/10.7195/ri14.v11i1.514)
- López-Aranguren, E. (1994). El análisis de contenido. En García, M., Ibáñez, J. y Alvira, F. Coordinadores. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- López, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI, Revista de Educación*, 4: 167-179. Universidad de Huelva. <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf?seq>
- Liotard, J. (1987) [1979]. *La Condición Postmoderna- informe sobre el saber*. [Traductor Rato, M.] Madrid, España: Ediciones Cátedra S.A. (Obra original publicada en 1979).
- Mafla, J. (2011). *El diseñador como modelador cultural*. [Página web] <http://foroalfa.org/articulos/el-disenador-como-modelador-cultural>
- Mandel, E. (1999). *El capitalismo tardío*. México: Ediciones ERA.
- Manzini, E. (2016). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*. España: Experimenta Editorial.
- Margolín, V. (2005). *Las políticas de lo artificial: ensayos y estudios sobre diseño*. (Trad. Gabriela Ubaldini). México: Designio.

- (2012). Un “modelo social” de diseño: cuestiones de práctica e investigación. *Revista KEPES*, 8, p.61-71.
- Marina, J. (2000). *Crónicas de la ultramodernidad*. Barcelona: Anagrama.
- Marino, H. (2018). Día Internacional de la Lengua Materna: 4 lenguas ancestrales extintas de Chile. [Página web] *Revista Digital Enfoque*. <https://www.revistaenfoque.cl/lenguas-ancestrales-chilenas-extintas>
- Marsal, D. Compiladores. (2012). *Hecho en Chile. Reflexiones en torno al patrimonio cultural*. Santiago: Ediciones del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Martínez, J. (2003) Breve examen de la inmigración en Chile según los datos generales del Censo de 2002. *Documentos para Trabajo OIM*, 3: 1-20.
- Martin-Barbero, J. (1984). De la Comunicación a la Cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, 5 (3): 17-24. Colombia: Pontificia Universidad Javeriana Bogotá.
- Mayer, R. y Quellet, F. (1991). *Méthodologie de recherche pour les interventants sociaux*. Paris: Gäetan Morin Editeur.
- Mazzeo, C. (2014). *¿Qué dice del diseño la enseñanza del diseño?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Mazzeo, C. (2018). Prólogo. La dimensión ideológica de la enseñanza del diseño. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. (67): 1-5. <http://www.scielo.org.ar/pdf/ccedce/n67/n67a01.pdf>
- Mazzeo, C. y Romano, A. (2007). *La enseñanza de las disciplinas proyectuales: hacia la construcción de una didáctica para la enseñanza superior*. Argentina: Editorial Nobuko.
- Melenje, A. (2014). Itinerario: Diseño Gráfico, Cultura Visual e identidades locales. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*. (47): 163-180. Argentina: Universidad de Palermo. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5232264>
- Méndez, Z. (2002). *Aprendizaje y cognición*. Costa Rica: EUNED.
- Ministerio de Bienes Nacionales (s.f). *Rutas Patrimoniales para todas y todos los chilenos* [Página web]: <http://rutas.bienes.cl/>
- Ministerio de Educación (2018). *Aporte Jurídico. Bases Curriculares Lengua y Cultura de los Pueblos Indígenas. Comuna de Galvarino. Definición y Marco Legal* Números: 5 al 25. [Documento elaborado por el abogado Sergio Fuenzalida]:

https://consultaindigena.mineduc.cl/wp-content/uploads/sites/111/2018/10/Etapa-3_GALVARINO_Propuesta-BBCC-LCPI-Consulta-Indigena-Mineduc_03102018....pdf

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2014). *Diseño Nacional: Al rescate del patrimonio visual de Chile* [Página web] <https://www.cultura.gob.cl/actualidad/disenonacional-cl-al-rescate-del-patrimonio-visual-de-chile/>

(s.f.). *Antecedentes e hitos del proceso.* [Página web] <https://www.cultura.gob.cl/ministerio/antecedentes-e-hitos-del-proceso/>

(2014). *Presidenta Michelle Bachelet: “La desigualdad también toca al mundo de la cultura”* [Noticia en web] <https://www.cultura.gob.cl/institucional/presidenta-michelle-bachelet-la-desigualdad-tambien-toca-al-mundo-de-la-cultura/>

Ministerio del Medio Ambiente (2011). *Las Áreas Protegidas de Chile. Antecedentes, institucionalidad, estadísticas y desafíos.* División de Recursos Naturales Renovables y Biodiversidad: <http://bibliotecadigital.ciren.cl/handle/123456789/6990>

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *OPERA* 7(7): 69-84. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187>

Montecino, S. (2007). *Madres y huachos. Alegorías del mestizaje chileno.* Chile: Catalonia.

Mora, O. (2008). *El proceso de transformación del capitalismo mundial. Momentos, conceptualizaciones y consecuencias de política pública económica y social.* [Documento] Grupo de Investigación “Modelos de Desarrollo en América Latina - MODEAL” <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4949781.pdf>

Morelli, N. (2007). Social Innovation and New Industrial Contexts: Can Designers’ Industrialize’ Socially Responsible Solutions? *Design Issues*, 23 (4), Massachusetts Institute of Technology. <http://www.cs.cmu.edu/~jhm/Readings/desi%2007%2023%20E4%20E3.pdf>

Moreno, A. (2008). *Relatos interactivos de Chiloé: Reforzando la enseñanza sobre los relatos orales en alumnos del nivel NB2 a través de un comic interactivo* [Tesis para Diseñador Gráfico, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Escuela de Diseño, Universidad de Chile]. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/112941>

Moreno, L. (2015). *Complejidad, Transdisciplinariedad y Proyecto: Alcances y Estrategias para el Diseño en el siglo XXI.* [Tesis Doctoral en Creación y Teorías de la Cultura, Departamento de Letras, Humanidades e Historia del Arte, Escuela de Artes y

Humanidades, Universidad de las Américas Puebla].
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/dct/moreno_t_la/

Mosqueda, C. (2009). El diseño gráfico y su relación irruptiva con el contexto social. *Actas de Diseño*, 6: 153-156. III Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo".

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?i_libro=15&id_articulo=5784

Múnera, M. y Londoño, C. (2007). La investigación social en diseño como una práctica cultural. *Revista Académica e Institucional de la UCPR*, 77: 169-183.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4897699.pdf>

Muñoz, J. (s.f.) *Método del diseño-comunicación. Propuesta metodológica para una comunicación eficiente como antecedente y consecuente del diseño gráfico*. [Página web] <https://foroalfa.org/articulos/metodo-del-diseno-comunicacion>

(2015). *Metodología para el diseño la ciencia y el espíritu*. [Página web] <https://comunifad.wordpress.com/metodologia-para-el-neurodiseno/el-objeto-de-estudio-del-diseno-grafico/>

(2013). *El diseño social: definiciones. El diseño gráfico que busca la comprensión entre emisor y receptor mediante la comunicación*. [Página web] <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-social-definiciones>

Navarrete, S. (2014). Abstracción y expresión. Una reflexión de base filosófica sobre los procesos de diseño. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Ensayos*, (49): 23-37, Argentina: Universidad de Palermo.
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=470&id_articulo=9403

Navarrete-Cazales, Z. (2015). ¿Otra vez la identidad?: Un concepto necesario pero imposible. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 20 (65): 461-479.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662015000200007&lng=es&tlng=es.

Observatorio de Políticas Culturales (2014). *La cultura durante el gobierno de Sebastián Piñera: 2010-2014*. <http://www.observatoriopoliticasculturales.cl/OPC/wp-content/uploads/2014/04/La-Cultura-en-el-Gobierno-de-Sebasti%C3%A1n-Pi%C3%B1era2.pdf>

Organización de Estados Americanos, OEA (2002). *La Cultura como finalidad del Desarrollo*, [Documento] Seminario de Expertos en Políticas Culturales. Vancouver, Canadá: OEA.

- Ortíz, J. (2016). Diseñando para el cambio. La innovación social y sus retos, *Economía Creativa*, (6): 9-35. <https://www3.centro.edu.mx/wp-content/themes/centro/CIEC/PDF/revistas/EC6.pdf>
- Owen, C. (2007). Design thinking: Notes on its nature and use. *Design Research Quarterly*, (2)1: 16-27.
- Palacios, M. y Rivera, L. (2008). *El patrimonio del diseño gráfico: resignificación de la tradición*. [Documento] http://blogs.fad.unam.mx/asignatura/carlos_salgado/wp-content/uploads/2012/10/El-patrimonio-del-dise%C3%B1o-gr%C3%A1fico-resignificaci%C3%B3n-de-la-tradici%C3%B3n.pdf
- Palmerino, D. (2004). *La Bauhaus y el diseño*. [Documento] Argentina: Universidad Abierta Interamericana. Facultad de Ciencias de la Comunicación.
- Papanek, V. (1985) *Design for the Real World; Human Ecology and Social Change*, New York: Thames and Hudson.
- Papanek, V. (1995) *The Green Imperative Ecology And Ethics In Design And Architecture*. New York: Thames and Hudson.
- Pérez, C. (2009). La otra globalización: los retos del colapso financiero. Problemas del Desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía*, 40(157): 11-37. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pérez, G. (1984). *El análisis de contenido en la prensa. La imagen de la Universidad a Distancia*. Madrid, U.N.E.D.
- Perri, V. (2016). *De la forma y la función al diseño como práctica cultural. Reflexiones al costado del camino*. [Ponencia] 8° Jornadas de investigación en disciplinas artísticas y proyectuales (JIDAP). Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Bellas Artes. Argentina.
- Pimentel, J. (2009). El Diseñador como investigador. *Actas de Diseño* (7), pp. 80 - 83. Argentina: Universidad de Palermo. http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=16&id_articulo=5870
- Polo, V. (2012). El Desarrollo Humano y la formación integral en Diseño: el Alfabetismo Objetual, la Época y el Sujeto, más allá del estudio de caso. *Actas de Diseño*, (13): 111-116. Argentina: Universidad de Palermo.
- Portal, F. (2016). Diseño y desarrollo en las periferias del capitalismo. Transferencias metodológicas entre HFG-Ulm y el Grupo de Diseño del intec. RChD: *Creación y pensamiento*, 1 (1): 37-51. <https://rchd.uchile.cl/index.php/RChDCP/article/download/44199/46323/>

- Prats, Ll. (2005) Concepto y gestión del patrimonio local. *Revista Cuadernos de Antropología Social*, 21: 17-35. <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/CAS/article/view/4464/3967>
- Prensky, M. (2004). La muerte del mando y del control. *Revista Strategic News Service, Special Letter*. www.marcprensky.com/writing/Prensky-SNS-01-20-04.pdf
- Quiroga, N. (2014). Diseño con proyección social: sinergia entre la academia y los procesos comunitarios. *Actas de diseño*, (17), Argentina: Universidad de Palermo. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=485&id_articulo=10243
- Rabuco, F. (2014). *Reserva mundial La Higuera. Gráfica y programación para infografías interactivas en la web*. [Tesis grado Diseñador Gráfico, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Escuela de Diseño, Universidad de Chile]. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/130355>
- Ramírez, K. y Flores, M. (2016). El discurso sobre el diseño gráfico: formaciones imaginarias en el campo profesional, académico y profesional. *Revista de Investigación. Administración Contemporánea*, 27 (VIII). México.
- Reich, R. (2012). The MECESUP Program in Chile. *Revista Harvard Review of Latin America*, 1 (XII). <https://revista.drclas.harvard.edu/book/mecesup-program-chile>
- Rifkin, J. (2011). *La Tercera Revolución Industrial. Como el poder lateral está transformando la energía, la economía y el mundo*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Rodio, S. (2002). *Diseño: Teoría y Reflexión*. Argentina: Kliczkowski.
- Rodríguez, M. (2011). *La crisis de la regionalización descentralizada*. [Página web] <https://coyunturapolitica.wordpress.com/2011/01/31/la-crisis-de-la-regionalizacion-centralizada/>
- Rodríguez, I. (2014). Lugares de conversación: institucionalidad cultural y nuevos públicos. *Actas de diseño*, (17): 99-102. Argentina: Universidad de Palermo. https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=485&id_articulo=10244
- Rodríguez, L. (2018). El diseño en la posmodernidad: discursos y tesis. [Artículo] https://www.academia.edu/229965/Dise%C3%B1o_y_posmodernidad_discursos_y_tesis.
- Roel, V. (1998). *La Tercera Revolución Industrial y la Era del Conocimiento*. Perú: Centro de Producción Editorial Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Rojas, E. (1995). *El hombre light. Una vida sin valores*. Argentina: Ed. Planeta.

- Rojas, N. y Silva, C. (2016). *La migración en Chile: Breve reporte y caracterización*. [Documento] Observatorio Iberoamericano sobre Movilidad Humana, Migraciones y Desarrollo (OBIMID).
- Román, M. (1999). *Guía práctica para el Diseño de Proyectos Sociales*. [Documento] Chile: CIDE. <http://www.biblioteca.org.ar/libros/88594.pdf>
- Rosa, A. Bellelli, G., y Bakhurst, D. (2008). Representaciones del pasado, cultura personal e identidad nacional. *Educação e Pesquisa*, 34(1): 169-197. <https://doi.org/10.1590/S1517-97022008000100012>
- Rubinich, L. (1993). *Extensionismo y basismo. Dos estilos de política cultural*. Argentina: Espacio Editorial.
- Higuera, A., Santamaría, A., Victoria, R. y Rubio, M. (2014). *El diseño ante los cambios globales en las sociedades actuales*. España: Plaza y Valdés.
- Samuels, R. (2008). Auto-modernity after postmodernism: Autonomy and automation in culture, technology, and education. *Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*: 219–240. Cambridge: MIT Press. DOI: [10.1162/dmal.9780262633598.219](https://doi.org/10.1162/dmal.9780262633598.219)
- Sánchez, M. (2012). El Diseño Gráfico y su aportación a la divulgación científica. *Actas de Diseño*, (13): 237-240. Argentina: Universidad de Palermo.
- Santander, C. U. (2006). La migración peruana en el contexto del patrón de las corrientes migratorias en Chile: pasado, presente y futuro. *Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, 14: 191-208.
- Sarale, L. (2014) La innovación y el diseño como herramientas de desarrollo local. *Revista Huellas: Búsquedas en artes y diseño*, 8: 138-146. <https://bdigital.uncu.edu.ar/5906>.
- Scattolin, R. (2012) *Campos de Acción del Diseño Gráfico*. [Documento] <https://es.scribd.com/doc/95555283/Campos-de-Accion-del-Diseno-Grafico>
- Schettini, P. (2015). *Análisis de datos cualitativos en la investigación social: procedimientos y herramientas para la interpretación de información cualitativa*. Argentina: Universidad Nacional de La Plata.
- Schiappacasse, P. (2008). Segregación espacial y nichos étnicos de los migrantes internacionales en el Área Metropolitana de Santiago. *Revista de Geografía Norte Grande*, 39: 21-38. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022008000100003>
- Sen, A. (1997) *Human Rights and Asian Values*, [Morgenthau Memorial Lecture, publicado en versión resumida en The New Republic, 14-21 de Julio 1997] Nueva York: Consejo Carnegie sobre Ética y Asuntos Internacionales.

- Senar, P. (2017). El diseño social en perspectiva latinoamericana. *Revista Hábitat Inclusivo*, 10, <http://www.habitatinclusivo.com.ar/revista/el-diseno-social-en-perspectiva-latinoamericana/>
- SERCOTEC (2015). *Catastro Nacional de Ferias libres*. [Página web] <http://www.catastroferiaslibres.cl/>
- Serrano, C. (2010). Políticas de Desarrollo Territorial en Chile. [Documento] <https://www.sociedadpoliticaspUBLICAS.cl/archivos/BLOQUE1/Descentralizacion/Políticas de desarrollo territorial en Chile.pdf>.
- Servicio Nacional del Patrimonio Cultural (s.f.). *Qué entendemos por patrimonio cultural*. [Página web] <https://www.patrimoniocultural.gob.cl/614/w3-article-5355.html?noredirect=1>
- Silva, B. (2008). *Identidad y nación entre dos siglos. Patria Vieja, Centenario y Bicentenario*. Chile: LOM Ediciones.
- Simón, G. (s.f). Diseño, artefacto y cultura material. [Página web] <https://foroalfa.org/articulos/disenyo-artefacto-y-cultura-material>.
- Simón, G (2009). + *de 100 Definiciones de Diseño*. México: Ediciones Universidad Tecnológica Metropolitana.
- Simon, H. (1969). *The sciences of the artificial*. Cambridge: MIT Press.
- Sistema de Información para la Gestión del Patrimonio Cultural Inmaterial, SIGPA (s.f). *Patrimonio Cultural Inmaterial en Chile*. [Página web] <http://www.sigpa.cl/patrimonio-chile/>
- Smith, A. (1958). *Investigación sobre la naturaleza y la causa de la riqueza de las naciones*. Fondo de Cultura Económica.
- Soliz, M. (2012) *El Diseñador, un Operador Cultural. La Paz Bolivia*. [Documento] <https://es.scribd.com/doc/105155092/El-Disenador-un-Operador-Cultural>.
- Soneira, A. J. (2006). La teoría fundamentada en los datos (grounded theory) Glaser y Strauss. En Vasilachis, I. *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Soto, J. (2010). Entrevista a Vladimir Babare. *Revista Tono*, 1: 8.-10. Chile: Escuela de Diseño Universidad de Chile.
- Stanziola, J. (2002). Neo-liberalism and cultural policies in latin america: The case of Chile. *International Journal of Cultural Policy*, 8(1): 21-35.
- Stefoni, C. (2005). Inmigrantes Transnacionales. La formación de comunidades y la transformación en ciudadanos. En Berg, Ulla y Paerregaard, K. *El quinto suyo*.

Transnacionalidad y formación diaspórica en la migración peruana. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Subsecretaría de Turismo (2015) *Plan de Acción de Turismo Sustentable en Áreas Protegidas del Estado, 2014-2018*. Subsecretaría de Turismo. Santiago, Chile.

(2017) *Minuta Turismo en Cifras: Áreas Silvestres Protegidas*. División de Estudios y Territorio. Gobierno de Chile.

Subercaseaux, B. (1997). *Historia de las ideas y de la cultura en Chile, Tomo IV*. Santiago de Chile: Universitaria.

(2017). La cultura en los gobiernos de la concertación. *Universum*, 21(1): 190-203.
<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-23762006000100012>

Tajfel, H., y Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations*: 33-47. Monterey, CA: Brooks/Cole.

Thayer, L. (2011). Descentralización y desarrollo regional en Chile. Una mirada desde la sociedad. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 30(10): 267-287.

Tejeda, G. (2001) Diseño patrimonial chileno. *ARQ* (49): 22-23.

(2006) Diseño y pedagogía. El factor humano. *Revista Chilena de Diseño – RChD*, 1: 23-33. Chile: Universidad de Chile.

Torreblanca, T. (2012). *Kimkimtun: material didáctico para fomento de la interculturalidad en la región metropolitana* [Tesis grado Diseñador Gráfico, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Escuela de Diseño, Universidad de Chile].

Tresserras (2003). *El aprovechamiento turístico de los bienes patrimoniales*. [Ponencia] Congreso Iberoamericano: 'Patrimonio Cultural, Desarrollo y Turismo'. Morelia, México.

Triggs, T. (2011). Graphic Design History: Past, Present, and Future. *Design Issues*. 27(1): 3-6. DOI: https://doi.org/10.1162/DESI_a_00051

Tylor, Edward Burnett (1976) *Cultura primitiva: Los orígenes de la cultura, Tomo I*. España: Ayuso.

UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1998). La educación superior en el siglo XXI. Visión y acción [Informe final] Conferencia Mundial sobre la Educación Superior. París: UNESCO, París.
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000116345_spa

(2005). *Políticas educativas de atención a la diversidad cultural Brasil, Chile, Colombia, México y Perú*. Santiago, Chile: AMF Imprenta.

- (2009). *Marco de estadísticas culturales de la UNESCO 2009*. Instituto Estadística UNESCO. http://www.lacult.unesco.org/docc/Marco_estadisticas_CLT_UNESCO_ESP.pdf
- (2014). *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo. Manual Metodológico*. http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- Universidad de Chile. (1997). *Reglamento de la carrera de Diseño*. Dec. Exento N° 002917: http://www.uchile.cl/documentos/9-decreto-exento-001977-2016-modificadu-002917-1997-que-aprueba-reglamento-y-plan-carrera-diseno_118670_21_4617.pdf
- (2009). *Revitalización de las Humanidades, Artes, Ciencias Sociales y Ciencias de la Comunicación*. [Proyecto de Humanidades, Arte y Ciencias Sociales UCH0901].
- (2010). *Pauta de presentación Tesis de la Universidad de Chile* [Documento] Sistema de Servicios de Información de Bibliotecas (SISIB): http://repositorio.uchile.cl/pdf/Pauta_de_presentacion_de_tesis_2015.pdf
- (s. f.) *Centros y programas: Instituto de Historia y Patrimonio* [Página web] <http://www.uchile.cl/portal/investigacion/centros-y-programas/institutos-de-facultad/8189/instituto-de-historia-y-patrimonio>.
- Valdés de León, G. (2003). Bauhaus: Crítica al saber sacralizado. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*. 15: 69-81. Buenos Aires, Argentina.
- (2010). *Tierra de nadie. Una molesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Vattimo, G., et al. (1990). *En torno a la posmodernidad*. Barcelona: Anthropos.
- Vergara, V. (2012). *La Nueva Canción Chilena. Creación cultural y el avance de los acordes hacia lo social y político, 1960-1973*. [Tesis de Magíster en Historia de Occidente, Facultad de Educación y Humanidades] Chillán, Chile: Universidad del Biobío.
- Verhelst, T. (1994). *Las funciones sociales de la Cultura* [Documento]: <https://studylib.es/doc/299097/las-funciones-sociales-de-la-cultura>
- Vermeulen, T. y Van den Akker, R. (2010). Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics & Culture* 2: 1–15.
- Vico, M. y Osses, M. (2013) *El afiche político en Chile, 1970-2013*. Santiago: Ocho Libros.
- Vidal, E. (s. f.). *El diseño gráfico como objeto de estudio y sus significados*. [Página web] <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-grafico-como-objeto-de-estudio-y-sus-significados>.

- Vilchis, L. (s. f.). *El diseño gráfico como discurso. Argumentos de la textualidad del diseño gráfico en sus diversas expresiones discursivas*. [Página web] <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-grafico-como-discurso>.
- Villalobos, J. (2010). *Identifica señalética para comunicar nuestra identidad cultural. Aplicado en la comuna de san Pedro de atacama* [Tesis grado de Diseño, Facultad de Arquitectura y Urbannismo] Santiago: Universidad de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/100280>
- Villalón, G. y Pagés, J. (2015). La representación de los y las indígenas en la enseñanza de la historia en la educación básica chilena. El caso de los textos de estudio de historia de Chile. *Diálogo Andino*, 47: 27-36. DOI: <https://dx.doi.org/10.4067/S0719-26812015000200004>
- Von Baer (2009). *Pensando chile desde sus regiones*. Chile: Universidad la frontera.
- Waldman, G. (2004). Chile: indígenas y mestizos negados. *Política y Cultura*, 21: 97-110.
- Watson, R. (2008). *Future files The 5 trends that will shape the next 50 years*. London: Brealey.
- White, L.A. (1959). *The evolution of Culture: The Development of Civilization to the Fall of Rome*. New York.
- Williams, R (2001). *El campo y la ciudad*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Zanatta, E., Yurén, T., y Faz Govea, J. (2010). Las esferas de la identidad disciplinar, profesional e institucional en la universidad pública mexicana. *Argumentos*, 23(62), 87-104. <http://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v23n62/v23n62a4.pdf>
- Zapata, A. y Carvajal, M. (2016). Diseñar con conciencia. *Revista Interamericana de Educación, Pedagogía y Estudios Culturales*, 9 (1), 205-218. <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/riiep/article/view/3610>
- Zapata, O. (2016). *Diseñar Con Perspectiva Social*. [Documento] <https://es.scribd.com/doc/310822227/Disenar-Con-Perspectiva-Social-Olar-Zapata>

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Unidades de análisis subdivididas en <i>unidades de muestreo, unidades de registro y unidades de contexto</i>	193
Tabla N° 2: Operacionalización de la variable/atributo: <i>orientación</i> y la dimensión/sub-variable: <i>orientación temática</i>	195
Tabla N° 3: Operacionalización de la variable o atributo: <i>orientación</i> y la dimensión/sub-variable: <i>orientación geográfica de la temática patrimonial</i>	196
Tabla N° 4: Operacionalización de la variable o atributo: <i>orientación</i> y la dimensión/sub-variable: <i>orientación patrimonial del tema</i>	197
Tabla N° 5: Operacionalización de la variable o atributo: <i>finalidad</i> y la dimensión/sub-variable: <i>finalidad en la estrategia patrimonial</i>	198
Tabla N° 6: Operacionalización de la variable o atributo: <i>propuesta de solución</i> y la dimensión/sub-variable: <i>propuesta de solución en la intervención patrimonial</i>	199
Tabla N° 7: Operacionalización de la variable o atributo: <i>destinatario del mensaje o público objetivo</i> y la dimensión/sub-variable: <i>grupos sociales y culturales</i>	200
Tabla N° 8: Ficha de análisis N°1 para <i>Tesis de Diseño Gráfico UCH periodo 2000-2015</i>	205
Tabla N° 9: Ficha de análisis N°2 para <i>Tesis de Diseño Gráfico UCH en patrimonio periodo 2000- 2015</i>	206
Tabla N° 10: Distribución de frecuencias para la variable <i>orientación</i> y la subvariable <i>orientación temática</i>	213
Tabla N° 11: Tesis en temática patrimonial desagregadas porcentualmente por año de publicación y gobierno en ejercicio.....	214
Tabla N° 12: Tesis desagregadas porcentualmente por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas.....	215
Tabla N° 13: Tesis desagregadas porcentualmente por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas.....	216
Tabla N° 14: Distribución de número y porcentaje de tesis para la variable: <i>orientación</i> , y la subvariable <i>orientación temática específica</i>	229
Tabla N° 15: Tesis desagregadas por temática específica y año de publicación.....	230
Tabla N° 16: Tesis desagregadas por temática específica y año de publicación. Datos longitudinales.....	231
Tabla N° 17: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por <i>orientación geográfica</i> y año de publicación.....	238
Tabla N° 18: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por <i>orientación geográfica</i> y año de publicación.....	238

Tabla N° 19: Tendencias de la categoría orientación geográfica por año.	241
Tabla N° 20: Tendencias observadas en la categoría orientación geográfica por periodo.	246
Tabla N° 21: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación.	248
Tabla N° 22: Porcentaje de Tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación.	249
Tabla N° 23: Porcentaje de tesis en la temática de <i>Pueblo originario/ Amerindio o Americano</i> , desagregada en sus temáticas específicas.	261
Tabla N° 24: Valores que componen la población indígena del país comparados con los porcentajes de presencia en las tesis.	263
Tabla N° 25: Porcentaje de tesis en la temática de <i>costumbres y tradiciones</i> , desagregada en sus temáticas específicas.	267
Tabla N° 26: Porcentaje de tesis en la temática <i>sitios patrimoniales</i> desagregada en sus temáticas específicas.	275
Tabla N° 27: Fragmento de la tabla de análisis binomial de dominio y ciclo en el ámbito artístico-cultural y patrimonial. Ámbito patrimonio, sus fases, ciclos y tipos de espacio cultural.	277
Tabla N° 28: Espacios Culturales de la Clase Infraestructura Comunitaria del Ámbito Socio-Cultural y Espacios Culturales, de la Clase Soporte Urbano del Ámbito Socio-Cultural.	278
Tabla N° 29: Porcentaje de tesis en la temática de <i>sitios patrimoniales</i> desagregada en sus temáticas específicas.	283
Tabla N° 30: Porcentaje de tesis en la temática de un <i>área o medio natural</i> desagregada en sus temáticas específicas.	286
Tabla N° 31: Avances en materia de patrimonio natural en Chile	291
Tabla N° 32: Porcentaje de tesis patrimoniales segregadas por finalidad de la estrategia patrimonial y año de publicación.	294
Tabla N° 33: Porcentaje de tesis patrimoniales segregadas por finalidad de la estrategia patrimonial y año de publicación.	295
Tabla N° 35: Los años con mayor porcentaje en cada categoría, y el gobierno vigente para cada para cada año.	303
Tabla N° 36: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por propuesta de solución a la intervención patrimonial y año de publicación.	306
Tabla N° 37: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por propuesta de solución a la intervención patrimonial y año de publicación.	307
Tabla N° 38: Ejemplos de soportes impresos o editoriales, que vinculan a la disciplina del diseño con los patrimonios.	313

Tabla N° 39: Carreras emergentes en Chile que mezclan multimedios, estética, diseño y programación.....	317
Tabla N° 40: Ejemplos de proyectos de tesis para optar al título de Diseñador gráfico de la Universidad de Chile, con aplicación iconográfica.	318
Tabla N° 41: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por tipos de destinatarios del mensaje o públicos objetivos y año de publicación.....	321
Tabla N° 42: Porcentaje de tesis patrimoniales segregadas por tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año de publicación.....	322

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Fases de la creación del discurso retórico aplicadas al proceso creativo del diseño gráfico	135
Figura N° 2: Distribución por zonas y regiones de las universidades públicas que imparten la carrera Diseño Gráfico en Chile.	186
Figura N° 3: Porcentaje de tesis en la temática patrimonio v/s tesis en otras temáticas distinta a la patrimonial.	213
Figura N° 4: Porcentaje de tesis en patrimonio desagregadas por año de publicación y gobierno en ejercicio.	214
Figura N° 5: Porcentaje total de tesis por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas.	215
Figura N° 6: Porcentaje total de tesis por año de publicación y temática patrimonial v/s otras temáticas.	216
Figura N° 7: Porcentaje de tesis para la variable: <i>orientación</i> , y la subvariable: <i>orientación temática específica</i>	229
Figura N° 8: Porcentaje total de tesis por año de publicación y temática abordada	230
Figura N° 9: Porcentaje total de tesis por año de publicación y temática abordada.	232
Figura N° 10: Porcentaje de las tres primeras mayorías de las temáticas abordadas en las tesis por año.	232
Figura N° 11: Porcentaje de las tres primeras mayorías de las temáticas abordadas en las tesis por año.	233
Figura N° 12: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación geográfica y año de publicación.	239
Figura N° 13: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación geográfica y año de publicación.	239
Figura N° 14: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación.	250
Figura N° 15: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por orientación patrimonial de la temática y año de publicación.	250
Figura N° 16: Unidades de protección creadas por categoría, 1907-2010.	255
Figura N° 17: Miles de Hectáreas añadidas al sistema por periodo.	255

Figura N° 18: Evolución por decenios de superficie incorporada al SNASPE y número de unidades añadidas.	256
Figura N° 19: Porcentaje de tesis en la temática de Pueblo originario, desagregada en sus temáticas específicas.....	261
Figura N° 20: Cruce de datos entre identificación del chileno con alguna etnia según Censo 2002 y presencia de la categoría <i>Pueblo originario</i> en las tesis.....	265
Figura N° 21: Ejemplo de <i>pueblos originarios/interculturalidad</i> , presentes en las tesis de diseño. Portada de material didáctico/ Iconos.	266
Figura N° 22: Porcentaje de tesis en la temática de <i>Costumbres y tradiciones</i> desagregada en sus temáticas específicas.....	267
Figura N° 23: Ejemplo de <i>costumbres y tradiciones</i> subcategoría: <i>tradición oral</i> , presente en las tesis de diseño. Proceso de icono correspondiente al ítem de fervor religioso.	270
Figura N° 24: Ejemplo de <i>costumbres y tradiciones</i> subcategoría: <i>tradición oral</i> , presente en las tesis de diseño. Estudio de personajes y vestimentas.	270
Figura N° 25: Mapa infográfico de las lenguas ancestrales de Chile.....	272
Figura N° 26: Porcentaje de tesis en la temática de sitios patrimoniales, desagregada en sus temáticas específicas.....	275
Figura N° 27: Ejemplo de <i>sitios patrimoniales</i> : subcategoría <i>espacios de práctica cultural</i> , presente en las tesis de diseño. Botones de navegación, páginas y recorrido virtual.	280
Figura N° 28: Porcentaje de tesis en la temática de <i>rutas culturales y atractivos turísticos</i> desagregada en sus temáticas específicas.	283
Figura N° 29: Ejemplo de <i>rutas culturales y atractivos turísticos</i> presente en las tesis de diseño. Iconos, Señalética y Ruta.	285
Figura N° 30: Porcentaje de tesis en la temática de un <i>área o medio natural</i> desagregada en sus temáticas específicas.	287
Figura N° 31: Ejemplo gráfico de <i>área o medio natural</i> presente en las tesis de diseño. Página web, portada, menú, graficas.	290
Figura N° 32: Historia de las áreas protegidas y el desarrollo turístico en Chile	293
Figura N° 33: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por finalidad de la estrategia patrimonial y año de publicación.....	295
Figura N° 34: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por finalidad de la estrategia patrimonial y año de publicación.....	296
Figura N° 35: Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis con finalidad de la estrategia patrimonial.....	296

Figura N° 36: Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis, en finalidad de la estrategia patrimonial.....	297
Figura N° 37: Propuesta de esquema de ciclos de la gestión cultural/patrimonial	300
Figura N° 38: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por propuesta de solución a la intervención patrimonial y año de publicación.....	308
Figura N° 39: Porcentaje de tesis patrimoniales segregadas por propuesta de solución a la intervención patrimonial y año de publicación.....	308
Figura N° 40: Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis, en cuanto a la propuesta de solución a la intervención patrimonial.	309
Figura N° 41: Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis, en cuanto a la propuesta de solución a la intervención patrimonial.	309
Figura N° 42: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año de publicación.....	323
Figura N° 43: Porcentaje de tesis patrimoniales desagregadas por tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año de publicación.....	323
Figura N° 44: Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis, en cuanto a tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año de publicación.....	324
Figura N° 45: Porcentaje de las tres primeras mayorías abordadas en las tesis en cuanto a tipos de destinatario del mensaje o público objetivo y año de publicación.....	324