



Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.



DISEÑO GRÁFICO E IDENTIDAD CULTURAL PATRIMONIAL.

CREACIÓN DE SÍMBOLOS EN BASE A LA RECOMPOSICIÓN DE SIGNOS INDÍGENAS CHILENOS DE LOS PUEBLOS DIAGUITA, RAPANUI, MAPUCHE Y SELK'NAM.

CAMILA FRANCISCA REVECO SEPÚLVEDA

Directora: Dra. Elena Bartomeu Magaña

Director: Dr. David Casacuberta Sevilla

Programa de doctorado en Filosofía

Universidad Autónoma de Barcelona

Abril, 2022

índice

Diseño gráfico e identidad cultural patrimonial, una introducción.	9
1. La problemática de la entrega de conocimiento de los pueblos indígenas: cómo actuar y por qué hacerlo.....	17
1.1. Hipótesis y objetivos.	17
1.1.1. Hipótesis.	17
1.1.2. Objetivos.	17
1.2. Metodología.	20
1.2.1. Proceso cualitativo.	22
1.2.2. Design Thinking.	28
1.2.3. Relación entre el método cualitativo y el Design Thinking.	33
2. Conceptos teóricos aplicados a la investigación.	39
2.1. Identidad.	39
2.1.1. Cultura, identidad, identidad cultural.	39
2.1.2. Patrimonio cultural.	44
2.1.3. Pueblos indígenas.	47
2.1.4. Identidad chilena.	53
2.1.5. Estudio en redes sociales sobre la identidad chilena.	67
2.1.6. Lo actual en Chile / tendencias en Chile.	75
2.1.7. Reflexiones sobre la identidad chilena.	79
2.2. Análisis del usuario.	84
2.2.1. Jóvenes chilenos entre 14 y 16 años.	85
2.2.2. Encuesta a los jóvenes.	90
2.2.3. Estadísticas sobre jóvenes chilenos.	98
2.2.4. Mapa de trayectoria.	100
2.3. Diseño participativo e interacción con el usuario.	102
2.3.1. Diseño participativo.	102
2.3.2. Educación experiencial.	106
2.3.3. Gamificación.	109
2.3.4. Diseño de juego.	112
2.4. Semiótica.	115
2.4.1. El signo.	116
2.4.2. Percepción.	122
3. Referentes de la práctica de diseño.	131
3.1. Referentes de rescate identitario.	131
3.1.1. Referentes chilenos de rescate identitario.	132
3.1.2. Referentes latinoamericanos sobre rescate identitario.	134
3.1.3. Más referentes sobre rescate identitario.	139
3.2. Casos de diseño participativo.	143
3.2.1. Caso 1: Transformando el futuro: Investigación del patrimonio cultural y el futuro.	144
3.2.2. Caso 2: Un regalo de la experiencia: coproducción y codiseño en el ictus y autogestión.	148
3.2.3. Caso 3: Creación de interacciones tangibles con el patrimonio cultural: lecciones aprendidas a gran escala, proyecto de codiseño a largo plazo.	153
3.2.4. Caso 4: Juegos de herramientas, cartas y juegos: una revisión de herramientas analógicas para la ideación colaborativa.	156
3.2.5. Caso 5: La construcción del espacio ficticio en la práctica del diseño participativo.	159
3.2.6. Caso 6: Proyecto de recuperación del patrimonio de las obras públicas.	162

3.2.7. Caso 7: Participación ciudadana. Área de derechos de ciudadanía, participación y transparencia del ayuntamiento de Barcelona	165
3.2.8. Caso 8: Museos interactivos.....	168
3.2.9. Reflexiones de las similitudes o diferencias entre el diseño participativo y los “casi participativos” de los museos interactivos.....	173
3.3. Referentes de educación experiencial.....	177
3.4. Referentes de creación de signos.....	181
4. Legados, un proyecto participativo.....	191
4.1. Estrategia de diseño.....	191
4.2. Ideación de la práctica de diseño.....	193
4.3. Descripción del juego.....	195
4.4. Elementos del juego.....	200
4.4.1. Abecedario.....	200
4.4.2. Marca.....	208
4.4.3. Categorías de símbolos en las tarjetas.....	211
4.4. Accesorios del juego.....	236
4.4.1. Tarjetas.....	236
4.4.2. Sobres.....	240
4.4.3. Packaging.....	243
4.4.4. Manual de instrucciones y dossier con información de los símbolos.....	245
4.5. Estructura gráfica de los diseños de símbolos: bases teóricas de las decisiones de diseño.....	248
4.5.1. Modelo de clasificación de los signos indígenas.....	248
4.5.2. Modificación de signos.....	253
4.5.3. Retícula gráfica.....	259
4.6. Diseños indígenas originales.....	264
4.7. Diseño original y diseño modificado.....	267
4.8. Legados y otros juegos de cartas.....	280
4.9. Legados y jugabilidad.....	286
Conclusiones.....	297
Bibliografía.....	311
Índice de esquemas.....	323
Índice de figuras.....	323
Índice de tablas.....	326
Anexos.....	327
Anexo nº1: encuesta a los jóvenes.....	327
Anexo nº2: respuestas de usuarios a encuesta en redes sociales.....	334
Anexo nº3: entrevista a psicopedagogo.....	340
Anexo nº4: mapa de trayectoria.....	344
Anexo nº5: tarjetas de las categorías sujeto, característica, acción y situación.....	352
Anexo nº6: clasificación de diseños indígenas según el modelo de clasificación.....	366

Anexo n°7: iteración - ideas para el proyecto.	376
Anexo n°8: desarrollo del proceso.....	378
Epílogo.....	383

Diseño gráfico e identidad cultural patrimonial, una introducción.

En Chile el patrimonio cultural de los pueblos indígenas ha ocupado un lugar secundario en el interés colectivo, haciendo que su legado sea relegado de la cotidianidad e identidad nacional. Lo anterior se puede observar fácilmente en las políticas públicas que, hasta nuestros días, relegan la herencia cultural de ancestros indígenas, haciendo que este continúe siendo una materia poco trascendental y de desconocimiento generalizado. Si bien este hecho es abiertamente visible, desde una perspectiva sociocultural de los chilenos, recientemente el legado indígena está comenzando a tomar fuerza en el ideario colectivo de los chilenos gracias al trabajo incesante de agrupaciones locales que durante décadas han intentado potenciar la imagen patrimonial de los pueblos indígenas, visualizándolo como una parte fundamental de la identidad nacional. Es en ese mismo sentido que esta investigación busca dar relevancia a esa parte de la representación nacional chilena. Esto a través de un proyecto participativo que busca difundir el arte de los pueblos indígenas de Chile a un público que no ha llegado a valorizarlo producto de su desconocimiento y el aprecio de culturas ajenas como consecuencia de una globalización exacerbada. Respecto de este último punto, el estudio no pretende restarle peso a la globalización y su impacto en el imaginario social del país, sino más bien trabajar desde esa conformación contemporánea de los elementos culturales que han ido configurando al colectivo y desde allí intentar incorporar la herencia indígena. Es decir, la investigación busca acercarse a ese grupo, con sus características y gustos, y mostrar una parte relevante de su legado histórico para que voluntariamente lo haga parte de sí y no intervenir en él.

El estudio "Diseño gráfico e identidad cultural patrimonial. Creación de símbolos en base a la recomposición de signos indígenas chilenos de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam" tiene por objetivo fundamental difundir el patrimonio artístico de los cuatro pueblos indígenas mencionados y que son representativos de cada macro región geográfica del país: norte, centro, sur (correspondientes al Chile continental) y la Polinesia. Esto a través del rescate de los elementos gráficos y su

actualización mediante mecanismos propios del diseño gráfico. En ese aspecto, el fundamento de la investigación es desarrollar un proyecto original e interdisciplinario que aporte en la difusión del arte de los pueblos indígenas de Chile, para perpetuar su legado y fortalecer la imagen cultural dentro y fuera del país. Así, esta memoria usa el diseño gráfico para sintetizar y clarificar, desde una perspectiva semiótica, la cuestión del grafismo como cultura inmaterial de los pueblos indígenas chilenos. La intención es crear símbolos en base a nuestro objeto de estudio, los signos indígenas, para presentarlos a un público contemporáneo. En ese sentido, la percepción juega también un papel fundamental en la emisión y la recepción de los mensajes que pretenden ser transmitidos para que el usuario llegue a comprender lo que queremos presentar.

La recomposición de los signos indígenas chilenos permitirá experimentar hasta qué punto se pueden manipular sin que pierdan su identidad original e igualmente conocer la interpretación del receptor al percibir los nuevos diseños. En ese sentido, pretendemos transmitir el resultado entre un público interesado por conocer esta herencia, lo que posibilitará la construcción de una identidad cercana al legado cultural de sus antepasados.

El propósito de desarrollar un sistema de signos basado en las creaciones de los pueblos indígenas chilenos con elementos del presente se relaciona igualmente con la manera de difundir el significado de los nuevos signos a un público actual a fin de reconstruir el pasado y recontextualizarlo a través de la experimentación visual. Para la elaboración de la investigación es necesario conocer el proceso interpretativo del usuario, lo que también se relaciona a su entorno cultural y su posición en el mundo. Asimismo, es fundamental que el público aprenda gráficamente y que perciba los nuevos símbolos con prácticas de diseño que generan instancias para interactuar con los nuevos símbolos y además fortalecer el código de reconocimiento de los signos originales. De esta manera podemos rescatar parte de la cultura chilena y entregar valor a aquellos elementos que la identifican y diferencian.

La investigación se organiza metodológicamente desde una perspectiva interdisciplinar, es decir, con herramientas propias del diseño y de las ciencias sociales para el estudio del material histórico. A su vez, el diseño busca aportar al estudio de la historia entendida como una disciplina cercana y útil para la vida cotidiana de los usuarios y no como la extendida y negativa idea de que es una asignatura basada únicamente en la acumulación de contenido¹. También tendremos en consideración el arte en sí como una forma de expresión en la que el ser humano es libre de manifestarse a través de diversos modos, ya sean lingüísticos, plásticos o sonoros. La idea de abierta manifestación se puede extrapolar a distintos escenarios y periodos históricos. Las expresiones artísticas serán difundidas para que posteriormente formen parte de la identidad cultural de los usuarios. Además, la creación de manifestaciones visuales que produzcan nuevos significados involucrará al público con la herencia indígena y de pueblos que aún se hallan en Chile. En la investigación pondremos especial atención a los significados porque gracias a éstos la comprensión de las situaciones particulares que nos rodean se hacen visibles. Esto a través de un proceso de selección y combinación de los signos que hay dentro de un código de comunicación visual.

También hay que tener en consideración que el diseño gráfico es una disciplina que se ocupa de la comunicación visual y transmite mensajes que informan a grupos de personas determinados, por lo tanto, el diseño puede igualmente contribuir en la construcción de la identidad. Con el diseño gráfico y la actualización de los signos indígenas es posible rescatar los componentes artísticos de la cultura autóctona y transmitirlos a las nuevas generaciones.

La problemática descrita sustenta esta memoria, la que se estructura en cuatro capítulos que van desarrollando los diferentes objetivos y que serán descritos a continuación.

En el primer capítulo se presenta el planteamiento y justificación del tema de estudio, es decir, la hipótesis y los objetivos que guían y organizan la investigación. También presentamos la metodología que usamos para elaborar la investigación y el desarrollo

¹Álvarez (2020), p.444.

del proyecto de diseño, en una tesis que se estructura como una investigación a través del diseño. En este estudio en particular, la práctica de diseño es la que entrega los antecedentes de la investigación para que el problema y los objetivos de la investigación sean analizados en profundidad.

El segundo capítulo trata sobre el marco teórico y en este se incluyen los conceptos que complementan y guían la investigación como lo son la identidad, el análisis del usuario, el diseño participativo, la interacción con el usuario y la semiótica. Como este estudio trata sobre el legado cultural de los pueblos indígenas de Chile, también estudiamos la información y antecedentes sobre los pueblos que indígenas que sustentan el proyecto y que son los Diaguita, Mapuche, Rapanui y Selk'nam. En este apartado analizamos además la identidad chilena, ya que el resultado de este concepto nos sirve para conocer las particularidades de la sociedad actual y así desarrollar el proyecto de diseño y para esto revisamos trabajos que abordan cuantitativa y esquemáticamente los rasgos de los chilenos. A fin de complementar lo anterior, se detalla igualmente todos los datos obtenidos de la indagación en las redes sociales y medios digitales que permiten al estudio tener un acercamiento más objetivo con la identidad nacional. Lo mismo sucede con la exposición de los resultados de la observación de lo actual o las tendencias en Chile que contextualizan la realidad chilena, haciendo que nos situemos y reflexionemos sobre la problemática de forma próxima a nuestro público objetivo. En este capítulo también presentamos los resultados detallados del análisis del usuario y las herramientas que se tuvieron en cuenta a la hora de indagar a fondo sobre este. Por eso se especifica el trabajo de campo realizado en Chile y a través de medios digitales con la información de encuestas, estadísticas y mapas de trayectorias del usuario. El diseño participativo y su relación con el usuario son estudiados en este capítulo desde la mirada de la educación experiencial, la gamificación y el diseño de juego, conceptos que se enlazan con el proyecto final de diseño.

En el tercer capítulo presentamos los referentes de la práctica de diseño y de la investigación, los que se caracterizan por compartir el diseño participativo que es también una de las bases fundamentales de esta investigación. Respecto del diseño

participativo se presentan diferentes casos en los que este método de trabajo es utilizado para acercarse a un público objetivo y trabajar en conjunto con este. Los proyectos se exponen como referentes metodológicos, pues la manera innovadora de transmitir conocimiento permite a nuestra investigación conocer las estrategias que hicieron posible la obtención de determinados resultados con un usuario contemporáneo. También en este capítulo se exponen los referentes de la educación experiencial, del rescate identitario y de creación de signos, es decir, de trabajos que tienen una línea de investigación similar a la nuestra, desde el punto de vista estructural y de contenido.

El cuarto capítulo trata sobre el diseño del proyecto y el estudio sobre temas fundamentales para su organización. Es ese sentido se analiza la estrategia de diseño desde la mirada de la gamificación, los modelos de clasificación de los signos indígenas y la modificación de los signos, es decir, mediante la matriz taxonómica del signo y la alteración de la línea. En el mismo capítulo se presentan las ideas para el proyecto y su respectiva iteración, así como también la experimentación en Chile con los primeros resultados obtenidos de esta. Este último punto es relevante para nuestra investigación, ya que el trabajo directo con el usuario y su correspondencia con los intereses y particularidades es esencial en la creación del proyecto de diseño. Por ese motivo se describe igualmente la primera actividad participativa llevada a cabo en Chile. Este capítulo está enfocado en el proyecto en sí mismo, es decir, en la idea de este, la creación del diseño participativo y la propuesta final de diseño. Propuesta que se obtuvo del trabajo meticuloso con el usuario y la confección y reelaboración de innumerables intentos por corresponder a sus particularidades. Igualmente, para afrontar la contingencia de la Covid19 y las restricciones, ideamos y replanteamos completamente la propuesta enmarcada en el diseño participativo. Es así como en este capítulo se describe en detalle la propuesta de diseño en conjunto con sus componentes, particularidades y modo de trabajo vinculado con la herencia cultural indígena chilena y las características contemporáneas de esta sociedad. Finalmente, presentamos las reflexiones finales de nuestra investigación que se obtienen como resultado de la puesta en práctica del proyecto de diseño con el usuario.

CAPÍTULO 1

LA PROBLEMÁTICA DE LA ENTREGA DE CONOCIMIENTO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS: CÓMO ACTUAR Y PORQUÉ HACERLO

El presente capítulo aborda la problemática de la entrega de conocimiento de los pueblos indígenas, cómo actuar y por qué hacerlo. Se trata de un tema de gran relevancia en el contexto actual, donde la diversidad cultural y lingüística de los pueblos indígenas constituye un patrimonio invaluable que debe ser preservado y transmitido a las generaciones futuras. El capítulo se estructura en tres partes: primero, se describe la situación actual de los pueblos indígenas en términos de acceso a la educación y a la información; segundo, se analizan los factores que dificultan la entrega de conocimiento; y tercero, se proponen estrategias y acciones concretas para mejorar la situación y garantizar la transmisión del conocimiento indígena.

1. La problemática de la entrega de conocimiento de los pueblos indígenas: cómo actuar y porqué hacerlo.

El campo de análisis del arte de los pueblos indígenas chilenos, desde la perspectiva del diseño gráfico y las estrategias comunicativas para difundirlo en un usuario contemporáneo, es para nosotros un tema interesante para trabajar. En Chile existe una desvalorización por el pasado histórico y particularmente por los ancestros indígenas que se percibe en la cotidianidad (tal y como presentaremos en el estudio del usuario). Situación que se intensifica en las generaciones más jóvenes y especialmente si se trata del arte, materia poco potenciada incluso en los planes de estudio. De allí nace la intención de contribuir y fortalecer ese tema de investigación en particular aprovechando para ello la formación profesional en diseño y las herramientas de interacción con un público contemporáneo.

1.1. Hipótesis y objetivos.

1.1.1. Hipótesis.

La hipótesis que guía la investigación nace de la premisa de que es posible divulgar símbolos basados en el patrimonio artístico de los pueblos indígenas chilenos con elementos del presente, utilizando las herramientas del diseño gráfico para atraer a un usuario contemporáneo. En ese sentido, planteamos que se puede difundir el arte los pueblos indígenas, actualizado gráficamente, para que el público conozca parte importante de su identidad cultural y valore su pasado histórico.

1.1.2. Objetivos.

El estudio de la semiótica, el diseño participativo, la identidad y su vinculación con el arte de los pueblos indígenas y el usuario nos lleva a plantear los objetivos de la investigación que pretendemos abordar a lo largo de esta memoria. El objetivo general abarca la totalidad de este estudio y en lo que respecta a los objetivos específicos, estos se dividen en dos grupos: los que se refieren a los objetivos específicos de la investigación y las tareas específicas del proyecto.

Objetivo General:

Dar a conocer el patrimonio artístico de los pueblos indígenas de Chile a través de un proyecto interdisciplinar y original que difunda el arte de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam, para visibilizar su herencia cultural y potenciar su imagen al interior y al exterior del país.

Objetivos específicos de la investigación:

1. Estudiar la literatura bibliográfica sobre el patrimonio y la identidad para conocer la importancia del legado histórico y cultural de los pueblos indígenas chilenos.
2. Analizar la identidad chilena para identificar qué elementos constitutivos de la sociedad actual están relacionados con la de los pueblos indígenas, las cualidades que resaltan y definen a los chilenos y luego utilizar dicha información para definir el proyecto final de diseño.
3. Buscar la estrategia metodológica que permite dar a conocer las particularidades del usuario, los jóvenes chilenos, para conocer en profundidad y de primera fuente la información sobre este.
4. Construir una guía de la investigación a través del estudio de la semiótica, la gamificación, la educación experiencial y el diseño participativo para relacionarlos teóricamente con los referentes que orientan la investigación.

Objetivo del proyecto:

Crear un sistema de signos a partir del patrimonio visual de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam, mediante la recontextualización del legado cultural de los antepasados chilenos con las herramientas del diseño gráfico.

Tareas del proyecto:

1. Crear un modelo de clasificación para el análisis de cada uno de los signos indígenas.
2. Determinar el límite de reconocimiento de los nuevos símbolos diseñados para conocer hasta qué punto estos pueden ser modificados sin perder su significado.
3. Desarrollar prácticas de diseño para que el usuario se involucre en la adquisición del nuevo conocimiento y los símbolos indígenas.
4. Entregar conocimiento visual en el usuario para que este interiorice los nuevos símbolos creados.

Con los objetivos descritos, tanto de la investigación como de las tareas del proyecto, pretendemos también aplicar el conocimiento adquirido para comunicar los resultados en la academia y la comunidad en general, ya que en Chile hay interés por conocer la temática (según datos estadísticos recogidos *in situ* desde el 2016 al 2018, complementados con los de Marca Chile y el Instituto Nacional de la Juventud de Chile y que será desarrollado en detalle a lo largo del estudio). Hay que resaltar de que en Chile existe una escasa producción de estudios y publicaciones científicas vinculadas a la temática del proyecto y el campo de la investigación en diseño, por lo que es imprescindible potenciar y contribuir en la disciplina con propuestas inéditas e innovadoras.

En consecuencia, nuestra meta principal es aportar en el patrimonio cultural artístico chileno, visibilizando el arte indígena del país principalmente entre los jóvenes chilenos (en una primera instancia) para luego llegar a más público (ya sea chileno o extranjero). Queremos que los mismos chilenos puedan identificarse con el proyecto y conocer el legado cultural indígena y al mismo tiempo conocer lo que ocurre al momento de presentar el proyecto al público. Es interesante para nosotros conocer las reacciones e impresiones que se produzcan espontáneamente al momento de

interactuar con el nuevo conocimiento y saber qué ocurre en ese momento con su propia identidad, es decir, de si se identifican o no con los datos que utilizamos para sostener teóricamente el proyecto. Ahora, si se incorporan también extranjeros, nos gustaría que conocieran parte de la identidad chilena para que se acerquen a las expresiones socioculturales chilenas y conozcan la gráfica del legado artístico. Todo esto a desarrollar en una instancia donde el diseño gráfico pueda unirse con la cultura, la identidad chilena y el arte indígena. En ese sentido, nos entusiasma igualmente el resultado de la manipulación del patrimonio que será experimentada visualmente. Por eso, para motivar a los jóvenes chilenos, público principal de este estudio, pretendemos crear una instancia en la que la entrega comunicativa del conocimiento no se estructure unidireccionalmente, pues pretendemos que se adquiriera el conocimiento a voluntad, como demuestra la comparativa de casos de estudio de diseño participativo, en los que en ocasiones estamos frente a un diseño "casi participativo" (ver Capítulo 3). En este caso en particular a través de un espacio de interés atractivo y acorde con sus motivaciones.

1.2. Metodología.

Esta tesis doctoral tiene como base la investigación a través del diseño, eso significa que el diseño es la plataforma a través de la cual se va a investigar. En otras palabras, la práctica del diseño es la que permite estudiar una problemática a través del diseño, como su nombre lo indica, para la producción creativa del saber (diseño que no es ni el objeto ni el proceso del estudio). Nuestra investigación combina las dimensiones teóricas y prácticas, el proceso racional y el proceso creativo, con la recopilación de la información y el uso de parámetros para el desarrollo del proyecto de diseño con el propósito de hallar nuevas soluciones a un fenómeno específico y concebir un producto². La práctica final o el producto no es el resultado final de la investigación, sino una parte importante de esta y una vez finalizada, nos ayuda a entender dicho fenómeno.

² Frayling (1993-1994), p. 4.

Nuestra investigación, que está dirigida por la práctica, pretende acercar al usuario al problema y es que, al poner énfasis en la interacción entre las personas y el mundo del diseño, a la larga se van proponiendo soluciones que mejoran dicha relación³. La práctica puede concluir en la materialización de un producto con el que, al momento de experimentar esa relación entre las personas y el diseño, se busca al mismo tiempo reflexionar y dar respuesta a la problemática inicial.

Los autores Ajito, Ascue, Hopkins Montalván y Soria (2019) señalan que es posible estructurar la investigación a través del diseño en tres tiempos fundamentales, que no se ejecutan linealmente sino más bien de forma simultánea⁴. El primero de los tiempos se refiere al planteamiento que establece los parámetros, objetivos y estructura del proyecto de investigación. El segundo tiempo se refiere al desarrollo de la investigación y en este se define el problema, se recolecta la información y se conceptualizan las ideas. El tercer tiempo se vincula con la presentación formal y la definición de los criterios de formato y estructura de la investigación. Este esquema de la investigación a través del diseño lo tendremos presente por el desarrollo del estudio y la materialización del proyecto de diseño final. La memoria se explica de una forma que no es la que sucedió secuencialmente en el tiempo, pues como indican los autores, las fases se superponen. De todos modos, el texto de la memoria es lineal, pues de este modo se facilita la comprensión de la investigación y del proyecto.

Metodológicamente la investigación se estructura sobre la base interdisciplinar, pues se relaciona al diseño gráfico con las ciencias sociales, por una parte, con la historia para adentrarnos en el contexto del estudio vinculado con los pueblos originarios y, por otra, con la psicología para acercarnos al usuario. Para la organización de la investigación nos ayudamos fundamentalmente de dos esquemas de trabajo: el primero de ellos es el proceso cualitativo de Roberto Hernández (2014), licenciado en comunicación, para desarrollar el aspecto teórico del estudio y, el segundo, es el Design Thinking, que lo usamos como una herramienta de pensamiento orientado a

³ Ajito, Ascue, Hopkins, Montalván, y Soria, (2019), p. 19.

⁴ *Ibid*, p.27.

soluciones para crear la práctica de diseño que entrega el conocimiento del arte indígena al usuario.

1.2.1. Proceso cualitativo.

Este proceso tiene la particularidad de utilizar la recolección y el análisis de los datos para responder las preguntas de investigación o cualquier interrogante que pueda aparecer a lo largo del proceso de interpretación. Lo particular del estudio cualitativo es que parte de la premisa de que existen diferentes realidades subjetivas que se elaboran en la investigación, las cuales varían dependiendo de los puntos de vista de los actores estudiados⁵, por lo tanto, el investigador es consciente de que el mundo social en el que se adentra es relativo. Además, en el esquema cualitativo (ver Esquema 1) interviene a lo largo de todo el estudio el contenido de la literatura existente con el marco de referencia, lo que facilita que los planteamientos iniciales se vayan nutriendo del material que desprenden las fuentes a lo largo del proceso.



Esquema 1. Proceso cualitativo.

Fuente: Diagrama elaborado a partir de la información de: Hernández (2014), p.7.

Para recolectar y analizar la información hemos realizado una búsqueda de fuentes primarias y secundarias a través de textos, artículos, encuestas, uso de redes sociales, entrevistas, videos, entre otras plataformas para estudiar la información que ya existe y la que queda por conocer. También buscamos información presencialmente en Chile a través de dos trabajos de campo con el usuario realizados en los años de 2017 y 2018. En estos viajes realizamos encuestas directamente con los jóvenes y experimentamos con prototipos en público para adquirir más información sobre nuestro proyecto. De esta manera logramos involucrarnos con la identidad chilena, estudiar el

⁵ Hernández (2014), p.10.

perfil del usuario, revisar referentes y analizar conceptos para preparar y desarrollar la propuesta de diseño.

Comenzamos con el proceso cualitativo con la etapa de Idear que, en nuestro caso, inició con una pequeña observación de nuestro entorno para percatarnos de la importancia de la idea. Esta observación comenzó en la calle, específicamente al ver los diseños estampados en la vestimenta de los transeúntes. Con esto surgió la interrogante de dónde provenían aquellos dibujos que muchas veces se escogen por el simple hecho de que “se ven bien”. Los diseños que cotidianamente se nos muestran como un elemento decorativo deben de tener su origen en un significado que pasa desapercibido y es que, muchas veces, incluso se puede llegar a pensar que los diseños deben ser únicamente dibujos estéticamente atractivos, pero sin sentido. Asimismo, nos percatamos en el uso de los diferentes diseños que visualmente son atractivos, y que culturalmente sabemos que tienen un significado, son utilizados únicamente por su estética y no por su significado. Lo anterior es observable, por ejemplo, en el caso de tatuajes con dibujos maoríes y mándalas hindúes que cumplen con las exigencias estéticas de los usuarios, pero que no necesariamente representan para este un significado profundo. Esto nos hizo pensar también en lo común que nos resulta intentar identificarnos con elementos, propio o foráneos, que muchas veces se hallan alejados de nuestra realidad, pero que incorporamos de todos modos a nuestro estilo de vida por la cercanía que sentimos hacia ellos (aunque sea una cercanía basada únicamente en la estética). Y es que, existiendo diseños de nuestro propio entorno patrimonial, en este caso diseños indígenas, que son igualmente atractivos pero desconocidos, es importante darlos a conocer para que se les valore también. Esto a través de un proyecto que difunda el arte y le de el mismo protagonismo que tienen actualmente algunos elementos foráneos.

La observación anterior nos lleva directo al problema del poco conocimiento que existe sobre los diseños de los pueblos indígenas de Chile y que, a medida que avanzamos con la investigación, pudimos comprobar con las encuestas y entrevistas realizadas presencial y digitalmente dirigidas al usuario. Para recolectar y analizar la información hemos realizado una búsqueda de fuentes primarias y secundarias a través de textos,

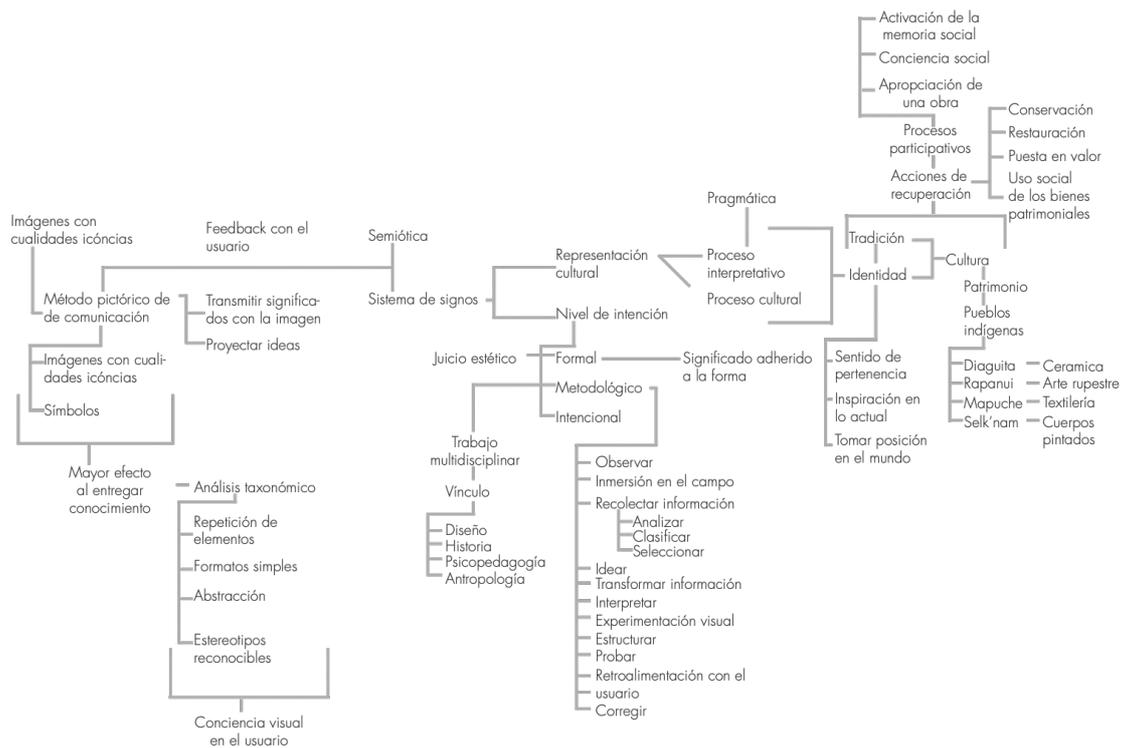
artículos, encuestas, uso de redes sociales, entrevistas, videos, entre otras plataformas para estudiar la información que ya existe y la que queda por conocer. También buscamos información presencialmente en Chile a través de dos trabajos de campo con el usuario realizados en los años de 2017 y 2018. En estos viajes realizamos encuestas directamente con los jóvenes y experimentamos con prototipos en público para adquirir más información sobre nuestro tema de estudio. De esta manera logramos involucrarnos con la identidad chilena, estudiar el perfil del usuario, revisar referentes y analizar conceptos para preparar y desarrollar la propuesta de diseño. Las etapas del método cualitativo relacionadas con nuestra investigación las organizamos visualmente en la Tabla 1.

Fases de la metodología	Descripción de cada fase
Idea	<ul style="list-style-type: none"> -Proponer lo que vamos a investigar y, en nuestro caso, obtener la idea a través de la observación del entorno que nos rodea y la aproximación con este. -Buscar y encontrar un problema sin entregar conclusiones preconcebidas.
Planteamiento del problema	Describir el problema encontrado. Estructurar la idea de la investigación.
Inmersión inicial en el campo	<ul style="list-style-type: none"> -Buscar información sobre la problemática para saber si es o no viable. -Describir la hipótesis, los objetivos y la justificación. -Pensar en el aporte de la investigación y sus consecuencias.
Concepción inicial del estudio	<ul style="list-style-type: none"> -Concepción del diseño de estudio con la hipótesis y los objetivos que desarrollaremos en la investigación. En nuestro caso incluir la experimentación para realizar una investigación a través del diseño. -Pensar en cómo se pueden cumplir los objetivos y verificar que la experimentación y la definición de una estrategia

	respondan únicamente a los objetivos y a la hipótesis establecida.
Definición de la muestra de estudio	Establecer el grupo objetivo/usuario para delimitar la investigación y plantear cómo se recolectan los datos sobre este.
Recolección de datos	Definir las fuentes que usamos en la investigación, las fuentes primarias y secundarias, y elaborar los instrumentos de recolección de datos (para nuestro caso: textos, artículos, encuestas, uso de redes sociales, entrevistas o videos). También buscar información presencialmente en Chile a través de dos trabajos de campo con el usuario.
Análisis de datos	Estudiar los datos cuantitativamente.
Interpretación de resultados	Interpretar los datos cualitativamente que se contienen con los instrumentos de recolección de datos.
Elaboración del reporte de resultados	Gracias al análisis de los resultados podemos tomar decisiones relacionadas con la investigación y la dirección que debemos tomar para hallar la manera de realizar una práctica de diseño con el grupo principal de la investigación.

Tabla 1. Proceso cualitativo en nuestra investigación.
Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Hernández (2014), p.7.

Debemos mencionar que, en el momento de recopilar información, no todas las fuentes de información fueron definidas desde el principio, ya que, durante el desarrollo de esta, continuamente fueron apareciendo nuevos conceptos y temáticas para abordar y complementar el estudio. Sin embargo, desde el comienzo mismo de la investigación definimos algunos conceptos anticipadamente, vinculados con la hipótesis y los objetivos, y creamos un mapa conceptual (ver Esquema 2) para ordenar las ideas y guiar la escritura.



Esquema 2. Mapa conceptual con temas de la investigación.
Fuente: Elaboración propia.

Para ordenar la numerosa información reunida en las fuentes, sobre todo de textos, usamos como herramienta el programa Microsoft Excel. En este realizamos tablas con casillas en las que se transcribió la información que consideramos más relevante para el estudio (ver Figura 1). Las casillas fueron organizadas y divididas en diferentes temas para advertir posteriormente y a simple vista las secciones que se podían repetir de los datos obtenidos de las lecturas, de fuente secundaria fundamentalmente. Para la clasificación por palabras hemos usado un método etnosemántico que enfatiza lo que la gente puede decir en palabras y que comprende a la cultura como sistema de significados en el que se relacionan el lenguaje, el pensamiento y la cultura. Los métodos etnosemánticos permiten a los diseñadores cumplir con su responsabilidad con el usuario a través de su capacidad creativa. El fin último de la etnografía del diseño es que los diseñadores escuchen y evalúen activamente el conocimiento que las personas tienen de su cultura y así responder al usuario⁶. La herramienta de clasificación que mencionamos facilitó la redacción, pues fuimos comparando y

⁶ Granz (2016), p.3.

concluyendo sobre la marcha los diferentes temas que presentamos en la investigación. Entre las temáticas que clasificamos podemos mencionar principalmente las siguientes: cultura, identidad, semiótica, percepción, objeto y procesos participativos. A estas categorías les fuimos añadiendo nuevas porque en algunas ocasiones las fuentes fueron arrojando material interesante que no encajaba del todo con una casilla determinada y que podía igualmente ser vinculada con la investigación.

	Estética	Semiotica	Signo	Símbolo	Percepción	Fenomenología	Arte contemporáneo	Representación	Icono	Imaginación	Figura	Objeto	Innovación	Semiotica				
Semiotica del discurso publicitario. Del signo a la imagen. Sonia Madrid Cánovas		La finalidad de la semiótica es estudiar todos los procesos culturales, es decir: todos aquellos en que entran en juego agentes humanos que se ponen en contacto	De la consideración motivada del signo participan también los contextos, las lenguas naturales y, en general, la mayor parte de los lenguajes estéticos desarrollados secretamente a lo largo de la historia; así de paso estos sistemas semióticos se revisitan de cierta	El símbolo está conectado con su objeto en virtud de la idea de la mente	En cualquier proceso perceptivo lo efectivo realmente no es la intrusión de características del estímulo ni su percepción... sino sólo los momentos iniciales del proceso psicológico del receptor; a los que sigue necesariamente la fijación de elementos, la redundancia del mensaje, el uso de formatos simplificados, la falta de...				El icono no tiene conexiones dinámicas con el objeto que representa: sucede cuantitativa referida al nivel de intensidad con la que el objeto es presentado y que posee una impronta cualitativa; que tiene que ver con una catalogación				La búsqueda de estimulación a través del factor sorpresa: la curiosidad que despierta algo nuevo redama siempre la atención de quien lo sufre. (80)	La habilidad de crear modelos procede o deriva de la semiótica, definida como la capacidad de las especies de producir y comprender tipos específicos de modelos basados en otras formas de modelado de la realidad que son: Primary modeling, en el que incluye las capacidades de simulación inferencia de sentido, la conocimiento, lo denotado; Secondary Modeling, que se	Signos: una introducción a la semiótica. Sebeok.			
		elementos semióticos cuando los elementos están provistos de un valor de uso, hecho que, por otra parte, puede acontecer en cualquier momento.	un signo (representamen) es algo que está para alguien (interpretante) por algo (Referente) (159)															
		sistemas estructurados mediante leyes de comparación y oposición ya sea a nivel de combinación (denotación; connotación)	transmitir significados la imagen? (98 b). ¿Cuál es la relación entre signo visual y la realidad? ¿Cuál es la relación (jerárquica) entre la imagen y la palabra? ¿Acaso se lee la imagen como un texto escrito? (173)															
		semiótica investiga el sistema de relaciones que forman las invariantes de dichas producciones y connotaciones, a partir de esas variables que son los signos: "en semiótica, Vilhies o Sorenson). (181)	hablando con propiedad no existen signos sino funciones semióticas, puntos de encuentro de sistemas independientes y diferentes que se asocian en virtud de una correlación codificadora (idea que está presente como un continuum en los estudios de Hjelmslev, Eco, Sebeok, Metz, Vilhies o Sorenson). (181)															
		la idea más madura de la Semiótica es la que la considera fundamentalmente como un metalinguaje con modelos operativos.	a) La forma de expresión de la imagen reproduce ciertas condiciones de percepción del objeto que se representa, frente a la palabra que no sufre huecos (96, (182)															
		Se puede, pues, concebir una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social. Tal ciencia sería parte de	El orden de lectura es diferente para cada imagen porque los signos no son lineales, aunque escrita, de hecho, un itinerario de la lectura icónica. (182)															

Figura 1. Fragmento del esquema de organización de contenido.
Fuente: Elaboración propia.

A medida en que avanzamos con la investigación nos percatamos de que esta manera de ordenar la investigación era adecuada para el desarrollo de un proyecto que tiene como base de la investigación una actividad de diseño. En esta estructuración del material bibliográfico centrado especialmente en textos y datos, permitió adecuarse al método de cualitativo de las ciencias sociales, pero, este último, al no centrarse en un estudio específico del diseño, dejaba de lado especialmente el trato con el usuario. Por esa razón decidimos unir al método cualitativo el método del Design Thinking, en donde las etapas de análisis de datos e interpretación de resultados se relacionan con las posibles soluciones de una problemática con la creación de un proyecto que de a conocer el arte indígena de manera efectiva.

1.2.2. Design Thinking.

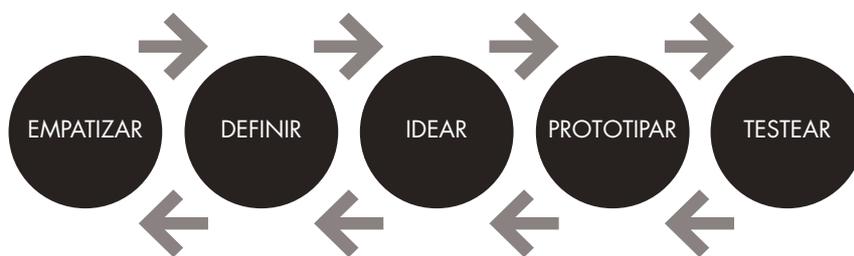
El Design Thinking es un proceso que busca profundizar en la comprensión del usuario teniendo como sustento las iteraciones que permiten hallar nuevas perspectivas de aplicación estratégica para las posibles soluciones. Tim Brown (2008) destaca de la metodología que involucra todo el espectro de actividades de innovación desde la perspectiva del diseño enfocado particularmente en las personas. Además, Brown resalta especialmente el hecho de que la ya mencionada innovación se sustenta en la comprensión y observación directa de las personas y sus necesidades, gustos o disgustos. En consecuencia, continúa el autor, los pensadores del diseño requieren de algunas cualidades específicas que les permitan entonces interactuar con esas necesidades de las personas como son la empatía, el pensamiento integrador, el optimismo, el experimentalismo y la colaboración⁷. La resolución creativa de problemas señala Peter Rowe (1991), no requiere específicamente de la solución cabal de todas las necesidades que puedan surgir en un espacio y momento determinado, pero sí aportar con opciones que satisfagan un problema en particular. De este modo se infiere que hay problemas cuyas soluciones no son estrictamente verdaderas ni falsas, sino más bien dependen del análisis de la mirada creativa del diseño y la discusión respecto de la resolución de problemas. Y, en lo que respecta a esa veracidad de la observación del problema, esta se verá entonces afectada por la comprensión de ese problema en específico. Es decir, el diseño es mucho más que la resolución del problema, pues depende directamente del conocimiento de este⁸.

La metodología del Design Thinking la hemos dispuesto para realizar las etapas relacionadas con el diseño de la actividad final, la gráfica y el soporte que presenta el conocimiento del arte indígena al usuario, todo esto ligado principalmente a la característica que destacamos de este procedimiento, la empatizar con el usuario. Otra particularidad de este método para nuestro trabajo es que no es lineal, esto quiere decir que en cualquier momento es posible repetir, retroceder o avanzar en las distintas etapas las veces que sean necesarias para llegar a una solución adecuada y así moldear adecuadamente cada parte de este según las necesidades e intereses

⁷ Brown (2008), p. 4.

⁸ Rowe (1991), p.39.

del usuario. En palabras de Brown, el Design Thinking trabaja más bien sobre “espacios que demarcan diferentes tipos de actividades relacionadas que, en conjunto, forman el continuo de la innovación”⁹. Adicionalmente, lo que predomina en la metodología es que busca solucionar problemas de forma creativa e innovadora y no únicamente en cuestiones de diseño, sino en cualquier asunto relativo presente en la cotidianidad. En nuestro caso no es un problema de diseño, sino que el mismo diseño es la herramienta para solucionar el problema observado y encontrar la manera de entregar conocimiento, lo que demuestra que el producto resultante no es más importante que el proceso mismo de diseño. Las etapas de Design Thinking las podemos observar en el Esquema 3.



Esquema 3. Design thinking

Fuente: Diagrama elaborado a partir de la información de: Dinngo Lab (s.f.)

Para los objetivos e intereses de esta investigación resulta más útil la modelización de Jorge Irigaray García (2021), quien explica que las cinco etapas del Design Thinking no siempre son secuenciales pues no requieren de un orden específico, es decir, pueden darse paralelamente o repetirse iterativamente. De esta manera podemos percibir que el Design Thinking no obedece a un sistema jerárquico sino únicamente a la innovación¹⁰ y puede ser explicado del siguiente modo: la primera etapa es Empatizar con los usuarios o clientes y tiene relación con la recopilación de la mayor cantidad de información posible, es decir, de los datos que se puedan obtener de la comunicación (verbal o no verbal) para guiar después el conocimiento. En segundo lugar, está la definición de las necesidades, problemas o ideas del usuario y que actúa como el cimiento sobre el que se desarrollarán las posibles alternativas que respondan adecuadamente a esas inquietudes. En tercer lugar, se halla la etapa de

⁹ Brown (2008), p. 8.

¹⁰ Irigaray (2021).

crear ideas que desafíen las suposiciones y entreguen soluciones innovadoras e interactivas. En cuarto lugar, está la configuración del prototipo o acercamiento hacia la respuesta del usuario que es percibida más bien como un avance y no como una solución final o respuesta definitiva. Finalmente, la quinta etapa, se refiere al modo de prueba de los diferentes intentos de soluciones entregadas y que se vincula con todos los testeos que puedan contribuir a la satisfacción del usuario.

Las etapas mencionadas fueron ideales para el desarrollo de nuestro proyecto y se trabajaron del siguiente modo: en primer lugar, en Empatizar con el usuario o con el entorno (en general), lo que hicimos fue partir desde la interrogante sobre qué podía aportar la investigación en un potencial usuario. Teniendo como premisa el deseo que contribuir con la difusión del arte de los pueblos indígenas chilenos fue que observamos el poco valor que se entrega al legado cultural en general, comparado fundamentalmente con el valor que se le da al de otras culturas extranjeras. Lo anterior, por ejemplo, al momento de elegir ropa, accesorios, tatuajes o cualquier tipo de decoración a la que muchas veces se desconoce igualmente a qué cultura pertenece o su significado. Desde nuestro punto de vista la adopción y adaptación a otras culturas no es un fenómeno reprochable, pero aun así queremos mostrar la gran variedad de diseños locales que podemos encontrar en los diferentes pueblos indígenas chilenos para que estos consigan una aceptación similar.

Una vez advertido parte del escenario descrito definimos el público objetivo, en este caso, los adolescentes. Decidimos elegir a este usuario en concreto porque el adolescente chileno se halla en la etapa de la búsqueda de su propia identidad y porque, al estar en la etapa escolar precisa en la que por planificación académica se debiera entregar el conocimiento de los pueblos indígenas de Chile, puede incorporar con mayor facilidad a su acervo este tipo de información. Con la intención de acercarnos y conocer mejor al usuario realizamos diferentes encuestas, entrevistas (con los propios jóvenes como con profesiones), acercamientos presenciales y observaciones. Lo anterior complementado con la información obtenida a través de las redes sociales como encuestas en Instagram, o visualización de videos en Youtube y la lectura de los comentarios expuestos. Así logramos extraer gran cantidad de

información y lo necesario para realizar un proyecto de acuerdo con los gustos e intereses del usuario, además de conocer el interés que tienen los jóvenes con la temática según los resultados obtenidos en las encuestas y a pesar del poco conocimiento que poseen sobre el tema. En la Tabla 2 podemos observar algunas respuestas hacia la pregunta de si les interesa conocer el arte de los pueblos indígenas y porqué (todas las respuestas se encuentran en pregunta n°9 del Anexo n°1).

"Considero que es interesante y así podríamos valorarlos."
"Sí, Porque nos ayuda a entender y conocer el mundo y vida de nuestros pueblos aborígenes."
"La verdad es que en algunos momentos me interesa mucho el arte de los pueblos indígenas, principalmente al momento de ir a museos, debido a que me permitiría poder conocer y comprender la cultura de mis antepasados."
"Sí, porque es nuestra cultura."
"Sí, porque sus diseños, a pesar de que no tengo demasiado conocimiento teórico de ellos, poseen una gran variedad y todos son diferentes por ende me gustaría conocer de donde sacaban su inspiración y porque había una diversidad entre cada pueblo."
"Sí, porque me parece un arte extravagante y creativo."

Tabla 2. Respuestas de los jóvenes hacia la pregunta ¿Te interesa conocer el arte de los pueblos indígenas? ¿Por qué?
Fuente: Elaboración propia.

En la etapa de Definir determinamos cuál es el problema o la necesidad del usuario, después de analizar la información recopilada. Igualmente, en esta fase formulamos la manera propicia de entregar el conocimiento a nuestro usuario. Como indicamos, luego de obtener los resultados del análisis de la información recopilada, logramos establecer que la manera más acertada de hacerlo es a través del diseño participativo,

tanto al momento de entregar el nuevo conocimiento como en la interacción continua con este a lo largo de todo el estudio. Ponemos énfasis en la actividad final porque será la instancia en la se concretará todo lo aprendido y lo que se refiere al buen desempeño del diseño interdisciplinar, el que nos permite trabajar con diferentes áreas del conocimiento para fortalecer las decisiones que se toman durante todo el proceso, además de considerar las opiniones del usuario para realizar los cambios necesarios en el proyecto de diseño.

En la fase de Idear nos planteamos las diferentes maneras de entregar el conocimiento a un público mientras este se involucra y participa de forma activa al momento de adquirirlo y, además, en la instancia de analizar y buscar una solución relacionada con la identidad del usuario. Esta etapa fue repetida varias veces hasta lograr una idea acorde a los intereses, gustos y necesidades del usuario. Posteriormente, agregando y quitando ideas, o reestructurando continuamente, obtuvimos la solución: la de realizar un juego que muestre los diseños de los pueblos indígenas chilenos y al mismo tiempo el contenido sobre la identidad contemporánea chilena a través de la creación de nuevos símbolos basados en ambos temas.

En la fase de Prototipar materializamos la idea final formulada ya en etapas previas. Para conseguirlo fue imprescindible primero estudiar los diseños de los cuatro pueblos indígenas a través de la creación de un modelo de clasificación. Gracias a la clasificación logramos identificar y escoger los elementos con las formas más repetitivas y representativas de cada grupo de diseños indígenas para dar a conocer de manera más fácil y rápida a qué pueblo pertenece cada uno de los diseños. Luego digitalizamos y estilizamos los diseños originales para hacerlos uniformes y con la misma línea gráfica. Es importante mencionar que realizamos numerosos intentos relacionados con la gráfica, el soporte, la materialidad, los tamaños (del soporte y del diseño impreso) para conseguir diseños que fueran atractivos para el usuario y que iremos viendo a lo largo de la investigación.

La etapa final de Testear se fue realizando en el transcurso de todo el estudio ya que el Design Thinking, al ser una metodología que no posee un orden exacto, nos permitió aprovechar esa flexibilidad. De este modo pudimos repetir o volver atrás en las etapas,

realizando continuas pruebas en las fases de Idear y Prototipar para así encaminar de buena manera el resultado final. Para el desarrollo de esta fase realizamos pruebas en Chile con un amplio público que desconocía por completo el proyecto y que además no sabía que formaría parte de la investigación. Esto se hizo con la intención de conocer sus reacciones y para saber si había o no interés por los diseños presentados. También testamos el proyecto de diseño, que concreta el estudio llevado a cabo durante toda la investigación en 3 reuniones participativas principales (más los individuales) con 4 usuarios en la primera prueba y 5 usuarios en la segunda y tercera. Durante este proceso realizamos diferentes cambios relacionados con la gráfica y la manera de entregar de mejor manera el nuevo conociendo. De este modo nos fuimos percatando de elementos puntuales y detalles que podrían haber pasado desapercibidos de no ser por la observación directa con los participantes y no solamente para la gráfica, sino también para responder a sus necesidad o intereses. Además, fuimos recogiendo las opiniones que ellos mismos entregaron, obteniendo un *feedback* positivo que nos permitió mejorar muchos aspectos del diseño, resultados relacionados con el objetivo de buscar la estrategia metodológica para conocer las particularidades del usuario, que se recogen y muestran más adelante.

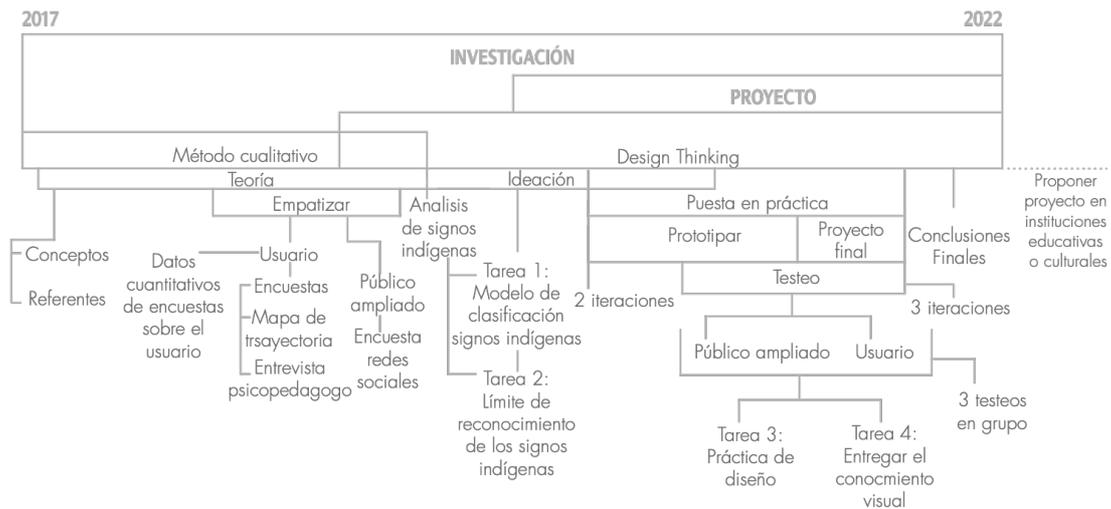
1.2.3. Relación entre el método cualitativo y el Design Thinking.

Uniendo la metodología cualitativa de las ciencias sociales y el Design Thinking en nuestra investigación podemos tener una referencia orientativa para organizarla estructuralmente, ya sea para el análisis de las fuentes, ordenar fases que determinan cómo realizar el proyecto en general o para llegar a un resultado tangible para la practica de diseño (que se obtiene siguiendo los diferentes pasos que se nos presentan). Al ser una investigación interdisciplinar que se nutre de otras áreas del conocimiento, sobre todo si nos referimos al aspecto teórico del estudio, requerimos de una metodología propia de otras disciplinas y es que, justamente el apartado teórico del estudio se organiza en función de las herramientas que entregan, por ejemplo, las ciencias sociales. En ese aspecto el método cualitativo de las ciencias sociales nos permite reconstruir parte del pasado histórico y conocer aspectos sociales contemporáneos que facilitan la comprensión del público al que se dirige el proyecto final. Los antecedentes que son organizados y analizados desde la perspectiva del

método cualitativo nos ayudan a que la práctica de diseño se elabore en función de un sustento conceptual y teórico completo que se refleja en la estructuración misma del proyecto de diseño, el cual se establece con las diferentes etapas del Design Thinking. Además, El objetivo de nuestro trabajo es dar a conocer un nuevo conocimiento y, en ese sentido, el Design Thinking se relaciona también con los procesos de investigación que buscan solucionar problemas actuales desde la perspectiva de la educación y en donde los “paradigmas educativos se arraigan y aceleran el paso hacia los nuevos métodos y estrategias”¹¹.

Si bien el Design Thinking es una metodología que se utiliza mayoritariamente en los procesos de diseño, muchas de sus etapas se complementan también con las del método cualitativo cuando se trata de estudiar al usuario y los procesos y transformaciones que le afectan. Lo anterior porque con el Design Thinking, cuando se empatiza con el usuario, también se van desprendiendo datos relevantes que permiten idear conceptualizaciones relacionadas con este y que van siendo respaldadas teóricamente cuando se relaciona, por ejemplo, con la fase de análisis de datos del método cualitativo. El empatizar con el usuario se vincula igualmente con la etapa cualitativa de la inmersión inicial en el campo y es que, como hemos señalado, ambas metodologías poseen puntos en común y que podemos resumir en el hecho de que, a través de un proceso elaborado y meticuloso de la búsqueda, estudio y reflexión de una problemática o interrogante, buscan hallar soluciones y respuestas reales a través del análisis crítico y empírico o la puesta en práctica de actividades dirigidas a ese mismo objetivo. Podemos observar gráficamente la unión de ambas metodologías en el Esquema 4.

¹¹ Castillo y González (2016), p.5.



Esquema 4. Fases de la investigación.
Fuente: Elaboración de la autora.

Otra cualidad compartida por la metodología cualitativa y el Design Thinking es que ninguna es estática, es decir, permiten ir corrigiendo los errores para enfrentar situaciones inesperadas que se puedan presentar en el transcurso del proceso. Lo anterior resulta ser ventajoso, ya que es posible modificar cualquier aspecto que sea necesario (la cantidad de veces que lo requiramos) para lograr un resultado adecuado para el proyecto y para quien reciba el resultado final. Como iremos observando en nuestro estudio, a medida que avancemos con la investigación tendremos que volver atrás en algunos pasos o repetirlos las veces que sea imprescindible, principalmente porque trabajamos con usuarios que nos brindan una comunicación constante que se adapta a sus tiempos, además de pruebas con este que no siempre resultan óptimas desde el comienzo.

CAPÍTULO 2

CONCEPTOS TEÓRICOS
APLICADOS A LA
INVESTIGACIÓN

◆三三◆三三◆三三◆ 三三三三三◆三三◆
三三三三三◆三三三三三◆ 三三三三三
三三三三三◆三三三三三◆三三三三三

2. Conceptos teóricos aplicados a la investigación.

2.1. Identidad.

2.1.1. Cultura, identidad, identidad cultural.

Para estructurar correctamente la investigación es necesario comprender dos conceptos fundamentales: "cultura" e "identidad". Para el primer caso, "cultura", lo entendemos como un término analizado desde la perspectiva entregada por algunos autores como es el caso de Terry Eagleton (2001) que la define como el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que conforman la forma de vida de un grupo específico¹². Esta idea es complementada con lo establecido por Néstor García (1993) que manifiesta que las expresiones culturales se realizan en todo el patrimonio histórico, las artes clásicas y la cultura popular tradicional que se configura a lo largo del tiempo dependiendo de cada sociedad que ve inmiscuida en un el proceso de intervención sociocultural y de adaptación de los elementos a un territorio y grupo específico de personas. García estudia específicamente este proceso a través de las industrias culturales de América latina, que fue sometida a programas de homogenización en las diferentes etapas de su desarrollo moderno en el periodo de la Conquista y la Colonia¹³ y que permiten ejemplificar justamente cómo los elementos culturales propios se van entrelazando con otros externos que se adecúan y se incorporan a una cultura determinada (si esta no desaparece del todo por la injerencia de una cultura foránea).

Las diferentes expresiones culturales manifestadas en un grupo específico de personas generan la idea de identidad y pertenencia, y es interpretada de diversas maneras según cada individuo. Para analizar correctamente esa heterogeneidad y pluralidad de apreciaciones es que en este proyecto se pone énfasis también en las percepciones culturales a través del estudio de los signos que son considerados como constructores de la cultura. En ese sentido resulta fundamental tener presente que la cultura humana está compuesta de signos, cada uno de los cuales representa algo distinto de sí mismo.

¹² Eagleton (2001), p.58.

¹³ García (1993), p.79.

Además, son las personas que habitan la cultura las que se ocupan de hacer sentido a esos signos¹⁴.

En cuanto a lo que se refiere a "identidad", Charles Taylor (1993) entiende el término como la reflexión en torno a "quiénes somos" y "de dónde venimos". El autor lo explica como el trasfondo contra el cual nuestros gustos y deseos, opiniones y aspiraciones adquieren sentido¹⁵ y es la propia identidad la que obedece a entonces a unas relaciones dialógicas que se configuran con los demás. Es importante mencionar que esas relaciones dialógicas son imprescindibles para la conformación de la identidad, la que no se elabora en aislamiento, sino que se negocia por medio del contacto, en parte abierto, en parte interno, con los demás individuos¹⁶. El concepto se complementa también con lo mencionado por Molano, y es que sólo es posible y puede manifestarse esa identidad a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración¹⁷, en palabras de la autora.

El concepto de "cultura" e "identidad" van estrechamente interrelacionados y esa valoración es exclusiva para cada sociedad porque es esta la que actúa como el agente activo que configura, establece e identifica aquellos elementos que desea valorar para construir su propio patrimonio cultural. Es la sociedad también la que asume esos elementos culturales como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad¹⁸. Decimos, por lo tanto, que la identidad se refiere a ese sentido de pertenencia que se genera en un grupo específico de individuos y que comparten características que los distinguen de otros y que, para el caso específico del grupo objetivo de esta investigación, es decir, los jóvenes chilenos, se pretende con el proyecto que estos se sientan voluntariamente atraídos y como parte de un colectivo unificado sustentada en la identidad basada en los pueblos indígenas chilenos.

¹⁴ Gillian (2001), pp.69-70.

¹⁵ Taylor (1993), p. 202.

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ Molano (2007), p. 74.

¹⁸ *Ibidem*.

Teniendo en consideración ambos conceptos, "cultura" e "identidad", se puede comprender también la idea de "identidad cultural" que representa a un grupo social específico y que encierra distintos elementos con los que los individuos mantienen el sentimiento de pertenencia hacia su comunidad. El sentido de pertenencia de un grupo social al que hacemos alusión se genera gracias a que los integrantes de una comunidad tienen en común distintos rasgos culturales, como valores, creencias y costumbres. Añadimos también que esa pertenencia a un grupo étnico se sustenta en la consideración propia, en una especie de autoadscripción que comprende una serie de conocimientos, conductas, valores y sentimientos compartidos y que poseen un origen común¹⁹.

Gracias a las fuentes de investigación hemos podido observar con mayor precisión la manera en la que la identidad cultural de los distintos grupos sociales originarios se ha ido perdiendo o transformando, pues en ella confluyen elementos externos que la configuran. Lo anterior se ha potenciado con el fenómeno conocido como la globalización que se remonta a mediados del siglo XX y que fue impulsado tras el fin de la Guerra Fría. Esta tendió a establecer una interdependencia entre los distintos países del mundo, repercutiendo en ámbitos económicos y políticos, además de culturales y sociales. Lo anterior se debe principalmente a que el comercio internacional dio paso a la integración económica de los bloques comerciales, que posteriormente configuraron la eliminación de barreras económicas y la movilidad de los factores productivos en el mundo, sintetiza María Flores (2016)²⁰. En ese contexto hemos podido conocer y adquirir, con mayor fluidez y con el paso de los años, costumbres externas a las propias, generando al mismo tiempo que la diversidad de expresiones culturales particulares desaparezcan gradualmente hasta concluir en una identidad uniforme, una situación que ha sido favorecida por los medios de comunicación que propagan día a día, de manera fácil y masiva, ideas imperantes que tienden a homogeneizar la sociedad.

¹⁹ González (2015), p.45.

²⁰ Flores (2016), p. 28.

En la normatividad cultural instaurada, que ha prevalecido a lo largo del siglo XXI, hay que señalar que no todos los grupos se adecuan a este fenómeno, sino todo lo contrario y como indica Manuel Castells (1997) existe una "marejada de vigorosas expresiones de identidad colectiva que desafía la globalización y el cosmopolitismo en nombre de la singularidad cultural y del control de la gente sobre sus vidas y entornos"²¹. Este proceso, por lo tanto, lentamente ha dado paso para se configure un descontento que emerge desde comunidades específicas que tienden a evitar el hecho de ceder a formar parte de una identidad homogénea. Lo anterior con el fin de que se les pueda reconocer y entonces revelar una pluralidad de manifestaciones e identidades particulares.

Siguiendo con el análisis del tema de la globalización, pero desde otro punto de vista, podemos considerar que esta, paradójicamente, permite conocer o al menos contactar con esas diferentes culturas particulares gracias al fácil intercambio de ideas, sin importar el tiempo ni la distancia. El contactarnos o adaptarnos a otras culturas también revela las diferencias que se pueden establecer con las propias y valorar por ende esas expresiones culturales particulares. Al mismo tiempo, al abrimos a nuevas costumbres/hábitos, enriquecemos lo que ya poseemos. Hoy por hoy tenemos un sinfín de opciones para escoger cuál de todas esas expresiones culturales queremos incorporar y adaptar a nuestro acervo, y es que la elección de un estilo de vida tiene una importancia trascendental en la constitución de la identidad del individuo en la cotidianeidad²². Y, es en ese sentido que "la exigencia de reconocimiento se vuelve apremiante debido a los supuestos nexos entre el reconocimiento y la identidad"²³, ya que la interpretación que hace una persona de sus propias características y su definición como tal, son elaboradas en función de esta construcción de identidad que le es dada o que voluntariamente recibe. El adquirir nuevas costumbres, de igual modo, produce que muchas veces se dejen de lado las propias y es así como, poco a poco, se pierde parte de propia identidad cultural, incluso sin darnos cuenta. Podemos decir que se inicia un proceso en el que se tiende a ignorar el vínculo con el pasado, dando paso al posterior abandono de la memoria histórico. Lo anterior

²¹ Catells (1997), p. 24.

²² Giddens (1991), p. 14.

²³ Catells, (1997), p. 20.

porque cada individuo es libre de decidir si este le representa o no, o si es más conveniente incorporar elementos externos y descartar los propios, contrayendo una identidad propia desligada de su origen. En esta investigación somos consientes de esa "libertad" de apropiación de elementos externos, pero consideramos que el pasado histórico no puede ser borrado de la memoria de cada individuo, pues somos una construcción continua de momentos, de los cuales muchos nos han sido legados de nuestros antepasados. Y, precisamente por ese proceso de abandono de la propia identidad cultural es que este proyecto pretende reactivar la memoria histórica, mostrando un parte del legado indígena chileno y difundirlo en el presente. El propósito también es que las expresiones artísticas de la identidad chilena se conserven y revaloricen en el público contemporáneo, para evitar que queden en el olvido. Y, para conseguir el objetivo anterior es que resulta necesario generar un lazo entre la actualidad y el pasado para mostrar la gran cantidad de expresiones artísticas de los diferentes pueblos de Chile para hacerlos parte activa de la identidad actual, adoptando y adaptando el legado al presente mediante el proceso de apropiación.

En nuestros tiempos el tema de la apropiación cultural es controvertido pues no existe una definición consensuada, lo que dificulta incluso su delimitación. De igual modo podemos definir apropiación cultural, a grandes rasgos, como un ejercicio en el que una comunidad determinada incorpora a su acervo cultural elementos identitarios que son propios de una cultura externa. Dichos elementos culturales no tienen conexión alguna con la comunidad que las hace parte de sí, la que, además, despoja de esos elementos su significado, banalizando incluso su uso²⁴. Muchas veces la polémica surge de la mercantilización de esa cultura específica, pues el comercio global y la producción en masa tienden a exponer los elementos identitarios como objetos de consumo, haciéndoles perder también su valor patrimonial y eliminando en el usuario la sensibilidad por estos. Ahora, no todos los proyectos que incorporan la apropiación cultural lo hacen desde esa posición explotadora de la cultura, sino todo lo contrario, creemos que es posible analizar dichos elementos entendiendo que, como elemento poseedor de riqueza cultural, debe ser dado a conocer para evitar justamente la

²⁴ Cruz, Franco de Paz, Roig, Sánchez y Valencia (2020), p. 4.

ignorancia del usuario hacia la cultura, sea “externa” o “propia”, para así despertar en él esa sensibilidad que mencionamos.

En un mundo globalizado es complicado hablar de una “cultura auténtica”, “externa” o “propia” ya que, desde una mirada social, las dinámicas y la interacción con otros nos enriquecen constantemente con elementos externos. En este mismo proceso, en el que actuamos como seres portadores de cultura, también “nosotros” retroalimentamos a “otros” con nuestra carga identitaria. Desde esta mirada emerge igualmente la idea de hibridación como base para la construcción de identidades a nivel social, pues las culturas son foráneas en su origen por la relación con y el vínculo social²⁵. En ese aspecto, analizamos la apropiación cultural como un proceso creativo continuo en el que no impera un poder hegemónico sobre otro subalterno, sin más bien como una especie de “mestizaje. En dicho proceso entonces, eso apropiado ya no está en el mismo estado anterior, lleva en sí la idea de transformación, de dinamismo, porque la cultura es dinámica”²⁶.

El sincretismo cultural forma parte de nosotros en la actualidad y, por ese motivo, la cultura local, que es cambiante y flexible, depende también de la reinterpretación de las técnicas tradicionales (para el caso del arte) de la sociedad que la acoge. Sociedad que al mismo tiempo debe velar por la supervivencia de la tradición incorporada sin caer en el mal uso, es decir, en pro de una relación armónica de los interesados y la protección de la cultura popular²⁷. De esta manera la cultura se preserva y puede llegar a ser valorada también por un público que, a pesar de que conoce su existencia, no se detiene a apreciar su origen, los procesos de transformación y, en general, su importancia.

2.1.2. Patrimonio cultural.

El patrimonio cultural es un concepto fundamental para esta investigación, debido a que nuestra base es la herencia artística de los pueblos indígenas chilenos que

²⁵ Ramírez (2021), p.4.

²⁶ Marambio y Rojas (2010), p.71.

²⁷ González (2020), p.319.

queremos dar a conocer en el presente y que tiene estrecha relación con lo que es la identidad, lo que explicamos en los siguientes párrafos.

El concepto de patrimonio cultural se define como lo que conforma nuestra herencia de bienes materiales e inmateriales, que han sido configurados a lo largo del tiempo como un proceso de reconocimiento y conquista de nuestra naturaleza particular y con la que se fortalece nuestra identidad colectiva²⁸. Tomamos como referencia esta definición porque nuestro estudio pretende reconstruir la herencia del arte de los pueblos indígenas de Chile sin alterar su valor patrimonial y significado y con herramientas contemporáneas, con el propósito de construir el proceso de reconocimiento en un usuario joven para así potenciar las raíces culturales chilenas.

Es importante añadir además que el patrimonio cultural no se integra solamente por colecciones de objetos o monumentos, también se compone por expresiones intangibles heredadas de nuestros antepasados y que se han transmitido por generaciones. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) el patrimonio cultural inmaterial se constituye también por tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional²⁹. De igual modo, el patrimonio cultural inmaterial no consiste únicamente en las categorías indicadas, pues también se refiere a las técnicas o conocimientos que estas transmiten y que entregan, al mismo tiempo, valor a quienes lo reciben.

Una de las características destacables del patrimonio radica en el hecho de que se hereda hasta ser contemporáneo contribuyendo con el fortalecimiento de la identidad cultural que se transmite por generaciones hasta el presente. Asimismo, este permite que exista la diversidad cultural dentro de un mundo globalizado, por medio del contacto y respeto de las diferentes culturas. Por esta razón la UNESCO en el año 2003 aprobó la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial

²⁸ Rauch y Tucki (s.f.), p.8.

²⁹ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (s.f.).

que establece múltiples medidas que intentan garantizar la identificación, la documentación, la investigación, la preservación, la protección, la promoción, la valorización y la transmisión a través de la enseñanza formal y no formal y su revitalización³⁰.

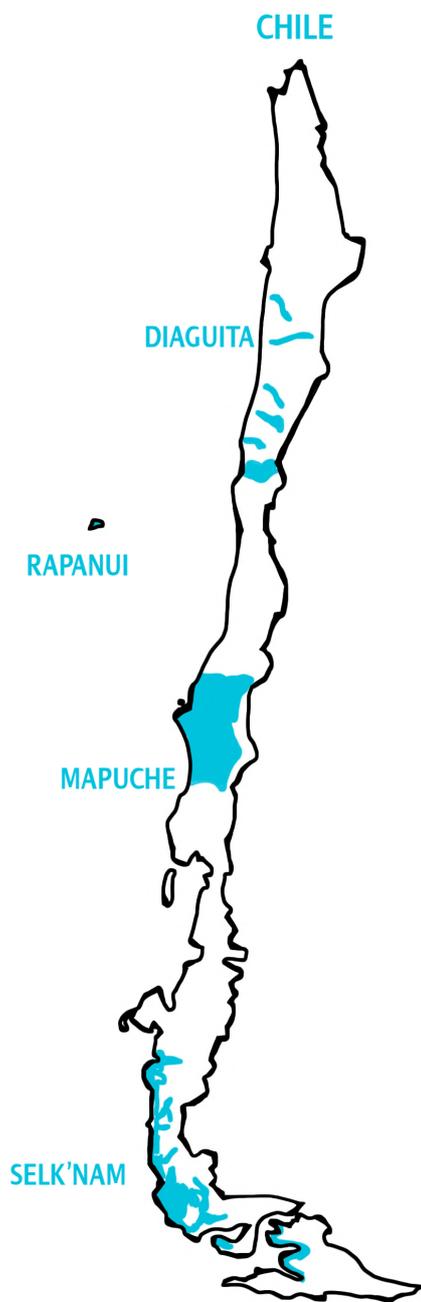
Como hemos venido mencionando, este proyecto analiza el patrimonio artístico, que abarca las diversas representaciones de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam, cada uno de ellos con una representación artística diferente y diversa, entre las cuales destacamos sus principales: cerámica y alfarería, arte rupestre, textilera y cuerpos pintados, respectivamente. Todas estas representaciones son parte del legado cultural de los antepasados chilenos y que intentamos traspasar a un usuario contemporáneo con este estudio. El conocer e identificar los elementos que componen nuestro objeto de estudio, los signos indígenas, permitirá al usuario conocer y apreciar la cultura de los antepasados chilenos. Por esta razón, además se incluirá al propio usuario al momento de la adquisición del nuevo conocimiento para hacer que sienta que esos elementos le pertenecen y así conjuntamente establezca una conexión con esas tradiciones. Esta idea se ejemplifica teóricamente con la reflexión de Javier Arévalo, quien nos dice que la tradición cobra pleno sentido cuando los contemporáneos la reviven y de ese modo se la apropian³¹. Dichos que complementamos con idea que da la UNESCO de patrimonio cultural y que explica que, en su más amplio sentido, es a la vez un producto y un proceso que enriquece a las sociedades una herencia de recursos que adquirimos del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio³².

Teniendo en cuenta la reflexión anterior es que la investigación analiza y transmite el patrimonio artístico de los pueblos indígenas en la contemporaneidad para así activar la memoria histórica de un usuario que lo desconoce y, por lo tanto, no le da el valor que se merece. Ahora, como hablamos de patrimonio cultural chileno, decidimos presentar en este apartado las diferentes etnias que son las protagonistas en nuestro

³⁰ *Ibidem*.

³¹ Arévalo (2010), p.2.

³² Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2014), p. 132.



proyecto de investigación, para tener una idea más general sobre la diversidad de la herencia cultural que existe en Chile.

Figura 2. Mapa de Chile
Fuente: Elaboración propia

2.1.3. Pueblos indígenas.

El arte de los pueblos indígenas chilenos que desarrollaremos a lo largo del estudio y para realizar el proyecto son cuatro: Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam.

Esta selección no la hicimos al azar, para comenzar estudiamos la cantidad de material que existe de cada uno de ellos para contar con el necesario para desarrollar un proyecto gráfico. Por ese motivo escogimos los que tienen más elementos artísticos visibles gráficamente para poder trabajarlos luego con herramientas de diseño y materializados en un proyecto. Además, decidimos escoger cuatro etnias que pertenecieran y representaran a las diferentes macroregiones del país (norte, polinesia, centro

y sur) y así diversificar las localidades de Chile, ya que cada zona tiene características distintas. Finalmente, agregamos otro criterio para la elección y que se vincula al hecho de que cada etnia posee una representación artística diferente, las cuales son: cerámica (Diaguita); arte rupestre (Rapanui); textilería (Mapuche) y cuerpos pintados (Selk'nam). Cada pueblo indígena lo ubicamos geográficamente en las zonas pintadas del mapa de Chile que presentamos en la Figura 2.

Una vez ubicado territorialmente el área a la que pertenece cada pueblo indígena, procedemos a describir cada uno de ellos para conocer, a grandes rasgos, las particularidades de su cultura.

2.1.3.1. Diaguita.

Los diaguitas chilenos habitaban cerros y valles del noroeste argentino, acentuando finalmente en la zona de las actuales regiones de Chile de Atacama y Coquimbo. Los relieves que conforman este sector del país, y que fueron considerados por el pueblo originario como adecuados para su asentamiento y posterior desarrollo, son la Cordillera de los Andes, los valles transversales, las planicies litorales y la costa del Océano Pacífico³³. Esta cultura nortina tuvo su periodo de auge durante todo el siglo XII, incorporándose luego al Imperio Inca y sufriendo posteriormente las consecuencias de la invasión hispánica en el siglo XVI. Actualmente los diaguitas conforman el tercer pueblo originario de Chile con mayor número de personas después de los Aymaras y los Mapuches y según el Censo del año 2017 representan un total de 88.000 personas³⁴.

El pueblo diaguita desarrolló una agricultura basada en cultivos como el maíz, papas y calabazas que se sostuvo a lo largo del tiempo gracias a las innovaciones del sistema de regadío que consistían en el aprovechamiento de las terrazas escalonadas que perforaban en las laderas. También se sustentaron del recurso pesquero, en el que los diaguitas demostraron también su tecnología a través de balsas con flotadores hechos de cuero de lobo marino.

Los diaguitas manifestaban su arte fundamentalmente en la cerámica (ver Figura 3), utilizando en la mayoría de los casos dos colores sobre una base de un color diferente. Aplicaban diseños geométricos para decorar distintos tipos de vasijas y éstos se traducen e interpretan actualmente como representaciones místicas y chamánicas que pudieron haberse relacionado con los rituales o ceremonias religiosas.

³³ Fundación de Comunicaciones, Capacitación y Cultura del Agro (2014), p.14.

³⁴ International Work Group for Indigenous Affairs (IWGIA) (2021).



Figura 3. Diseño Diaguita en cerámica
Fuente: Museo Chileno de Arte Precolombino (s.f.).

2.1.3.2. Rapanui.

El pueblo Rapanui se caracteriza por el desarrollo cultural que ha llevado a lo largo de los siglos en armonía con el territorio que les rodea. La isla de Rapanui pertenece actualmente a la V región de Valparaíso, es de origen volcánico y está cubierta por una diversa flora en la que destacan las zonas cubiertas por matorrales y arbustos. Posee baja cantidad de animales terrestres, por lo que se deben introducir a la isla para su consumo, pero posee una gran diversidad en el mar. La isla es la más oriental de todas las que conforman la Polinesia y uno de los sitios más aislados del planeta, localizada a 27° 09' de Latitud Sur, en el centro del océano Pacífico Sur, entre América y Polinesia³⁵. Según los resultados del Censo del año 2002 se estima que la población total de la isla era de 3,765 personas, del cual aproximadamente el 60% de la población se consideraba como indígena Rapa Nui, mientras que el 39% corresponde a chilenos continentales. Ahora, de acuerdo con las proyecciones de 2017, del Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE) se estima que la población asciende a los 7.750 habitantes³⁶.

Muchas veces el nombre de la Isla Rapanui (que significa Isla Grande) resulta controvertida pues se tiende a confundir con "Isla de Pascua", el nombre que le otorgaron los europeos en el siglo XVIII y que no guarda relación alguna con el nombre original basado en el idioma de los navegantes que provenían de Tahití. En idioma autóctono la isla es conocida como "Te pito o Te henua", que significa "El ombligo

³⁵ Concejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011), p.12.

³⁶ International Work Group for Indigenous Affairs (IWGIA) (2019).

del mundo como era concebido" y "Mata ki te rangi", nombre posterior a la época de construcción de los Moái y que equivale a "Ojos que miran al cielo"³⁷.

El pueblo Rapanui posee diferentes manifestaciones artísticas que representan a los espíritus y que son consideradas sagradas, también existe gran variedad de figuras y adornos usadas en ceremonias festivas. Entre estas figuras predominan esculturas de madera de los hombres-pájaro, peces y lagartos. También los Rapanui manifiestan su arte en la pintura corporal y en tatuajes. Un elemento cultural sobresaliente es igualmente su escritura, la que gravaban en tabletas y en donde antiguamente escribían narraciones de personajes importantes. El grabado rupestre (ver Figura 4) también era una forma de expresión artística de antaño que se hacía sobre las rocas y en éstas se pueden apreciar diseños de figuras humanas, peces, aves, tortugas y sus dioses.

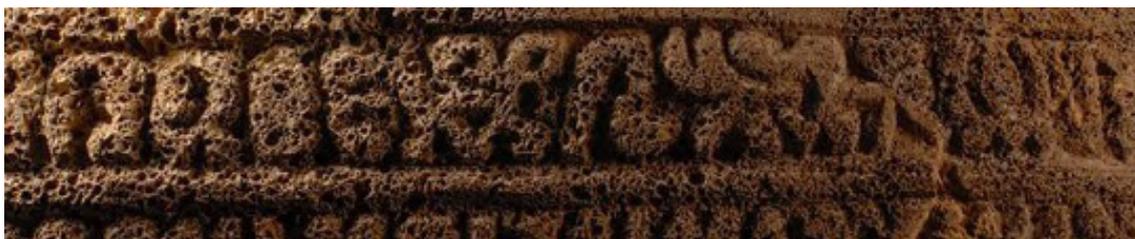


Figura 4. Arte rupestre Rapanui.
Fuente: Museo Rapanui (s.f.).

2.1.3.3. Mapuche.

Los mapuches son unos de los pocos pueblos originarios de Sudamérica que sobrevivieron a la conquista hispánica del continente, por ese motivo tienen fama de ser un pueblo conformado por habitantes fuertes y aguerridos. Previo a este proceso histórico los mapuches contaban con diferentes estructuras sociales o subdivisiones que se distribuían en distintas zonas geográficas de la zona centro-sur del actual territorio nacional y, dependiendo de la ubicación en la que sus pobladores se instalaban, se les llamaba de distinta manera: desde el río Maule hasta los ríos Itata y Bío-Bío se encontraban los Picunches; los Araucanos desde los ríos Itata y Bío-Bío hasta el Tolten;

³⁷ Concejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011), p. 13.

la zona cordillerana, desde Chillán hacia Antuco, era habitada por los Pehuenches y, por último, los Huilliches, se encontraban entre el río Toltén y el golfo Colorado, incluyendo la isla de Chiloé. Los Mapuches se asentaron en terrenos de diversas características geográficas o climáticas, adaptándose a zonas específicas en las que fueron irradiando su cultura hacia otros pueblos pequeños.

En Chile actualmente, según el Censo nacional del año 2017, existen 1.800.000 personas mapuches aproximadamente y representan el 84% de la población indígena³⁸. Los mapuchen viven principalmente en la IX Región y en la Región Metropolitana de Santiago y también en la región de Los Lagos, de Los Ríos y del Bío-Bío. Una característica del pueblo mapuche es que reconoce su territorio como la base de su existencia y cultura, otorgándole una importancia trascendental a su lengua originaria denominada Wallontu Mapu o Wallmapu, que significa tierra circundante³⁹.

El arte mapuche es principalmente utilitario y lo reflejan mayoritariamente en la cestería, la platería y el tallado. Crean su arte con materiales comunes de cada zona, como lo son, por ejemplo, la totora, fibras de chupón o en lana para la textilería (ver Figura 5). En estos elementos es frecuente que plasmen su cosmología e ideología que ha sido traspasada de generación en generación hasta los descendientes más contemporáneos. Los artículos o utensilios de los mapuches son diversos y van desde los domésticos hasta objetos que usan en distintos ritos y que manifiestan la cosmovisión y el festejo de los ciclos vitales del pueblo.



Figura 5. Diseño textil Mapuche
Fuente: Museo Mapuche de Cañete (s.f.).

³⁸ International Work Group for Indigenous Affairs (IWGIA) (2021).

³⁹ Concejo Nacional de la Cultura y las Artes (2012), p. 12.

2.1.3.4. Selk'nam.

Los Selk'nam habitaron en Tierra del Fuego hasta el siglo XX. Ellos lograron adaptarse a las extremas características geográficas del territorio del sur del país, por lo que físicamente eran individuos desarrollados física y metabólicamente, con una altura promedio de 1,80m. Gracias a sus cualidades físicas lograron subsistir con una vida nómada, desplazándose para recolectar alimentos mediante la caza y la recolección. Considerando que se trata de indígenas cazadores y recolectores, para ellos las armas empleadas eran de vital importancia. Los elementos que destacan por lo tanto en su patrimonio son el arco, las piezas de artesanía y la flecha (objeto de depurado diseño y construcción)⁴⁰. Artísticamente se expresaban a través de la pintura corporal (ver Figura 6) con diferentes dibujos que dependían de la ocasión: combates, caza, duelos, paz, entre otros. El vestuario también era una pieza destacada dentro del arte Selk'nam y en este utilizaban diversas variedades de pieles y cueros que obtenían especialmente del guanaco. En cuanto a esta última categoría de vestuario, este se complementaba con collares y pulseras en las mujeres, y tocados de plumas en los hombres, especialmente cuando se trataba de ocasiones como rituales o ceremonias.

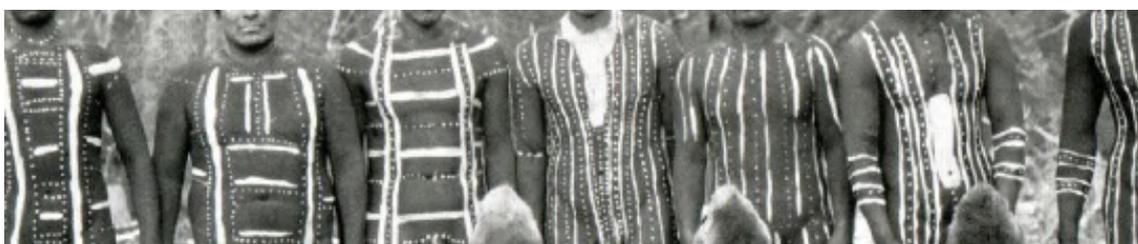


Figura 6. Cuerpos pintados Selk'nam
Fuente: Museo Chileno de Arte Precolombino (s.f.).

Las particularidades de cada pueblo indígena descrito nos permiten entender de mejor manera las características de cada representación artística. Lo anterior nos adentra en el conocimiento de su cultura y nos facilita igualmente el uso responsable de su gráfica, la que pretende ser plasmada en un proyecto contemporáneo.

⁴⁰ Garcés, y Seisdedos (2011), p.11.

2.1.4. Identidad chilena.

Después de explicar lo que en esta investigación entendemos por cultura, patrimonio cultural e identidad enlazado fundamentalmente a los pueblos indígenas chilenos, consideramos adecuado comenzar a exponer datos sobre los rasgos de la identidad chilena contemporánea. Esto nos permite conocer el modo en el que podemos enlazar la identidad colectiva de hoy con el pasado histórico de los pueblos originarios. Por ese motivo una de las etapas fundamentales en este estudio se refiere justamente a la recopilación y análisis de la identidad de los chilenos, ya que a partir de la extracción de los elementos constitutivos, características principales y elementos que identifican y diferencian a esta sociedad, podemos desprender información importante sobre sus intereses actuales. Lo anterior nos facilita también la tarea de elaborar diseños atractivos y en concordancia con la identidad chilena, basados en el arte indígena.

El estudio de la identidad chilena es relevante tanto para la investigación como para la puesta en práctica de los antecedentes en el proyecto final de diseño. Es importante, en primer lugar, porque el usuario con el trabajamos es chilenos y el analizar sus características nos facilita interactuar directa y de forma cercana con este. En segundo lugar y en relación también con el usuario estudiado, el incorporar las características de este nos ayuda a definir correctamente la estrategia de diseño para alcanzar el objetivo de difundir el patrimonio visual de pueblos indígenas chilenos. De este modo, la creación de un soporte con el que el usuario se sienta identificado facilitará la creación del vínculo con la práctica de diseño. En tercer lugar, el reforzar la idea de identidad personal logramos explicar a otros la relevancia de la identidad chilena con sus características específicas y es que asumimos que el público, al ser diverso, puede desconocer muchas cualidades de la sociedad chilena. En cuarto lugar, la identidad chilena forma parte de la estructura del diseño final como iremos explicado conforme avancemos con la investigación.

Con el objetivo de analizar la identidad chilena, comenzamos exponiendo algunos de los datos arrojados en encuestas de estudios ya existentes y referidos a las características de los chilenos, los que serán vinculados también con información desprendida de encuestas realizadas en redes sociales, análisis en la web y

observaciones sobre tendencias. Toda la información reunida nos sirve para encontrar la manera de triangular parte de la identidad chilena con la entrega del conocimiento relacionado con el arte indígena de Chile. Así añadimos una nueva particularidad a nuestro estudio, la de hacer sentir más propia la información que se entrega al usuario. A continuación, expondremos los datos de las encuestas que se realizaron en Chile y que serán los que utilizaremos a lo largo del estudio:

2.4.1. Datos cuantitativos que reflejan rasgos de los chilenos.

Atributos que definen la identidad chilena.

Comenzamos el análisis de las características de los chilenos con los datos de las encuestas de Marca Chile y su estudio "Identidad Chilena". Este consiste en una serie de dimensiones que definen la identidad de un país y para este análisis en particular se toman en consideración los siguientes ítems: el deporte, la geografía, la historia, las fiestas, las personas, la gastronomía, la música, la literatura, los negocios, la ciencia, la religión y las instituciones. Cuando en este estudio se definieron las categorías se les solicitó a los participantes que ordenaran los datos en un ranking de 1º al 13º, donde 1º es "el que más identifica a Chile" y 13 es "el que menos identifica a Chile" (ver Figura 7). La muestra tuvo un total de 1021 casos que fueron estratificados por zonas (Región Metropolitana, Zona Norte, Zona Centro y Zona Sur).

Dimensiones ordenadas según 1º lugar	LUGAR												
	1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º	11º	12º	13º
Deporte	24	13	10	7	6	8	7	5	4	5	4	2	5
Geografía	21	19	11	12	9	6	5	5	2	3	3	3	2
Historia de Chile	11	10	10	9	7	9	7	5	8	6	5	5	9
Sus Fiestas / Eventos / Tradiciones	10	9	11	9	8	8	6	8	8	7	7	4	4
Las Personas / La Gente	7	7	7	8	7	10	8	10	8	9	9	6	4
Gastronomía / Cocina / Vinos	7	16	13	11	12	9	10	5	3	4	3	4	4
Música	5	5	7	10	8	8	8	9	10	8	8	8	7
Literatura / Poesía	4	5	8	8	8	10	12	9	9	7	8	7	5
Negocios / Empresas / Exportaciones	4	5	7	7	9	10	9	9	8	8	10	8	7
Ciencia / Astronomía / Tecnología	2	4	4	7	7	6	6	7	10	11	10	14	13
Religión / Iglesia	2	3	3	5	4	4	4	8	9	9	10	17	20
Instituciones / Política / Gobierno	2	2	5	4	9	6	10	10	7	13	10	12	11
Arte	1	3	4	3	7	6	9	11	13	10	14	11	9

Figura 7. Atributos que definen la identidad chilena.
Fuente: Marca Chile (2016), p.30.

Tal y como podemos observar gráficamente, las tres categorías que más representan a los chilenos desde su propia perspectiva son el deporte, la geografía y la historia de Chile, seguido muy de cerca de sus fiestas, eventos o tradiciones. Por otro lado, los ítems con los que menos se identifican tienen relación con la religión o iglesia, los negocios o exportaciones y las instituciones o política. Lo anterior, según el estudio de Marca Chile, porque sienten que estas áreas se encuentran muy alejadas de su cotidianidad y su estilo de vida. Ahora, para esquematizar los resultados presentamos el siguiente gráfico (Figura 8) que ordena estas categorías de análisis y además añade el total en porcentaje:



Figura 8. Atributos que definen la identidad chilena ordenado en categorías.
Fuente: Marca Chile (2016), p.31.

Características de personalidad de los chilenos.

Marca Chile en el año 2016 realizó otra encuesta dirigida a los chilenos con la que pretendió averiguar cuáles son las características de la personalidad que más los identifican. En ese sentido, el objetivo es que, a través de las cinco particularidades más repetitivas en el estudio se pueda tener una panorámica general de la forma de ser de los chilenos. Este esquema con los resultados porcentuales lo presentamos en la Figura 9.

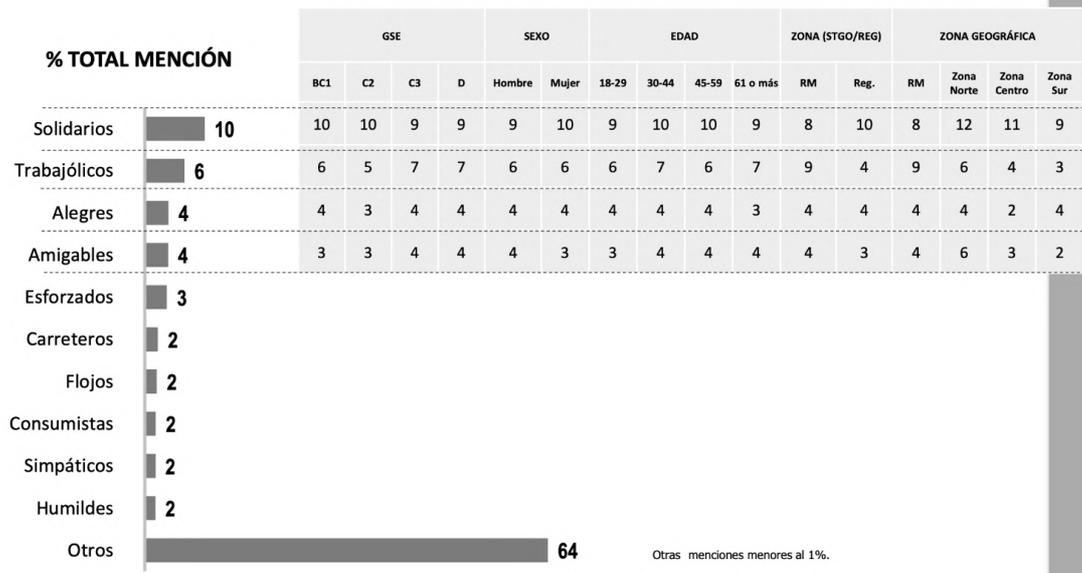


Figura 9. Características de personalidad de los chilenos.
Fuente: Marca Chile (2016), p.33.

Como podemos observar, el resultado arroja que las cinco características que definen a los chilenos es el ser solidarios, trabajólicos, alegres, amigables y otros. En el esquema también es posible apreciar en detalle las cualidades de los participantes como el sexo, la edad, la zona geográfica.

Características que definen a las personas de su región.

En la Figura 10 se presenta otra encuesta de Marca Chile relacionada con las características de personalidad que más identifican a los chilenos, pero de manera más específica, ya que se relaciona con la información que entregaron los habitantes de cuatro zonas del país: Región Metropolitana, Zona Norte, Zona Centro y Zona Sur.

Características ordenadas según RM	ZONA GEOGRÁFICA			
	RM	Norte	Centro	Sur
Trabajólicos	38	30	47	32
Solidarios	27	38	39	38
Amigables	16	26	22	23
Alegres	13	12	13	15
Esforzados	13	12	17	17
Carreteros	12	13	10	9
Humildes	10	0	5	8
Desconfiados	7	16	3	3
Honestos	7	0	2	8
Sencillos	6	7	9	12
Consumistas	5	7	9	8
Amables	5	9	6	19
Respetuosos	4	3	4	8
Acogedores	3	6	5	17
Simpáticos	3	8	9	2
Flojos	3	13	7	5
Cariñosos	1	4	2	24

Figura 10. Características que definen a las personas de su región.
Fuente: Marca Chile (2016), p.37.

Los datos arrojan que en las cuatro zonas geográficas del país los chilenos coinciden en que se identifican mayoritariamente como trabajólicos, solidarios, amigables y alegres, salvo excepciones. Para el caso de la Región Metropolitana los rasgos más característicos según los habitantes son el trabajólico, el ser solidarios, amigables y humildes. Por otra parte, los chilenos de la Zona Norte se sienten representados en primer lugar con el rasgo de solidario, seguido de trabajólicos, amigables y desconfiados. De la Zona Centro el mayor valor porcentual lo alcanzan el trabajólico, solidario, amigable y esforzado. Finalmente, para la Zona Sur, se halla en primer lugar el ítem de solidario, seguido de trabajólico, cariñosos y amables.

Promoción de cada región.

La siguiente encuesta se basa en promocionar los elementos que los habitantes de cada región geográfica del país consideran imprescindible para dar a conocer en el extranjero. Los aspectos a tener en cuenta para ser mostrados son los lugares, paisajes, personajes, productos o tradiciones y que nos permiten conocer en nuestra investigación qué elementos culturales son representativos en las macroregiones del país. La Figura 11 y Figura 12 sintetizan los resultados.

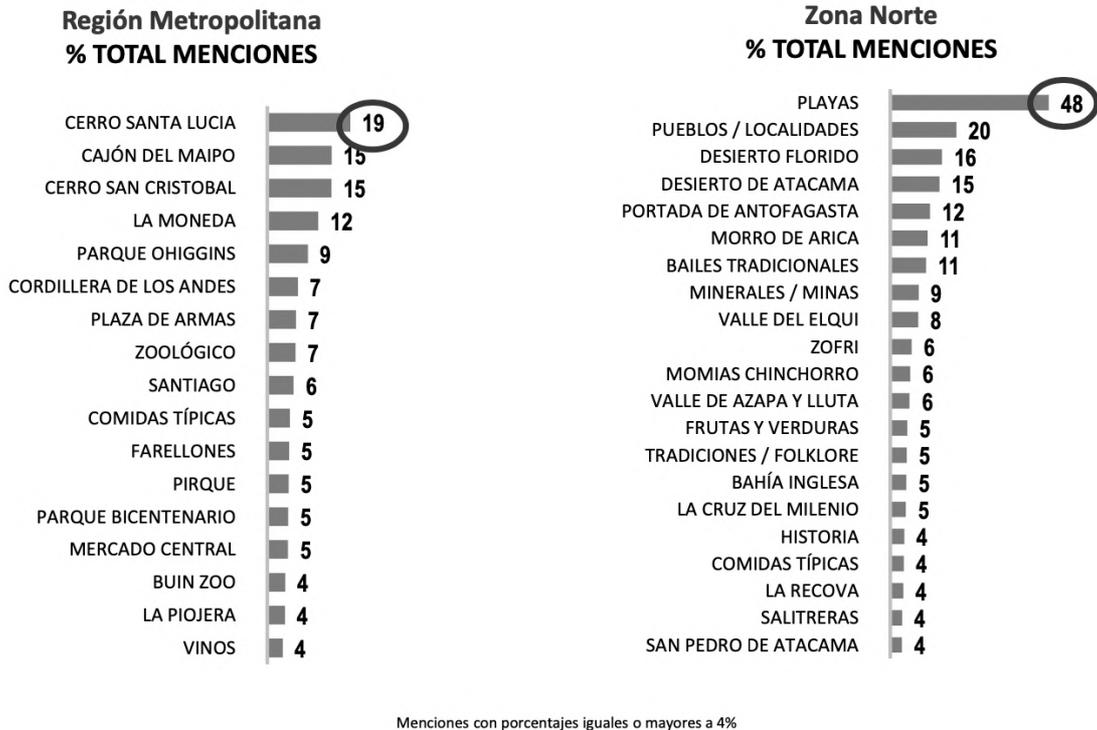
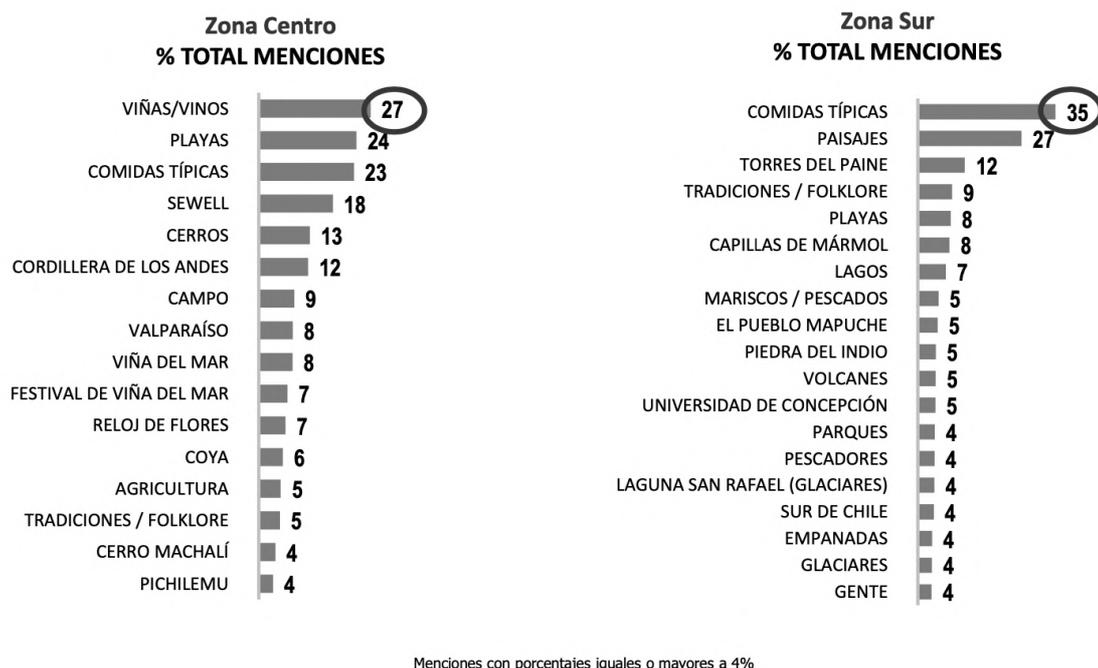


Figura 11. Promotores de su región (Región Metropolitana y Zona Norte).
Fuente: Marca Chile (2016), p.38.

De los gráficos anteriores se pueden observar los elementos destacados de la Región Metropolitana y de la Zona Norte de Chile con sus respectivos porcentajes. En el primero de ellos resalta el Cerro Santa Lucía, el Cajón del Maipo y el Cerro San Cristóbal, todos lugares físicos de esa zona. El segundo esquema, de la Zona Norte, apreciamos en primer lugar las playas, el Desierto Florido y el Desierto de Atacama, correspondientes también a sitios geográficos representativos de ese lugar.



Menciones con porcentajes iguales o mayores a 4%

Figura 12. Promotores de su región (Zona Centro y Zona Sur).
Fuente: Marca Chile (2016), p.39.

En los gráficos anteriores reflejan la promoción de elementos de las Zonas Centro y Zona Sur del país. En el caso del primero resaltan las viñas o vinos, seguidos de las playas y las comidas típicas. En esta área los lugares físicos no tienen la mayoría porcentual, a diferencia de la Región Metropolitana y la Zona Norte, pues se incluye a este resultado una categoría vinculada con el patrimonio inmaterial, como el caso de las comidas típicas. El esquema de la Zona Sur sigue una tendencia similar al anterior, ya que en primer lugar se encuentran las comidas típicas, seguidas de los paisajes y las Torres del Paine.

Hitos que identifican a los chilenos.

La siguiente encuesta realizada a los chilenos busca conocer cuáles son los eventos o hitos nacionales que les provocan mayor orgullo (Figura 13). Para nuestra investigación este tema tiene especial importancia porque nos permite deducir si los chilenos valoran la historia de los pueblos indígenas del país más que otros temas trascendentales de los ámbitos del deporte, las artes, las festividades, entre otras cosas. Y así, de este modo analizar si es necesario, por lo tanto, promocionarlo entre

los chilenos, pues es posible que el poco orgullo de ese tema histórico se deba a su desconocimiento.

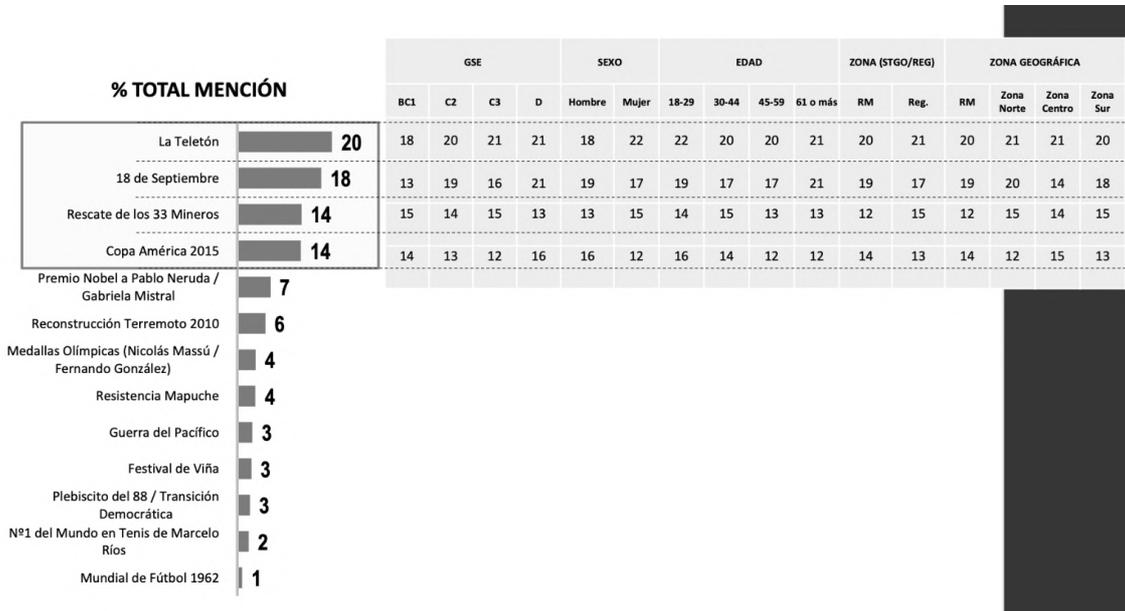


Figura 13. Hitos e íconos que identifican a los chilenos.
Fuente: Marca Chile (2016), p.45.

El gráfico arroja como resultado que los hitos que mayor orgullo despiertan en los chilenos son La Teletón (evento benéfico televisivo realizado anualmente en dicho país desde 1978), El 18 de Septiembre (Fiestas Patrias de la República de Chile, coloquialmente conocidas como “el Dieciocho”), el Rescate de los 33 mineros tras el derrumbe de la mina San José en el años 2010 y la Copa América de 2015. Como podemos apreciar tres de los acontecimientos se refieren a eventos contemporáneos y en ninguno de ellos tiene relación alguna con el pasado histórico de los pueblos indígenas de Chile. De acuerdo con las categorías presentadas existe un hecho indígena que es la Resistencia Mapuche, pero que representa únicamente a un único pueblo y está muy por debajo de los ítems con mayor valor porcentual.

Características que pueden definir a las personas de un país.

En el siguiente estudio realizado en el año 2016 por Marca Chile se encuestó a un total aproximado de 1.000 personas para saber si estas están o no de acuerdo con

las características que identifican a los chilenos y que podemos observar en la Figura 14, Figura 15, Figura 16 y Figura 17.

1/4

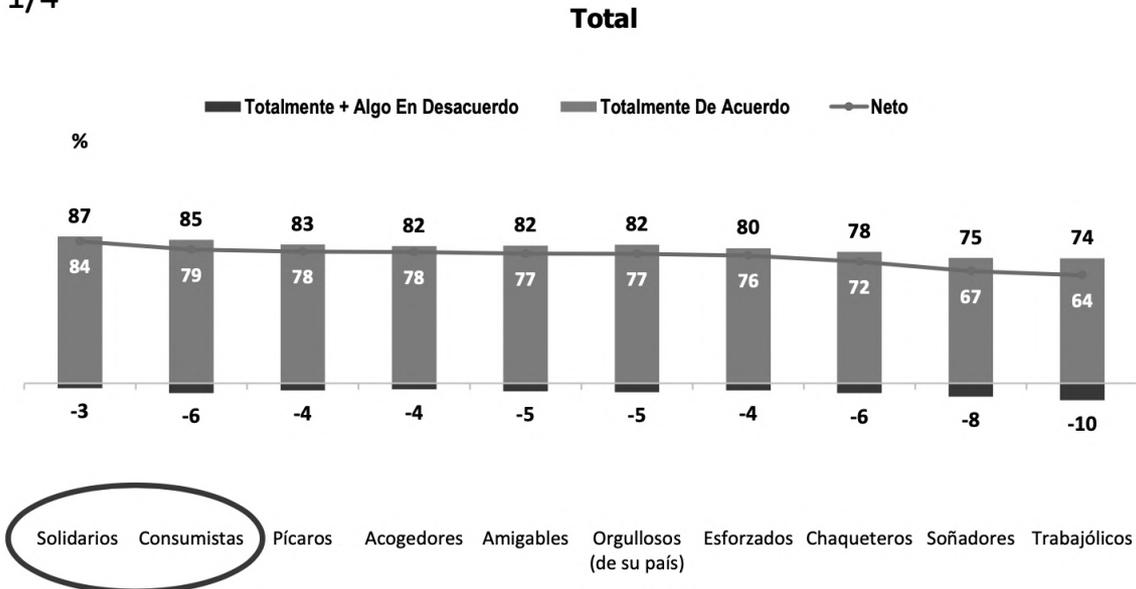


Figura 14. Características que identifican a los chilenos (gráfico 1).
Fuente: Marca Chile (2016), p.40.

Este primer gráfico arroja como resultado que más de la mitad de los chilenos está de acuerdo con todas las características presentadas. En este destaca particularmente el ser solidarios y consumistas, en contraste con los valores porcentuales más bajos de ser soñadores o trabajójlicos, que de todos modos no se alejan abismalmente de los ítems con mayor acuerdo, pues la tendencia en las categorías es constante.

2/4

Total

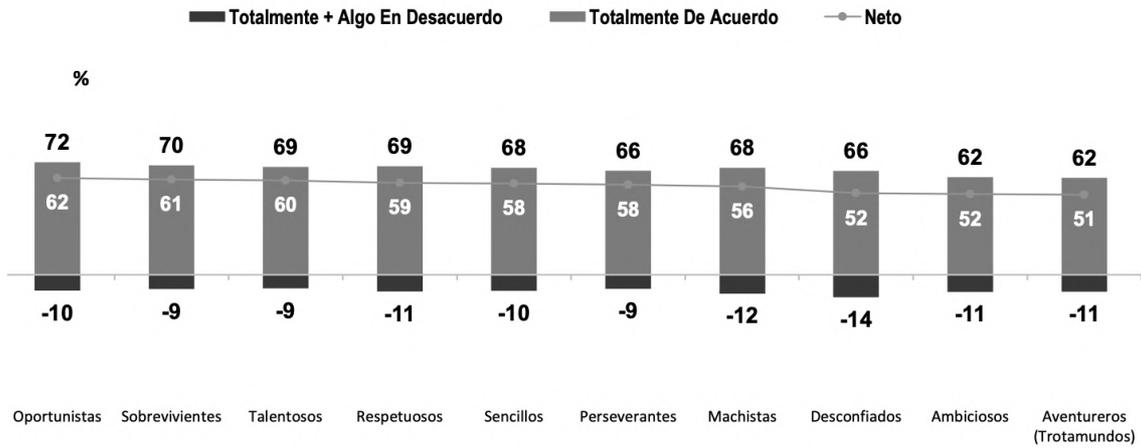


Figura 15. Características que identifican a los chilenos (gráfico 2).
Fuente: Marca Chile (2016), p.41.

En este segundo gráfico se observa que más de la mitad de los chilenos encuestados está de acuerdo con las características de oportunista, sobrevivientes, talentosos y respetuosos, aunque con menos porcentaje de aprobación que en el gráfico número 1. Pero, al igual que el primero, el gráfico muestra una tendencia también constante de los rasgos indicados.

3/4

Total

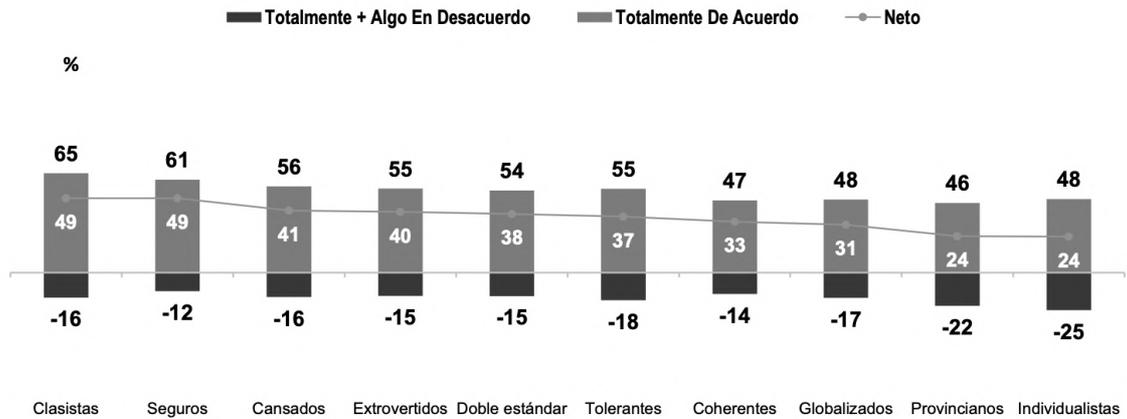


Figura 16. Características que identifican a los chilenos (gráfico 3).
Fuente: Marca Chile (2016), p.42.

El tercer gráfico muestra diferencias más notorias en comparación con los dos primeros, ya que, si bien la mitad está de acuerdo con las categorías entregadas, hay un mayor porcentaje de personas que se encuentran en desacuerdo con estos. Resalta de este tercer gráfico las cualidades de clasista, seguros y cansados, en contraste con los de individualistas, provincianos y globalizados.

4/4

Total

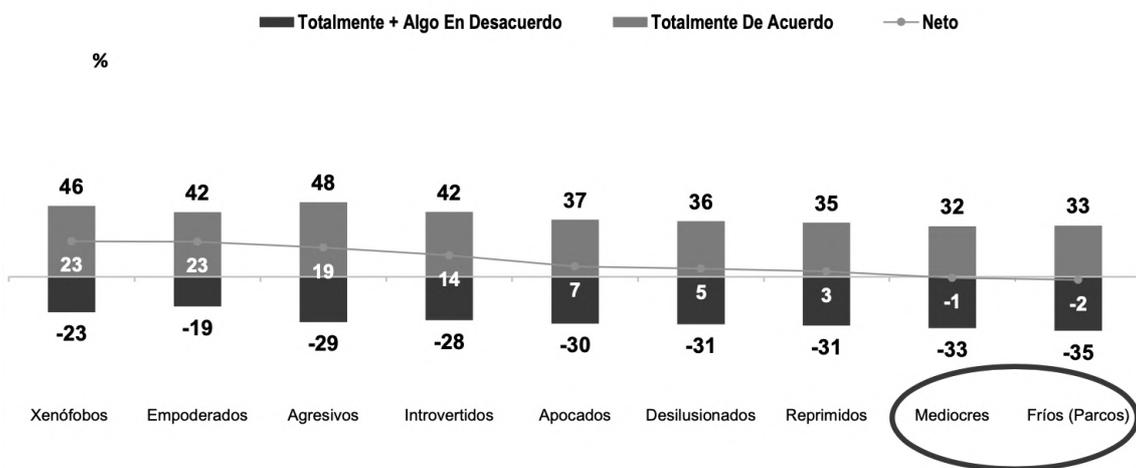


Figura 17. Características que identifican a los chilenos (gráfico 4).
Fuente: Marca Chile (2016), p.43.

El cuarto gráfico dista de los tres primero presentados, pues las personas de acuerdo con algunas de las características indicadas tienen prácticamente el mismo valor porcentual que las que están en desacuerdo.

Sumado a la información que muestran los gráficos anteriores el diario chileno "La Tercera"⁴¹, también nos entrega información sobre temas de contingencia sobresalientes relacionados con la sociedad chilena y que permiten tener una idea más acabada respecto de la identidad nacional. Estos están fundamentados estadísticamente en los datos arrojados por el estudio Chile 3D (2017). La información

⁴¹ Sepúlveda (2017).

que se expone en la prensa la podemos visualizar gráficamente en las siguientes infografías:

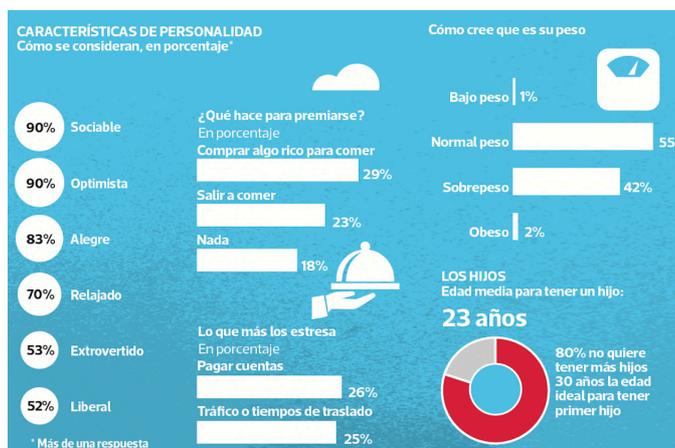


Figura 18. ¿Cómo somos los chilenos? Características de personalidad.
Fuente: Sepúlveda (2017), p.7.

La Figura 18 presenta las características principales de los chilenos entre las que destacan el ser sociable, optimista, alegre, relajado, extrovertido y liberal. Lo particular de las tres primeras categorías es que compiten por muy poco porcentaje de diferencia y coinciden con los estudios que hemos venido presentando sobre este tema en particular.



Figura 19 ¿Cómo somos los chilenos? Los chilenos y su forma de ver el mundo.
Fuente: Sepúlveda (2017), p.7.

La Figura 19 entrega datos sobre los chilenos y su forma de ver el mundo y, para obtener esa información se solicitó a las personas que marcaran si estaban en desacuerdo, de acuerdo o se sentían en una posición neutra respecto a seis temas de contingencia. El primer tema se corresponde con el aborto y si este es un derecho de

cada mujer, a lo cual la mitad señaló estar de acuerdo. Respecto de la legalización del matrimonio homosexual, este tema también se encontró con la mitad de la población de estar acuerdo. Similar tendencia continúa en los temas del consumo de la marihuana y su legación y la adopción de niños por parte de parejas homosexuales.

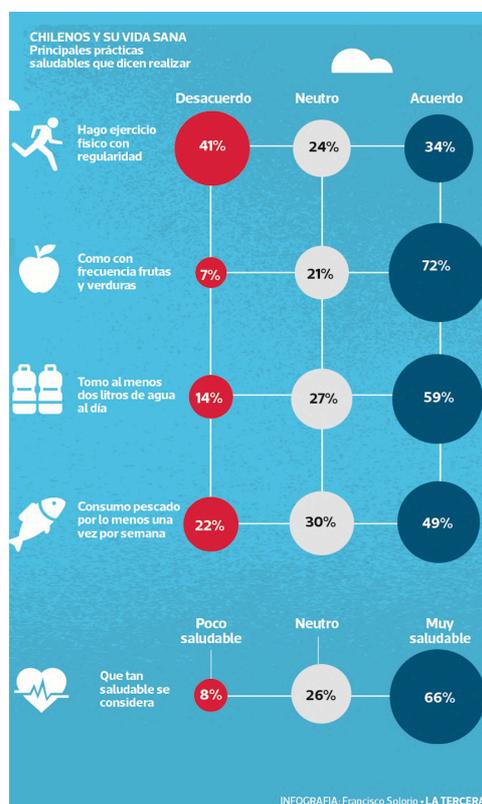


Figura 20 ¿Cómo somos los chilenos? Chilenos y su vida sana.
Fuente: Sepúlveda (2017), p.7.

La Figura 20 muestra los datos relacionados con los chilenos y su vida sana y las principales prácticas saludables que dicen realizar. El estudio sigue el mismo método de trabajo que se presenta en la Figura 19, es decir, con los ítems de acuerdo, neutro y desacuerdo. En infografía hallamos lo siguiente: más de la mitad de los chilenos está de acuerdo con la correcta alimentación y la incorporación de esta a su diario vivir, es decir, que come frutas y verduras, que toma al menos de dos litros de agua al día, que consume pescado por lo menos una vez por semana y que, en consecuencia, se considera saludable. A pesar de que prácticamente la mitad de los chilenos está en desacuerdo con hacer ejercicios físicos con regularidad.

En lo que se refiere a los datos relacionados con el diario vivir, actividades recreativas e intereses de los chilenos, el Diario La Tercera añade los siguientes datos cuantitativos

que no fueron incorporados a las infografías, pero que resultan de suma importancia para nuestra investigación pues con estos es posible tener una panorámica general de la sociedad chilena: el primer lugar, más de la mitad de los chilenos (69%) siente que es feliz y el 50% se siente satisfecho cuando emplea su tiempo libre en actividades recreativas, por lo tanto, estas tienen un peso importante en su cotidianidad. Un 74% de los chilenos dice ser feliz junto a su pareja y un 70% con su familia, por lo que los lazos parentales resultan ser fundamentales en su estado de ánimo. El 62% de los chilenos se siente a gusto con su trabajo, entonces, tal y como observamos en las encuestas anteriores, la actividad productiva los representa como sociedad. En cuanto a las actividades al aire libre, estas tienen un porcentaje inferior respecto al 75% de las personas que prefieren dedicar su tiempo a navegar por internet, salir a pasear en centro comerciales o invitar a amigos a la casa, lo que refleja que la vida sedentaria, pero interconectada con amigos es más atractiva para la población. Por último, el 65% de los chilenos piensa que posee una vida saludable, a pesar de que el 63% de la población adulta en Chile tiene sobrepeso u obesidad, según información que proporcionó a La Tercera la Seguridad Alimentaria y Nutricional de América Latina. De hecho, es interesante también que este mismo tema de la comida sea un incentivo para los chilenos, ya que como observamos en la infografía número 2, el 30% compra algo rico para premiarse y el 23% sale a comer en estas ocasiones.

Los datos que hemos analizado del estudio representado en las infografías nos dan una idea general y descriptiva de los chilenos. Pero queremos agregar un poco más de información creando un diálogo con público. Lo anterior podemos verlo como una oportunidad para acercarnos a manera en la que queremos entregar conocimiento y participar con el grupo objetivo con una comunicación directa y con respuestas espontáneas. Por eso, la interacción con quienes responden es crucial en nuestra investigación para tener una panorámica más cercana sobre lo que es o significa para ellos la idea sobre la identidad. Por ese motivo es que decidimos inmiscuirnos en un entorno más cotidiano y que comúnmente es frecuentado, es decir, las redes sociales.

2.1.5. Estudio en redes sociales sobre la identidad chilena.

Luego de analizar estudios cuantitativos presentados en el apartado anterior decidimos involucrarnos con el uso de las redes sociales. Lo anterior con el propósito de empatizar con el usuario y tener más antecedentes sobre la identidad chilena. Antes de explicar nuestro procedimiento con las redes sociales daremos a conocer lo que entendemos por medios digitales. Estos últimos se refieren a todos aquellos mecanismos que permiten que un grupo numeroso de usuarios acceda de manera rápida y fácil a una misma información, la que es difundida dentro del proceso imparable de innovación y fomento de nuevas tecnologías. La tecnología, por lo tanto, juega también un papel fundamental en la labor de los medios de comunicación de masa y del contenido que se propaga a través de los distintos dispositivos que actualmente están prácticamente al alcance de todo el mundo.

La multiplicación de las posibilidades comunicativas hace pensar además que los medios digitales están inmersos en la "Era de la postinformación", contexto en el que los diferentes públicos han llegado a un punto de desenvolvimiento y experiencia sobre las nuevas tendencias y tecnologías que parece que ya no es fácil de sorprender y es que, se ha creado una nueva forma de conciencia relacional en un universo de la conectividad e interconexión total. En este nuevo mundo el sujeto está inmerso en una multiplicidad de relaciones con los otros gracias a los medios tecnológicos, relacionándose más con el tiempo y menos con el espacio⁴². En ese contexto, resulta fundamental acudir a la innovación para satisfacer las necesidades de los usuarios, pero de forma particular, recurriendo a la personalización de los contenidos y servicios. Esta realidad genera al mismo tiempo la multiplicación de las posibilidades comunicativas, haciendo que el usuario interactúe aún más con otros, cree su propio contenido y tenga un papel activo en la entrega y difusión de ideas y contenido.

La interacción social impulsa el entendimiento cultural y el descubrimiento y aprendizaje de nuevos conocimientos, los que a la vez crean y refuerzan la identidad, tema fundamental en esta investigación. Un ejemplo de la existencia de la identidad en el

⁴² San Segundo (2003), p.14.

marco de los medios digitales son las redes sociales, en las que cada individuo construye y va moldeando su propio espacio personal⁴³, aunque en muchos casos no sea reflejo de la realidad. Las personas van configurando una imagen que a la vez es también colectiva por la interacción constante con otros, lo que permite conocer nuevas culturas, incorporar elementos externos, abandonar algunos propios y crear una identidad, todo esto dentro del proceso de la globalización.

En la creación colectiva de la identidad, configurada a partir de los medios digitales, el artista también tiene un rol preponderante e innovador y es que “deja de ser el genio creador romántico para convertirse en un productor que fabrica herramientas que luego el público puede utilizar para desarrollar sus propias creaciones artísticas”⁴⁴. Como mencionamos, el usuario ya no es un mero observador, ya que su rol es activo en el proceso de la formulación y propagación de contenido y para eso requiere de herramientas, no de ideas previamente formuladas. En resumen, la cultura digital es algo más que “cosa hecha con ordenador”, pues se enfoca a una “forma concreta de tratar el material, a un estado mental determinado en la forma en que el artista construye su producto y el público interactúa con él”⁴⁵.

La manera en la que utilizamos las redes sociales para el análisis de esta investigación está relacionada principalmente en adquirir información relevante del grupo objetivo. En este caso comenzamos con Instagram, ya que es una aplicación que se encuentra entre las redes sociales más utilizadas⁴⁶ y además no necesita solicitudes especiales para agregar usuarios, es más fácil para llegar a un público no tan cercano a una persona en específico o a diferentes públicos. Otra característica por la que escogimos esta red social es que permite interactuar directamente con usuarios y al instante.

Para complementar los datos obtenidos del estudio estadístico de los chilenos se difundió por Instagram la siguiente pregunta: “¿Cómo piensan que son los chilenos?” Y, con el propósito de encontrar respuestas espontáneas, evitamos mencionar a los

⁴³ Marcelino (2015), p.52.

⁴⁴ Casacuberta (2003) p. 35.

⁴⁵ *Ibid*, p. 79.

⁴⁶ Galeano (2021).

participantes que las respuestas forman parte de nuestro estudio. Debemos mencionar que realizamos la encuesta durante únicamente dos días para comparar la información analizada con los gráficos estudiados anteriormente y tener una idea más cercana. Hubo un total de 215 respuestas que contrastamos con los datos arrojados en los gráficos sobre los atributos de los chilenos y los que coincidieron finalmente con la encuesta en redes sociales. No obstante, hay un punto en concreto que, de no ser por la encuesta de Instagram, tal vez no la hubiéramos considerado: la manera de hablar que tienen los chilenos (una característica muy arraigada en la sociedad chilena y que analizaremos más adelante). A grandes rasgos podemos mencionar que, en general, las respuestas basadas en esa característica fueron entregadas por personas que lo asociaron a “hablar mal”, ya que muchas de estas palabras mayoritariamente no están reconocidas por la RAE y pertenecen únicamente a la jerga chilena. Incluso quienes no respondieron puntualmente sobre esta característica usaron palabras que solamente se entienden en Chile. Este indicio sobre el “habla particular de los chilenos” decidimos incluirlo también en nuestro diseño final. En la Figura 21 podemos observar algunas respuestas en la plataforma.

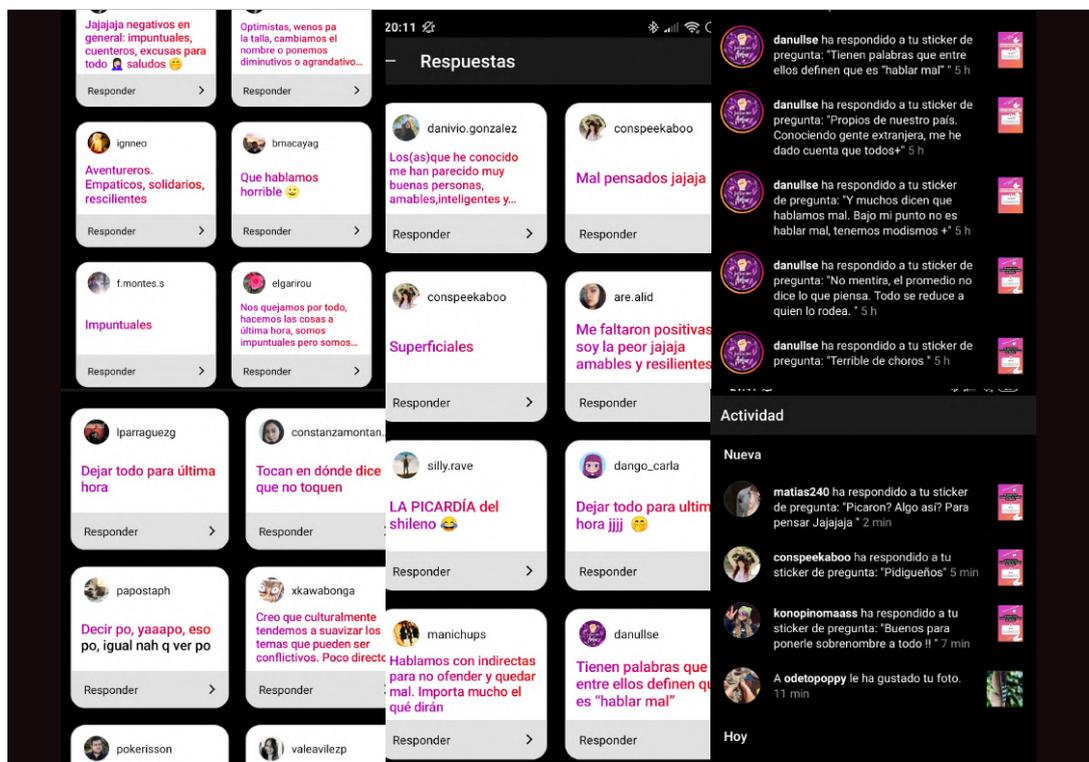


Figura 21. Respuestas de usuarios en Instagram.
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recopilados en Instagram.

Luego de leer las respuestas de los participantes observamos que, cuantitativamente, no existe gran diferencia entre características positivas y negativas, pero sí se nota que muchos de los que entregaron respuestas con rasgos negativos agregaron textual al comentario una expresión de risa para suavizar un poco lo que escribieron. Eso nos hizo pensar que, en general, los chilenos que contestaron a la pregunta tienen una visión más positiva de la realidad que los rodea o de sus propias cualidades. Situación que se repite también en los rasgos de los chilenos que observamos en los gráficos y en los que se deducía que la sociedad tenía una tendencia hacia la actitud positiva.

Luego de interactuar con usuarios en Instagram optamos también por usar otra plataforma utilizada frecuentemente por el público chileno, YouTube. Lo sobresaliente de esta plataforma es que, al igual como sucede cuando observamos en Instagram, esta red social pone énfasis en los modismos chilenos. Lo anterior porque al buscar la palabra "chilenos" los videos que aparecen con más reproducciones y contenido están relacionados con la forma particular de hablar (ver Figura 22). También buscamos contenido con las siguientes frases "¿Cómo somos los chilenos?", "¿Cómo son los chilenos?", "características de los chilenos", "palabras chilenas" y "como ven los extranjeros a los chilenos". Respecto de estos temas pudimos advertir que hay contenido que no necesariamente es creado por chilenos, y que, para nuestra sorpresa, incluso hay canales extranjeros que basan su contenido únicamente en Chile y los chilenos ("Gringo mode on" y Jon Gross, por ejemplo). Estos canales muestran las diferencias que tiene Chile con el país de origen de quien muestra el contenido en temas cotidianos como las fiestas, la comida, las tradiciones o la perspectiva que tienen de las personas. Así como encontramos muchos videos con contenido relacionado con opiniones de extranjeros sobre el tema, también hallamos comentarios de usuarios extranjeros que interactúan con el creador del video. Tomamos en cuenta los comentarios que dejan los usuarios para saber si los chilenos están o no de acuerdo con lo que se expone y en estos casos nos percatamos de que muchos chilenos aceptan positivamente el contenido pues sus acciones o particularidades se ven reflejadas en los videos.

Entre las características que más se repiten están las siguientes:

- Amables
- Acogedores
- Amistosos
- Fiesteros
- Despreocupados por el patrimonio
- Amistosos
- Bromistas
- Buen sentido del humor
- Formales
- Disciplinados
- Desconfiados
- Distantes
- Respetuosos
- Reservados (miedo a hacer el ridículo)
- Sentido de comunidad
- Hablar con palabras en diminutivo/chiquitito (pancito, guatita, casita, tecito, comidita)
- El uso de "cachai" en cada frase.
- Usar "po" al término de alguna frase.

En esta ocasión, a diferencia de la encuesta en Instagram, prestamos más atención a los comentarios de extranjeros porque parece ser que ven con más detalle las acciones que para un chileno pueden ser muy cotidianas e imperceptibles. Tanto así que es probable que los mismos chilenos tampoco le den relevancia a la hora de intentar describir características propias. Ahora, nuevamente resaltamos el hecho de que la mayoría de los rasgos expuestos son positivos, entonces, parece ser que estos son los que más llaman la atención de aquellas personas que conocen a los chilenos, ya sea dentro o fuera del país. Estas características resaltan a los extranjeros porque, según lo que dicen ellos mismos en los canales de YouTube o en los comentarios, sienten que la calidez con la que se les trata sobrepasa a lo que están normalmente

acostumbrados, sobre todo en lo acogedores y amistosos, incluso con quienes ni siquiera son parte de la familia o el entorno cercano.

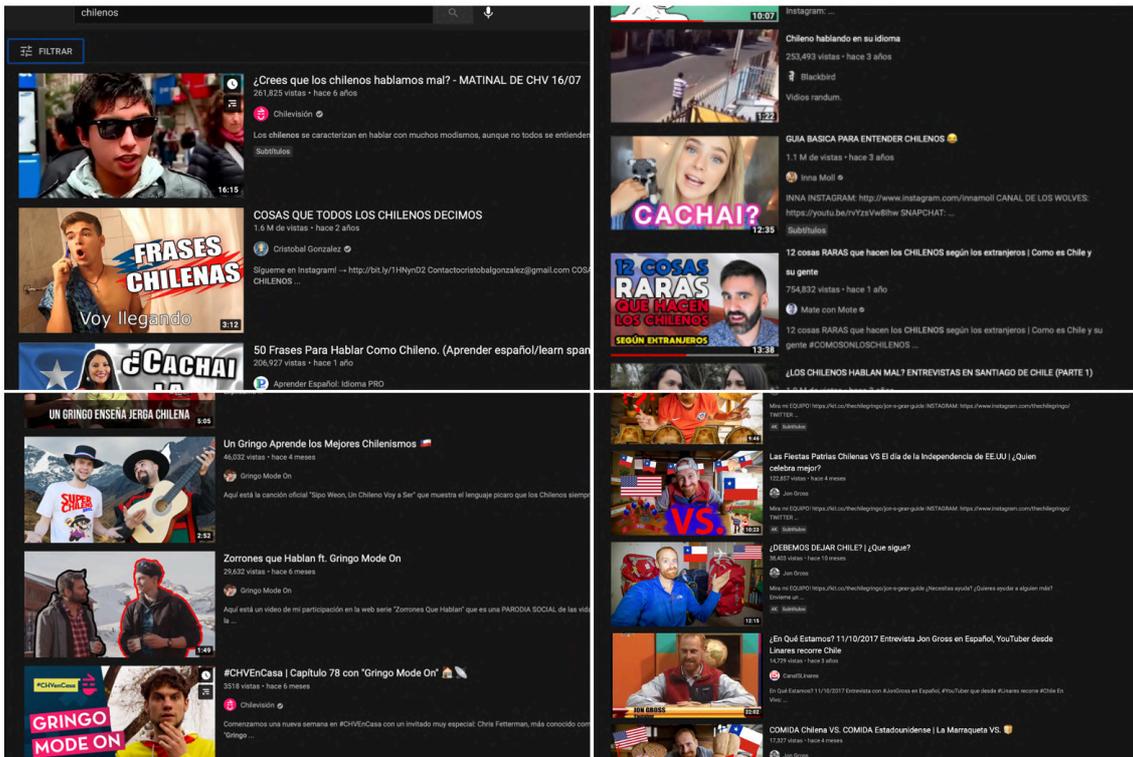


Figura 22. Resultados en YouTube al buscar “chilenos”.
Fuente: Elaboración propia a partir de las capturas de pantalla realizadas en YouTube.

La búsqueda de información a través de YouTube, al contrario de Instagram, no la escogimos en primera instancia para buscar información porque a pesar de que es posible interactuar con un público nosotros, podemos hacerlo únicamente desde el punto de vista del observador y no de quién muestra el tema. La otra manera de alcanzar más interacciones en esta red social es teniendo un video publicado por mucho tiempo, pero nada asegura la interacción con el público si el canal no llega a ser famoso. Optamos por analizar videos ya existentes y no crear un canal propio porque es altamente probable que no consiga las vistas y comentarios que tienen los canales especializados en el tema y en los que los usuarios constantemente participan. Aún así, analizar videos en esta plataforma es de gran utilidad para nuestro estudio, ya que podemos comparar los datos estadísticos mencionados en el apartado anterior.

También decidimos ir por más información sobre la jerga chilena, que es tan interesante para los extranjeros, en la misma web. Entonces, usamos el buscador Google para conocer qué es lo que aparece al ingresar “palabras chilenas”, siguiendo con el tema del habla. Los resultados arrojaron que la jerga chilena es estudiada a nivel académico, poseyendo incluso diccionarios para su mejor comprensión⁴⁷. Uno de los más completos es el “Diccionario Chileno, diccionario del pueblo” que tiene como peculiaridad el ser compartido abiertamente, en otras palabras, es un espacio en el que libremente se puede agregar información o términos específicos para definir el significado de cada una. Con lo anterior queremos decir que el diccionario involucra a los mismos usuarios, volviéndose un sitio más dinámico para los lectores y participantes y, al mismo tiempo, da la impresión de que quien escribe no se siente con la obligación de realizar un escrito tan serio, por lo que más participantes se atreven a aportar con el contenido. Decidimos estudiar este diccionario más que los académicos (que también analizamos en esta fase, como por ejemplo el diccionario de habla chilena de la Academia chilena de la Lengua del año 2010) porque es más informal y directo, lo que nos ayuda también a empatizar con el público objetivo de este proyecto.

⁴⁷ Existe literatura sobre el lenguaje chileno tan antigua como el libro Rodríguez, Zorobabel (1875). *Reparos al diccionario de chilenismos*. Santiago: Imprenta de Federico Schrebler, o diccionarios más contemporáneos como el de la Academia chilena de la lengua (2010). *Diccionario De Uso Del Español En Chile (Td)*. Santiago de Chile: Mn Editorial, o el diccionario de Rivano, Emilio (2009). *Chileno obscuro. Diccionario de la lengua vulgar de Chile*. Chile: Bravo y Allende Editores. En la web es donde se puede acceder de manera fácil y rápida a numerosos diccionarios, los cuales a demás poseen contenido actualizado: *El Diccionario del Pueblo*: <https://diccionariochileno.cl/>; *Chilenismos diccionario del coa*: <https://www.apocatasis.com/chilenismos-diccionario.php>; *Diccionario de modismos chilenos*: <https://lavidanomade.com/es/modismos-chilenos/>; *¡Esta wea es la raja! Diccionario y glosario de chilenismos*: <http://elmundoesunlibro.com/diccionario-y-glosario-de-chilenismos/>.

El diccionario del pueblo

11+ expresiones esenciales que tienes que dominar antes de visitar Chile

101 Palabras CHILENAS y su SIGNIFICADO ¡Se acabaron tus problemas!

Seguro que has llegado a un país donde se habla castellano y los primeros días o semanas sigues sin enterarte de lo que dicen esas «Palabras chilenas».

Evidentemente eso es debido a todas las palabras nuevas, expresiones y distintos significados, que se dan a palabras que usas tú normalmente en tu país.

Yo también he pasado por eso, y seguiré pasando por lo mismo por cada país de Sudamérica que vaya recorriendo con mi mochila.

Por eso quería ayudarte con mi experiencia en Chile para intentar que no sufras todos los malentendidos que yo pase, hasta que empecé a expresarme casi como un verdadero chileno.

M

ma guata que poni parao

Macabeo

Macaca

Macanudo

Maceta (3)

Maceta / mazeta

Macetiao

Machetear

Machucado

Machucao

Machucao/a (2)

madres (3)

Maestro chasquilla (4)

Maicrah

mainstream

mala clase

Mala cuea (2)

Mala leche

1. Empecemos por lo fácil: el "po" al final de ciertas palabras

Para afirmar y negar, los chilenos no decimos solamente «sí» o «no». A estas palabritas siempre les agregamos un "po" al final, que da cuenta de una cierta obviedad de la respuesta. Decir "sí" es como más formal y normal, si dices "sípo" es como "obvio que sí". El "po" también se le agrega a otras palabras, tales como "po", "bueno", "ahí venimos", entre muchas otras. El punto es que el "po" hace que todo se vea como más evidente, más obvio.

A: Bueno po, ¿y nos vamos a juntar o no?

B: Sípo, nos vemos en tu casa a las 5.

Indice de contenidos [ocultar]

- 1 Exclamaciones - Palabras Chilenas más usadas
- 2 Sustantivos - Palabras Chilenas más usadas
- 3 Adjetivos - Palabras Chilenas más usadas
- 4 Verbos - Palabras Chilenas más usadas
- 5 Expresiones - Palabras Chilenas más usadas
- 6 Frase utilizadas / Frase hechas
- 7 Refranes populares de Chile
- 8 Otro tips
- 9 Bonus - Palabras Chilenas que incluyen animales
- 10 Ahora te toca a ti

Sustantivos – Palabras Chilenas más usadas

3 – Lucas = 1000 pesos chilenos

4 – Colación = Descanso para almorzar (Gracias al conserje del instituto que me explico después de reconocer mi cara de póker)

Figura 23. Capturas del diccionario chileno y blogs con significados de las palabras en la jerga chilenas.

Fuente: Elaboración partir de las capturas de pantalla realizadas en: Cadena, (s.f.) y Riveros, (2020).

Del mismo modo como con los diccionarios, observamos que existen blogs que enseñan frases que se deben aprender los extranjeros, por ejemplo, antes de visitar Chile. En estos sitios los mismos chilenos interactúan añadiendo más palabras en los comentarios, diciendo "se te olvidó agregar..." o transmitiendo su admiración por quienes se dieron el trabajo de aprender las palabras para luego definirlas. En esta ocasión advertimos lo difícil que es entender el lenguaje chileno para quienes llegan al país aprendiendo previamente el español tradicional con la intención de comunicarse libremente en un país de "habla hispana", podemos ver algunos ejemplos en la Figura 23. Lo particular es que, por lo que observamos en el análisis de este punto y por los testimonios, de poco sirve haber aprendido español como tal cuando se llega a Chile, ya que las palabras que usan los chilenos no siempre tienen relación con el significado original que aparece en un diccionario que podríamos definir como "español oficial".

2.1.6. Lo actual en Chile / tendencias en Chile.

Para obtener aun más información sobre la identidad chilena hemos analizado además las tendencias que existen en Chile, considerando que pueden entregar una idea más general sobre la misma identidad y que además podemos usar como punto de partida para realizar el diseño final del proyecto. Sabemos que las tendencias cambian con el tiempo, pero para realizar nuestro proyecto necesitamos analizar referencias que, de igual forma, puedan ser contempladas para realizar la propuesta de diseño.

El procedimiento de esta fase la hemos realizado a través de la búsqueda en revistas como "Nuevos Creativos Chilenos" y el examen de fotografías en plataformas digitales como Instagram, observación de espacios en terreno y exploración en la web. De esta manera logramos advertir que las tendencias actuales de Chile exponen, sobre todo, la ilustración tradicional. Es decir, gráficas realizadas a mano (como se puede ver en la Figura 24) aunque también se usan diseños digitales que dan la impresión de estar elaborados de forma manual. También se utilizan dibujos simples que se repiten y componen patrones, creando atmosferas relajadas.



Figura 24. Ejemplo gráfico que reúne las características de las tendencias en Chile.
Fuente: Depto5. (2014).

Se puede observar igualmente una tendencia hacia el rescate de la gráfica popular chilena y que desarrolla sobre todo el *lettering* local, lo que permite mostrar un aire pintoresco que se logra con colores llamativos. Una de las características principales es que es una técnica que se realiza de forma completamente artesanal. También existen diseños que rescatan técnicas tradicionales de tejido para realizar accesorios y, de esta forma, crean alianzas entre artesanos y diseñadores. Entonces, las tendencias actuales en Chile, según nuestra percepción, tienen como característica principal el poseer atmosferas informales y artesanales.

Continuando con las atmosferas mencionadas, observamos que, las que parecen artesanales e informales muestran una gráfica relajada y con elementos cercanos a lo natural. Se suelen utilizar para la confección materiales nobles que van desarrollando los espacios. Además, muchas veces se utilizan objetos artesanales para poder acentuar aún más este aspecto. Esta tendencia deja de lado la pomposidad y emplea pocos elementos que causan el efecto de amplitud. La calidez es otro rasgo distintivo de este tipo de atmosfera y se puede obtener a través de la iluminación. Este último debe ser, por lo tanto, un elemento sobresaliente que puede ser expresado por medio de los colores escogidos, generalmente con tonos suaves. Las características mencionadas permiten que una composición o un espacio adquiera además una imagen acogedora.

La atmosfera artesanal se relaciona con lo que está construido manualmente o que da la sensación de estar fabricado de ese modo, por ejemplo, cuando se elabora algo industrial o digitalmente con el aspecto artesanal. Tal y como sucede con la atmosfera relajada, esta se acerca a lo natural y muchos de los diseños que poseen estas características tienen un aspecto rústico y muestran un resultado con detalles irregulares, como podemos observar en la Figura 25. Es decir, existen elementos no producidos a mano que, para causar esta impresión, muestran estos atributos de forma intencional. Esto no significa que un objeto artesanal no posea terminaciones limpias y perfectas.



Figura 25. Ejemplo de atmosfera artesanal de las tendencias en Chile.
Fuente: Depto51. (s.f.).

Lo artesanal se asocia con la identidad cultural local, puesto que forma parte de las raíces de un pueblo y se realiza con prácticas tradicionales que plasman los valores de la cultura, ideológicos o simbólicos. Otro aspecto importante para mencionar es que cada pieza artesanal es única debido a que, al fabricarlas manualmente, ninguna queda idéntica a la otra. Al momento de mostrar la diferencia que posee un elemento de otro también se presenta su sentido de pertenencia, al poseer características exclusivas de la comunidad a la que pertenece. Estos aspectos se conectan con la investigación y los tomamos en cuenta para elaborar los diseños de los símbolos indígenas y desarrollar la práctica de diseño.

Atmosferas y su relación con la identidad.

El análisis de las tendencias de Chile y las diferentes atmosferas que se originan a partir de las mismas, poseen características que se vinculan con el diseño de interiores y que resultan útiles para esta investigación. El diseño de interiores tiene por objetivo atender principalmente a las necesidades específicas del consumidor y en la creación de espacio de placer, disfrute o hedonismo ⁴⁸. Por ende, el individualismo es relevante a

⁴⁸ Gayo (2011), p. 34.

la hora buscar respuestas que satisfagan necesidades particulares, puesto que se tiende a personalizar el espacio dependiendo de las necesidades o intereses de cada usuario.

En el contexto de la Posmodernidad, en el que el cada individuo juega un papel activo en la formulación de ideas, el diseño de interiores pone especial atención a todas aquellas exigencias que permiten fortalecer la idea de "único" y "diferente", potenciando la imagen propia de cada individuo. En el usuario contemporáneo el tema de la exclusividad y el sentido de pertenencia van muy vinculados, ya que lo definen e identifican de otros usuarios. Lo anterior es motivado por el deseo de tener algo único y novedoso, especialmente en la denominada Era de la Información, la que facilita el desarrollo de propuestas únicas y distintas, especialmente "cuando el cliente está muy informado y casi nada es nuevo para él"⁴⁹. Es decir, en los tiempos en los que se tiene demasiada información visual y parece que ya nada puede sorprender a los usuarios, la innovación es la herramienta fundamental para sobresalir e impresionar a otros.

El anhelo de exclusividad lo podemos relacionar además con la idea de la identidad de cada persona, en cuanto a marcar diferencia y distinguirse de los demás. Lo que nos lleva además a otro tema que es el sentido de pertenencia y a la comprensión de que esas pluralidades significan la consciencia de formar parte de una relación con ese otro. Por lo tanto, si bien el usuario tiende a buscar su particularidad dentro de un colectivo en función de sus intereses individuales, no es que se aleje de sus pares, sino que potencia su individualidad. Siendo este proceso especialmente relevante entre los individuos más jóvenes (como lo es el usuario de nuestra investigación) sobre todo durante el transcurso de la autoadcripción de su identidad cultural, en donde el sujeto adquiere significado en la construcción identitaria y viceversa⁵⁰. Lo anterior ocurre porque las propias experiencias sociales y culturales del individuo van construyendo también elementos culturales compartidos.

En cuanto a estilos de diseño de interiores, existe uno en particular muy relacionado con el tema del proyecto y el objetivo de valorar las tradiciones y elementos que identifican a cada país. Este estilo es el Etnicomulticultural y en el confluyen conceptos y objetos de

⁴⁹ *Ibid*, p. 48.

⁵⁰ Del Olmo (2012), p. 79.

diferentes culturas con el propósito de exponerlos, pero también potenciarlos a través de la interacción entre ellos. Esta es una manera atractiva de dar a conocer parte de una cultura, característica que desde este punto de vista mantenemos presente para realizar el diseño y el proyecto final.

2.1.7. Reflexiones sobre la identidad chilena.

Luego de presentar y analizar la información relacionada con las características de los chilenos y las atmosferas que representan su entorno, nos adentramos en lo que entendemos en esta investigación por identidad chilena. Resulta relevante mencionar que Chile es un país que posee múltiples singularidades dentro de un solo territorio, ya que depende en parte de las manifestaciones culturales de la zona geográfica que se analice, por lo tanto, cuesta homogeneizar a su población o definir la identidad del país.

Podemos ilustrar la heterogeneidad del territorio, por ejemplo, con la diversidad de climas que presenta y en donde podemos encontrar grandes diferencias dependiendo de la zona en que nos hallemos. Sólo por nombrar algunos de ellos podemos hallar el desértico en la zona norte, mediterráneo y templado lluvioso en la zona central, estepárico frío y tundra en la zona sur, polar en la Antártida, entre muchos otros. Esto va enlazado también a diversidad de paisajes que se encuentran a lo largo del país, desde el desierto a los glaciares es posible encontrar además cordilleras, valles, islas, volcanes, canales, lagos, fiordos, entre otros elementos geográficos diversos.

A lo anteriormente señalado le sumamos las diferentes tradiciones y manifestaciones culturales que se encuentran dentro del país, que también es muy diversa y se diferencia sustancialmente en cada zona geográfica. Estas se pueden reflejar, por ejemplo, en celebraciones de carácter campesino, religioso o popular, relacionadas con el legado de los pueblos indígenas o a la influencia española. Entre ellas encontramos algunas tradiciones como La Tirana, la Cruz de Mayo, la Trilla a yegua suelta, Cuasimodo, Celebración de San Pedro, Fiestas de la vendimia, el Wetripantu (año nuevo Mapuche), entre muchas otras. Es importante mencionar que algunas de estas costumbres se han ido perdiendo con el paso del tiempo debido a la influencia

de fenómenos como la globalización y la modernización, sin embargo, este hecho no causa que desaparezca la identidad, tal y como explica Jorge Larraín (2001), este es un proceso histórico permanente de “construcción y reconstrucción de la comunidad imaginada que es la nación”⁵¹ y las alteraciones no implican, por lo tanto, la pérdida total de la identidad (a no ser que esta se desconozca). Añadimos también que la identidad más bien ha ido incorporando elementos externos manteniendo sus bases fundamentales (si es que las bases son recordadas).

Siguiendo con la descripción de la identidad chilena podemos añadir otros elementos como el folclore musical. En Chile la danza nacional es la cueca, declarada como tal el 18 de septiembre de 1979. Esta también posee variantes dependiendo de la región, pero siempre conserva una base única que es ejecutada con una melodía alegre, usando el arpa y la guitarra. No obstante, cada sector geográfico posee sus propios bailes tradicionales, y existe una gran cantidad en todo el país como por ejemplo El Cachimbo de la zona norte, Mazamorra en la zona centro, La Refalosa de la zona sur, Sau Sau de Rapanui, entre muchos otros.

En lo que se refiere a la comida, existe un sinfín de platos típicos que mezclan tradiciones campesinas, indígena e influencia extranjera (en un comienzo influenciadas por los españoles y más tarde con la cocina alemana, italiana y francesa). La unión de estos productos generó recetas que se consumen hasta el día de hoy. Asimismo, la variedad en la gastronomía se debe igualmente a la geografía del país, que como se mencionó anteriormente, posee una gran diversidad y, por lo tanto, los productos base varían dependiendo del clima o el suelo.

Otra particularidad que podemos agregar es el idioma que, pese a que el oficial es el español, existen palabras y expresiones que solamente se entienden en este país y que además van cambiando según la zona. A este se le suman otros dialectos indígenas que se han heredado por los antepasados en zonas específicas del país,

⁵¹ Larraín (2001), p. 47.

como por ejemplo el Mapudungun del pueblo Mapuche o el quechua de la civilización Inca.

Luego de señalar los ejemplos de la diversidad cultural del país, podemos observar que Chile está constituido por una multiculturalidad y que sus tradiciones dependen del territorio en específico en el que se sitúe. La sociedad chilena y su diversidad cultural representan el “ser chileno” a través de toda la variedad de elementos que expresan sus características colectivas.

Con lo descrito anteriormente se puede desprender la idea de que la identidad chilena parece ser muy heterogénea y que es difícil hallar puntos en común. No obstante, es posible encontrar elementos convergentes y que hacen que la mayoría de los habitantes se sientan chilenos como tal y con lo que se pueden diferenciar además de otras sociedades. En ello podemos encontrar, por ejemplo, los símbolos nacionales con los que los chilenos se sienten identificados, que son expuestos y valorados sobre todo en la celebración de las fiestas patrias (18 de Septiembre), momento en el que los colores blanco, azul y rojo destacan en las casas, colegios, tiendas, fondas y ramadas. En lo que respecta a otros hitos nacionales, y de los que se sienten más orgullosos, según el estudio Marca Chile (2016), podemos añadir La Teletón, el rescate de los 33 mineros y la Copa América del 2015 (donde Chile fue el campeón).

En la investigación nos centramos también en aquellas particularidades y actitudes que son usuales en el diario vivir de los chilenos, además de las características relacionadas con las tradiciones que fueron descritas. Una de ellas es la planteada por Jorge Larraín (2001) y se refiere a la inseguridad total respecto al futuro. A pesar de que esta característica parezca un aspecto negativo, posee su lado positivo y es el desarrollo de una mayor disposición a intensidad de vida y el saber aprovechar el momento, por lo tanto, los chilenos tienen la capacidad de disfrutar con los detalles. Este sentimiento de que todo es fugaz entrega igualmente mayor espontaneidad en las reacciones. Esta cualidad, según Larraín, se relaciona además con las “reacciones desinteresadas en las que la compasión o solidaridad se sobreponen al cálculo

egoísta”⁵². La inseguridad total respecto del futuro se puede deber también a que Chile es un país que sufre constantemente de las calamidades de los desastres naturales (terremotos, tsunamis, erupciones volcánicas o derrumbes). Dichas eventualidades obligan a los chilenos a construir y reconstruir constantemente su espacio social sin certeza objetiva de cuánto tiempo irá a durar el tiempo de estabilidad.

Continuando con las descripciones señaladas en el estudio de Larraín y que hemos corroborado a través de un trabajo de observación meticulosa, otra singularidad de los chilenos tiene relación con “la destreza para arreglárselas en condiciones de gran precariedad”⁵³. Lo anterior desarrolla otras habilidades como es el de aprovechar de manera eficiente toda clase de recursos para subsistir. El mismo autor añade en su estudio que esto es a lo que se le llama comúnmente como “pillería” que, a pesar de no tener una connotación completamente vinculada al de fraude o mentira, lo bordea.

De acuerdo con los aspectos estadísticos obtenidos en los datos arrojados por los estudios cuantitativos de la Fundación Imagen Chile (2016), podemos resumir que los tres atributos más importantes para los chilenos son la geografía, el deporte y la gastronomía. Dejando por debajo las tradiciones, la historia y las propias personas. Otro dato importante es que dentro de las características de personalidad que más los identifican está, por ejemplo, el hecho de que la mayoría piensa que la solidaridad es el rasgo que predomina en la sociedad y se sienten orgullosos de manifestarse y ayudar sobre todo en los momentos en los que más se requiere, como por ejemplo en la Teletón y en catástrofes naturales (muy frecuentes en el país). Lo anterior demuestra al mismo tiempo cualidades de los chilenos como el esfuerzo, el sobreponerse a los problemas y el permanecer de buen humor y ánimo. Estas características coinciden además con la percepción que poseen los extranjeros acerca de los chilenos, quienes los describen como amables, solidarios, acogedores y cariñosos⁵⁴. Y en cuanto a cómo se describen así mismos, los chilenos indican que son sobre todo trabajólicos, esforzados y alegres.

⁵² Larraín (2010), p. 19.

⁵³ *Ibid*, p. 15.

⁵⁴ Marca Chile (2016), p.5.

En lo que se refiere a las características que se pueden considerar como negativas destacan el consumismo, el individualismo y la desconfianza, además de vivir en constante estrés por las deudas. Estos rasgos encajan con la descripción entregada por Jorge Larraín (2001) quien añade que los chilenos tienen un bajo sentido de proyección del futuro. Según el estudio de la Fundación Imagen de Chile el sentido individualista se relaciona estrechamente con el modelo de sociedad implantado por la fuerza con el golpe de Estado liderado por Augusto Pinochet (1973) hecho con el que “se pierde el carácter de lo colectivo y se instala un componente de individualismo dentro del actuar de los chilenos”⁵⁵. Y, siguiendo con ese estudio en particular, desde el punto de vista de los extranjeros, los chilenos muestran su lado negativo cuando son discriminadores, aislados e interesados por el estatus social. Esto último resalta especialmente porque, al contrario de lo que ocurre al revisar videos en Youtube (donde los extranjeros únicamente expresan ideas positivas sobre los chilenos) nos hace pensar entonces que existen algunas características que son pasadas por alto dependiendo de la plataforma social con la que se analicen los datos: redes sociales como espacios más distendidos y encuestas formales como ambiente más estricto.

Volviendo a las características que podemos observar como negativas, estas también aparecen en las respuestas que dan los usuarios en Instagram, por lo que podemos inferir que los chilenos están conscientes de las malas practicas que ocurren en el país. Ahora, sin entrar en la discusión de si un rasgo es positivo o negativo, sino simplemente presentar los rasgos que definen a la sociedad, resaltamos a grandes rasgos las siguientes cualidades de los chilenos: cariñosos y amistosos con quienes los rodean, pues demuestran sinceramente sus sentimientos sobre todo con quienes tienen mayor cercanía. Al mismo tiempo son competitivos y orgullosos, con lo que aflora su lado “chamullento”, es decir que exageran o adornan lo que quieren expresar para quedar mejor frente a los demás, cualidad que podemos asociar a la superficialidad. De esa misma característica se desprenden otras, como que los chilenos tienden a ser muy observadores y reflexivos, capaces incluso de detectar cada detalle de su interlocutor.

⁵⁵ *Ibid*, p.25.

Lo anterior se puede relacionar con el hecho de que los chilenos tienden a ver oportunidades en cualquier situación cotidiana, ya que viven el día a día. Esto muestra igualmente que el chileno suele ser "pillo", es decir, que para obtener beneficios es muy astuto, razón por la cual puede haber ciertos roces e incluso desconfianza entre ellos mismos. No obstante, si bien tienden a ser muy cautelosos con los demás, prefieren de todos modos ser amable y generoso con los que están en su entorno. Son muy animados y por ese motivo los extranjeros los consideran además como "carreteros", es decir, fiesteros, ya que celebran por cualquier buena noticia e incluso mala. Esto con el objetivo de levantar el ánimo en caso de ser necesario, sacando a relucir al mismo tiempo el optimismo de los chilenos en los momentos difíciles o frente a las posibles adversidades. Esta última es de las características que más destaca en ellos, desde el punto de vista de los extranjeros principalmente, y que siempre va asociado a lo unidos que pueden llegar a ser en los momentos duros de la vida.

2.2. Análisis del usuario.

Como ya hemos mencionado a lo largo de la investigación, el usuario que hemos escogido son los jóvenes chilenos y antes de ahondar en las cualidades de este grupo, a continuación, entregamos algunos rasgos que nos permiten entender qué se entiende por un usuario contemporáneo. Cuando hacemos referencia a este último punto nos referimos a un grupo perteneciente al tiempo actual que comparte unas características generalizadas y que se pueden observar a simple vista. Además, desde nuestra perspectiva, y gracias a la información que desarrollaremos a lo largo de este apartado, comparten rasgos como los que se muestran a continuación:

- Usuario activo
- Adaptado a la interacción
- Independiente
- Dinámico
- Aprende de forma activa y de descubrimiento
- Construye una imagen propia
- Se diferencia del resto
- Expresa su identidad
- Busca exclusividad
- Deseoso de enseñar su personalidad

- Busca soluciones personalizadas y específicas
- Ansía obtener respuestas únicas y distintas

Las características indicadas las consideramos en todo momento al analizar a nuestro grupo objetivo con el propósito de realizar un proyecto que se centre en sus intereses y en su forma de ser.

2.2.1. Jóvenes chilenos entre 14 y 16 años.

Nuestra investigación se enfoca en los jóvenes chilenos de 14 a 16 años. Esto no quiere decir que el proyecto final se presentará únicamente a este público, pues hemos decidido exhibirlo al mayor número de usuarios posible. En ese sentido, delimitamos en esta etapa el tipo de usuario para poder realizar una investigación coherente entre la información que recopilamos y el resultado que se entrega a quien recibe y experimenta con la propuesta de diseño. Sin embargo, esta propuesta pensamos hacerla abierta a quien quiera o esté interesado en conocer el arte indígena y la identidad de chilena.

Para investigar el perfil del usuario, en la etapa de Empatizar del Design Thinking, hemos realizado observaciones y encuestas. Además, entrevistamos a Sebastián Torres Sánchez, profesional enfocado en la conducta de los jóvenes chilenos, en este caso, relacionado con el área de la psicopedagogía⁵⁶ (ver entrevista completa en el Anexo n°3). Como resultado de este diálogo hemos comprendido que los jóvenes entre los 14 y 16 años dependen en gran medida de la vida social, particularidad que hemos tomado en cuenta para incluirla en la propuesta de diseño. Otra característica que los define es que, en esta etapa de la vida, los jóvenes comienzan a ser más leales con sus amigos, punto que va unido al anterior. Entonces, la socialización marca esta fase, no obstante, otro rasgo que poseen es que se sumergen en sí mismos, dejando de lado lo que ocurre a su alrededor ya que están muy pendientes y preocupados de las situaciones personales que experimentan. Lo anterior porque el grupo objetivo comienza a poseer mayor sentido de su personalidad.

⁵⁶ Entrevista personal a Sebastián Torres, Psicopedagogo, INACAP (Chile), 14 de enero de 2018.

Una singularidad de este usuario es que está en el proceso de la búsqueda de su identidad, y en este punto nos apoyamos fundamentalmente para la creación de nuestro proyecto. Esta característica es la que nos impulsa a seguir con la investigación ya que se vincula con la propia identidad de los jóvenes, que está en plena construcción. En consecuencia, estas expresiones artísticas, que muchas veces pasan de forma inadvertida, nos anima a crear un proyecto en el que los jóvenes puedan apreciar elementos propios de la cultura chilena y que no sólo adquieran elementos con representaciones artísticas de otras. Además, tendremos en cuenta el hecho de que, el ser "únicos" o "diferentes", es crucial para los jóvenes y sobre todo si se sienten aceptados a la hora de revelar cuáles son los elementos que creen que les distinguen de otros y los hacen únicos (organizamos gráficamente las características de los jóvenes en el Esquema 5).



Esquema 5. Características de los Jóvenes Chilenos.

Fuente: Infografía elaborada a partir de los datos obtenidos en la entrevista con el psicopedagogo (Anexo n°3).

Otra particularidad de los jóvenes en esta etapa es que comienzan a desarrollar mayor conciencia social, es decir, que perciben los problemas y necesidades que pueden existir en su entorno. Esto facilitaría entonces que concienticen sobre su pasado histórico y acepten el legado de los indígenas chilenos si se les presenta de manera atractiva y son capaces

de interiorizar sus diversos elementos culturales. La difusión de contenido histórico de manera atractiva es también importante para transmitir dichos conocimientos a los jóvenes que muchas veces perciben esa disciplina como “aburrida”. En ese sentido es crucial también innovar con técnicas interdisciplinarias que fomenten el aprendizaje cooperativo por parte de quien transmite el conocimiento como un guía y al servicio del estudiante⁵⁷.

Hablamos del conocimiento histórico de los jóvenes chilenos porque, tal y como veremos en el siguiente apartado, estos tienen interés por su pasado, pero no lo han llegado a conocer por falta de oportunidades (dato que obtuvimos del primer acercamiento con jóvenes entre 14 y 16 años en diciembre de 2018). Ahora, con oportunidades de aprendizaje nos estamos refiriendo específicamente a que en el colegio la materia sobre los indígenas chilenos se enseña superficialmente y es el profesor el que decide finalmente si incorporar o no este tema en la enseñanza de la asignatura de Historia, Geografía y Ciencias Sociales (entrevista a Sebastián Torres, 2017). Un antecedente que nos facilita saber el nivel de desarrollo del pensamiento histórico nos lo ofrece el autor Humberto Álvarez, quien desarrolló un estudio con 115 alumnos de primero medio⁵⁸ (13-14 años aproximadamente) de un colegio del sur de Chile. El propósito era evaluar el desarrollo del pensamiento histórico a través de la elaboración de narrativas sobre los pueblos originarios de Chile. El estudio de Álvarez se aplicó con el análisis de cuatro evidencias relacionadas con la historia de los pueblos originales de Chile (1850-2020) utilizando el análisis de contenido y la tipología propuesta por Rösen.

A grandes rasgos definimos el análisis de contenido como una ayuda metodológica para realizar investigaciones de tipo cualitativa que se sustenta principalmente en la interpretación de fuentes documentales, la identificación de códigos utilizados por el emisor, el contenido y su contextualización⁵⁹. En definitiva, el análisis de contenido tiene por objetivo conocer no solamente lo que se “transmite literalmente, sino todo aquello que pueda influir en el mensaje implícitamente”⁶⁰. En lo que respecta a la

⁵⁷ Álvarez (2019), p.47.

⁵⁸ La Educación obligatoria en Chile considera tres niveles: parvulario, básica y media. Lo anterior estipulado en la Ley General de Educación de 2009.

⁵⁹ Fernández (2002), p.35.

⁶⁰ Guix (2008), p. 26.

metodología de Jörn Rüsen y la conciencia histórica, esta consiste en una categoría desarrollada por el ya indicado historiador y filósofo en su teoría de la creación del sentido histórico. La tipología narrativa de Rüsen ofrece una base para una teoría de los diferentes aprendizajes históricos y que combina tres elementos principales: la competencia narrativa (experiencia, interpretación, orientación) y cuatro etapas de desarrollo: tradicional, ejemplar, crítico y genético⁶¹. Dichos elementos y etapas inciden en la actividad memorativa de la conciencia histórica, haciendo que las experiencias contemporáneas y la interpretación del “yo” y el mundo se vinculen con los relatos, experiencias e interpretaciones del pasado⁶².

Volviendo al caso de estudio de Humberto Álvarez con los estudiantes chilenos, el autor contrastó que la mayoría de los estudiantes de primero medio tienen una educación histórica desequilibrada ya que el 93,1% obtuvo un nivel de aprendizaje intermedio (en una escala de cuatro niveles: aprendiz, intermedio, avanzado y experto). Álvarez define los niveles de aprendizaje y tomamos en consideración especialmente el nivel aprendiz e intermedio ya que los alumnos se hallan principalmente en esas dos categorías. Nivel aprendiz significa que el alumno presenta un escaso dominio de contenido conceptual y uso excesivo de argumentos infundados o con errores históricos y el nivel intermedio que el estudiante evidencia un relato sustentado en la narración cronológica de los hechos.

Específicamente los datos arrojaron que, según el porcentaje de narrativas por nivel de logro, el 67% de los alumnos se ubicaron en el nivel de aprendiz, 26,1% en intermedio, 6,9 % en avanzado y 0% en experto⁶³. En consecuencia, la mayoría de los jóvenes analizados acumulan información sobre aprendizaje de primer orden, es decir, son capaces de responder a las interrogantes ¿qué pasó?, ¿dónde? y ¿cuándo ocurrió? Y manejan información de conceptos espacio temporales que podríamos relacionar con lo que conocemos como “Historia Universal” o “Historia Nacional”. También, que los estudiantes alcanzan un aprendizaje de segundo orden, es decir,

⁶¹ Rüsen (1992), p.35.

⁶² Cataño (2011), p.234.

⁶³ Álvarez (2021), p.11.

que son capaces de utilizar categorías analíticas para la comprensión del pasado con evidencia histórica⁶⁴.

Álvarez concluye que la mayor parte del alumnado presenta un nivel bajo en el dominio de las competencias históricas, disminuyendo en ese mismo sentido la capacidad de análisis al momento de abordar un hecho histórico. Lo anterior quedando de manifiesto con el predominio de relatos descriptivos, acrílicos y opiniones infundadas que los estudiantes expresaron en el denominado "laboratorio histórico".

La conversación con el psicopedagogo chileno y los antecedentes del estudio de la historia en Chile contribuyó a que pudiéramos entender al usuario y algunas de las carencias en las estrategias comunicativas del sistema educativo chileno. Sistema educativo que no alcanza a transmitir a los estudiantes el contenido de los pueblos indígenas. Sobre este tema podemos reflexionar de la falta de métodos didácticos e incluso lúdicos que llamen la atención de los alumnos y los anime a seguir indagando sobre temáticas socioculturales e históricas. En general, en Chile predominan las técnicas pedagógicas fundadas en el magistrocentrismo y que son las que ocasionan falta de interés de los estudiantes por la historia y las ciencias sociales, un escaso análisis crítico y reflexivo de los contenidos, la memorización de la información, la desvalorización social de la educación y la promoción de estereotipos sobre el estudio histórico⁶⁵. En vista de estos antecedentes es que la difusión de contenido sustentado en la dinámica contribuiría entonces a potenciar el estudio histórico, ya que esta estrategia facilita la configuración de un espacio de integración con el alumnado, de forma autónoma, reflexiva, crítica y creativa⁶⁶. El tradicional modelo de transmisión de ideas, expositivo y mecánico, dificulta la promoción de un espacio de aprendizaje activo en el que se respire ilusión, ganas, voluntad, entusiasmo y diversión⁶⁷. Por esa razón es importante contribuir en la difusión de ideas con nuevas propuestas que faciliten la interacción directa entre el presente y el pasado y su reconstrucción y en la

⁶⁴ Arteaga y Camargo (2014), p. 124-125.

⁶⁵ Anelique (2011), p.257.

⁶⁶ *Ibid*, p.268.

⁶⁷ González y Núñez (2012), p.142.

que se enlace la práctica y la teoría. Lo anterior a través de la promoción de un ambiente colaborativo en el que las opciones didácticas motiven la enseñanza, el gusto por una materia y mejoren el desempeño y las habilidades blandas de los receptores.

2.2.2. Encuesta a los jóvenes.

Para seguir analizando al usuario decidimos obtener información de primera fuente y desde su propia perspectiva, por esta razón estructuramos una encuesta idónea para así obtener resultados objetivos. Esto debido a que en nuestro estudio consideramos relevante evaluar y corroborar si el proyecto produce o no un impacto en el usuario, para más tarde continuar desarrollando adecuadamente un procedimiento que entregue los conocimientos de los pueblos indígenas de Chile. Para el acercamiento con el usuario, que desarrollamos en diciembre de 2018, nos basamos en los esquemas de trabajo planteados por los autores Vidal Díaz de Rada (2002) y Francisco Alvira Martín (2011) y así organizar correctamente la información y analizar los resultados. El trabajo con la encuesta de estos dos autores se complementa y explica a continuación con el trabajo de campo que realizamos personalmente en Chile.

Según Vidal Díaz de Rada existen diversos tipos de encuesta, pero para nuestra investigación combinamos las de tipo exploratorio y descriptivo. La primera es la que se utiliza en aquellas ocasiones en las que no hay información previa sobre un determinado fenómeno⁶⁸. Gracias al estudio estadístico sobre las características de la sociedad chilena de la Fundación Imagen Chile, el análisis de la identidad chilena y el *feedback* con el psicopedagogo, obtuvimos una panorámica general del asunto, pero precisamos de información reciente y cercana sobre los gustos, intereses personales y actividades del usuario, así como también conocer cuánto saben sobre del arte los pueblos indígenas de Chile. Con la finalidad de entender mejor la problemática y desarrollar un proyecto que sea cercano a los jóvenes y que los

⁶⁸ Díaz de Rada (2002). p.19.

incluya, es que se consideramos relevante trabajar con este tipo de encuesta de manera presencial.

En nuestra investigación seguimos el procedimiento metodológico propuesto por Francisco Alvira Martín⁶⁹ para desarrollar la encuesta (la encuesta completa se encuentra en el Anexo n°1). El modelo entrega diversos criterios para elaborar correctamente las preguntas y así obtener resultados objetivos. La encuesta la estructuramos en cinco pasos y son los siguientes.

1-Selección de la muestra:

La muestra estuvo constituida por 49 jóvenes chilenos de entre 14 y 16 años quienes fueron encuestados de manera aleatoria, sin considerar subcategorías como género, localidad o estrato social, ya que dichos factores no se consideraron relevantes para esta investigación en particular. Para obtener datos objetivos y evitar la omisión de alguna de las preguntas y el posterior error porcentual de los resultados, el cuestionario no podía ser finalizado por el usuario si alguna de ellas quedaba sin ser respondida. De esta manera logramos obtener la mayor cantidad de información y construir una perspectiva cercana sobre el problema del desconocimiento del patrimonio artístico y el uso del tiempo libre.

La investigación de tipo exploratoria la combinamos con la de tipo descriptiva, esta última se estructura en base a la interrogante de la naturaleza de un fenómeno social y su objetivo principal es ofrecer una definición de la "realidad, examinar un fenómeno para caracterizarlo del mejor modo posible o para diferenciarlo de otro"⁷⁰. Siguiendo esta definición, las preguntas del estudio las enfocamos en el conocimiento e interés por el arte indígena para darlo a conocer en un usuario joven. Estas preguntas las elaboramos para saber si realmente a nuestro usuario le llama la atención una temática de la que no tienen mayor conocimiento e indagar además en las respuestas que ellos entregaron para poder dar una solución acorde a sus gustos y actividades cotidianas.

⁶⁹ Alvira, (2011), p29.

⁷⁰ Díaz de Rada (2002). p.20.

2- Diseño de cuestionario:

Para diseñar el cuestionario Francisco Alvira (2011) nos explica que la investigación debe poseer los objetivos, hipótesis y las metodologías definidas, en este caso en particular esas etapas del estudio ya las teníamos definidas, por lo tanto, nos basamos en el contenido de estas para continuar con la elaboración de las preguntas.

Creamos quince preguntas de selección múltiple con alternativas simples y breves con el fin de que se comprendieran correctamente cada una de ellas y evitar que se produjeran diferentes interpretaciones o que el usuario se aburriera al contestar. Las quince preguntas las dividimos en dos partes: la primera parte, diez preguntas relacionadas con el nivel de conocimiento que poseen los jóvenes acerca del patrimonio artístico de los pueblos chilenos y la segunda parte asociada con el ocio y tiempo libre de los jóvenes.

3- Desarrollo del trabajo de campo:

En un principio pretendíamos realizar la encuesta de manera presencial en un espacio físico junto al usuario en uno de los viajes a Chile (2018). De esta manera, a través de la entrega de un cuestionario en papel para que las preguntas fueran respondidas en el momento, interactuaríamos directamente con este. Cuando enviamos las solicitudes formales a los colegios que accedieron a recibir la carta de autorización, estos finalmente no dieron el consentimiento para poder realizar la encuesta, ya que, al ser un grupo objetivo menor de edad (14 y 16 años), se requería de la autorización de los padres. Para evitar complicaciones con el usuario y el colegio, optamos por desarrollar la encuesta en Chile, pero de forma digital. Preparamos todo a través de la plataforma que ofrece Formularios de Google y logramos llegar a los usuarios con la colaboración de diferentes profesores, quienes bajo su propia responsabilidad, entregaron el enlace web a sus alumnos y alumnas en horario de clases. De esta manera los jóvenes respondieron las preguntas de manera responsable, ya que una de las principales desventajas de realizar la encuesta en línea es que, al no observar

al usuario encuestado, este puede responder a las preguntas inconscientemente o las preguntas pueden ser respondidas por personas que no pertenecen al grupo objetivo.

Entre las ventajas de estructurar la encuesta de forma digital, está el hecho de que el usuario utiliza internet diariamente, por lo tanto, es una herramienta muy cercana y cotidiana. Esta opción además permite utilizar mayor cantidad de recursos gráficos, y el usuario debe obligatoriamente completar el cuestionario para finalizarlo. Además, los datos recopilados los obtenemos de forma automática y rápida. Por último, las respuestas son detalladas con información más precisa.

4- Preparación de la información:

La etapa de preparación de la información es la que se refiere a la depuración de los resultados obtenidos, es un momento crucial, ya que se decide si es necesario rechazar preguntas respondidas. En el cuestionario tenemos dos preguntas sobre el nivel de conocimiento de los pueblos indígenas de Chile en las que el usuario podía responder abiertamente. En su mayoría estas fueron respondidas con seriedad, a excepción de una minoría que no respondió a lo que se les preguntaba y que añadió comentarios que demuestran que algunos jóvenes no le dieron una real importancia a la encuesta. Este es un punto importante para considerar ya que significa que, si bien es un número minoritario de usuarios que no respondió a lo que se les preguntaba, existe un grupo que posee desinterés en temas relacionados con el patrimonio artístico indígena. Estas respuestas las consideramos igualmente dentro del porcentaje total porque son apreciaciones que entregan una referencia sobre la indiferencia que puede existir sobre el tema.

5- Análisis de la información:

El resultado de la encuesta hacia los jóvenes chilenos de 14 a 16 años, para nuestra investigación ha sido positivo, ya que la mayoría de los jóvenes considera que es importante conocer el arte de los pueblos indígenas (de los 49 jóvenes 35 de ellos entregaron respuestas positivas) a pesar de que existe un gran porcentaje de jóvenes

encuestados que no conoce el arte de los pueblos indígenas (38%). Entre las respuestas positivas son recurrentes los temas que aluden a la importancia de la cultura y del rescate de la cultura de los antepasados, como queda ejemplificado en las siguientes afirmaciones: "considero que es muy importante conocer el arte de los pueblos indígenas chilenos, ya que es fundamental adquirir ciertos conocimientos provenientes de nuestra propia cultura"; "Si, ya que gracias a ellos somos quienes somos"; "No podemos permitir que la cultura se muera"; "Si, porque realmente es todo lo que estuvo antes que nosotros y es la cultura de nuestro país que se dejó en el olvido".

El 60% de los jóvenes dice conocer el arte de los pueblos indígenas y que obtuvo esa información gracias a al aprendizaje en clases (70%), pero en la pregunta dos, tres, cuatro y cinco, que consiste en el reconocimiento gráfico del diseño correspondiente a uno de los cuatro pueblos indígenas (Diaguaita, Rapanui, Mapuvhe y Selk'nam), sobre un 40% no supo a qué pueblo pertenecía cada gráfica (a excepción del pueblo Selk'nam que fue reconocido por un 59,6 %).

Hay interés por parte del usuario de conocer arte de los pueblos indígenas de Chile, la mayoría demostró esta disposición con respuestas positivas como las siguientes: "Si, me gusta viajar al pasado con algo tan lindo como lo es el arte"; "Sí, porque sus diseños, a pesar de que no tengo demasiado conocimiento teórico de ellos, poseen una gran variedad y todos son diferentes por ende me gustaría conocer de dónde sacaban su inspiración y por que había una diversidad entre cada pueblo"; "Sí, ya que detrás de cada línea o escultura hay un historia y una tradición". El 51% prefiere conocer la temática a través de una exposición interactiva y directa, resultado que nos interesa, ya que entre las opciones estaban algunos dispositivos o actividades más cercanas al diario vivir de los jóvenes, como, por ejemplo: jugar (22,4 %), aplicación de móvil (12,2%) e internet (8,2%).

En lo que se refiere a las preguntas de la encuesta que hacen alusión al ocio y tiempo libre, las respuestas arrojaron como resultado que los jóvenes le dedican más de tres horas diarias y la gran mayoría prefiere compartir este tiempo con amigos (55,3%).

Otro punto importante en los jóvenes es el tema afectivo, ya que el 51,1% de los usuarios sienten que no podrían vivir sin su familia y el 23,4% sin sus amigos, también hay un porcentaje que no podría vivir sin internet (14,9%) que se refiere especialmente al uso de las redes sociales para interactuar con otros, restándole interés a actividades individuales como leer o jugar con la consola.

Utilizar el teléfono y el internet también es importante para los jóvenes en su tiempo de ocio, pero no lo fundamental. Es por ese motivo que, a la hora de buscar una estrategia que difunda el conocimiento del arte indígena en los jóvenes, lo tendremos en consideración. En lo que se refiere a las redes sociales, la que más utilizan son Instagram 42.5% y YouTube 34%, por lo tanto, son a las que le prestamos atención.

Observaciones de la encuesta.

Los datos recopilados en la encuesta nos permitieron obtener conclusiones importantes, entre las fundamentales es que existe interés por la temática a pesar de ser desconocida para una gran cantidad de usuarios. Lo que destacamos es que los jóvenes desean aprender sobre el arte de los pueblos indígenas de Chile en un espacio participativo que les permita interactuar con otros, tomando en cuenta el internet y las redes sociales como una actividad importante de ocio, pero no determinante a la hora de integrar nuevos conocimientos. Además, los jóvenes chilenos de entre 14 y 16 años, a pesar de no estar del todo conscientes de su desconocimiento sobre la temática, sienten la necesidad de seguir aprendiendo y construir una identidad como país a través del arte.

Los jóvenes, a pesar de ignorar o no estar del todo conscientes de su desconocimiento de la temática, sienten la necesidad de incorporar nuevas ideas vinculadas al tema del arte indígena. Lo anterior no solamente para seguir aprendiendo sobre esta materia, sino que también para posteriormente construir una identidad como país, puesto que advierten que es un tema importante que precisa ser potenciada.

Otro resultado relevante de la encuesta es la existencia de una minoría de jóvenes que está absolutamente desinteresado por el tema. Si bien este resultado puede parecer negativo, en esta investigación valoramos aun más este tipo de información y nos motiva para contribuir en la difusión el legado chileno, para que de algún modo más personas logren conocer la parte de las expresiones artísticas que han sido olvidadas. Esto sobre todo si se trata de mostrarlo a estos pequeños grupos de usuarios en quienes no solamente existe el desconocimiento por la temática, sino que también un total abandono de la identidad nativa de los antepasados chilenos. Todo esto no significa que el grupo de usuarios del que estamos hablando en un futuro no quiera incorporar este conocimiento, ya que es altamente probable, según el propio trabajo realizado con ellos mismos, que no la valoren el arte de los pueblos indígenas por desconocimiento o porque no se les ha entregado la información de una manera acorde con sus intereses.

En lo que respecta a los jóvenes y las actividades que realizan en su tiempo libre, los datos muestran que estos prefieren usar el móvil y esto ocurre principalmente porque están conectados con sus amigos, por lo tanto, las interacciones sociales son predominantes en sus intereses. Por esta misma razón, dentro de las aplicaciones móviles que más usan se encuentra Instagram. Esta aplicación a simple vista tiene como objetivo que los usuarios puedan compartir fotografías y videos, pero al introducirnos en este espacio nos damos cuenta de que más que una fotografía la idea es compartir momentos, interactuar a través de comentarios en las mismas fotografías, describir estados de animo, reaccionar con un "me gusta" en lo que comparten los demás, publicar lo que se hace cotidianamente y mostrar cómo alguien quiere que los demás lo vean. Es además un espacio de comunicación constante más visual y aunque la información compartida casi siempre es pública, igualmente permite conversar de forma privada en chats e incluso realizar llamadas. Resumiendo, lo principal es la interacción que existe entre los usuarios, característica que destacamos para aplicar en nuestro proyecto. A este tipo de aplicaciones las podemos tomar como referencia por su funcionamiento que podemos utilizar en espacios interactivos y que según la información que los mismos jóvenes nos entregan, son los que prefieren. De esta manera podemos realizar un proyecto de acuerdo no solamente a sus intereses,

sino además a las actividades realizadas en su diario vivir. El resumen de las fases de la encuesta se organiza en la Tabla 3.

Fases de la encuesta	Descripción de cada fase
Selección de la muestra	49 jóvenes chilenos de entre 14 y 16 años quienes fueron encuestados de manera aleatoria.
Diseño de cuestionario	<p>-Diseño de las preguntas basadas en objetivos, hipótesis y la metodología de nuestra investigación.</p> <p>-Creación de quince preguntas de selección múltiple con alternativas simples y breves y dos preguntas abiertas para que el mismo usuario expresara sus opiniones.</p> <p>-Las preguntas se dividen en dos grupos: diez preguntas relacionadas con el nivel de conocimiento que poseen los jóvenes sobre el patrimonio artístico de los pueblos chilenos y la segunda se asocian con el ocio y el tiempo libre de los jóvenes.</p>
Desarrollo del trabajo de campo	El colegio no permitió interactuar directamente con el usuario, por ser un público menor de edad. Por esta razón desarrollamos la encuesta través de una plataforma digital y supervisada por diferentes profesores, quienes, bajo su propia responsabilidad, difundieron el enlace web a sus alumnos y alumnas en horario de clases.
Preparación de la información	Análisis de los resultados obtenidos. Es una fase en la que se decide si es necesario rechazar preguntas respondidas. En nuestra encuesta consideramos todas las respuestas, sin descartar a ningún encuestados porque nos da una referencia de la indiferencia que puede existir sobre la temática.

Análisis de la información	Los datos recopilados en la encuesta nos permiten obtener conclusiones importantes y la principal es que existe interés por la temática a pesar de ser desconocida para una gran cantidad de usuarios. Otro punto relevante es que es fundamental para el usuario la interacción con sus pares.
----------------------------	---

Tabla 3. Etapas de la encuesta a lo jóvenes sobre el arte indígena y sus intereses.
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de Alvira, (2011).

2.2.3. Estadísticas sobre jóvenes chilenos.

Para estudiar de mejor manera a nuestro usuario y obtener una mirada más amplia de su cotidianidad e intereses, hemos analizado estadísticas relacionadas con el interés personal de los jóvenes (Figura 26) y las actividades que realizan en su tiempo libre (Figura 27). Estos datos los hemos conseguido en el cuestionario elaborado por el Área de Estudios del Instituto Nacional de la Juventud de Chile (INJUV) y se aplicó a 1.001 jóvenes que residen en todo el país.



Figura 26. Actividades realizadas por los jóvenes chilenos.
Fuente: Educando Juntos (2015), p 3.

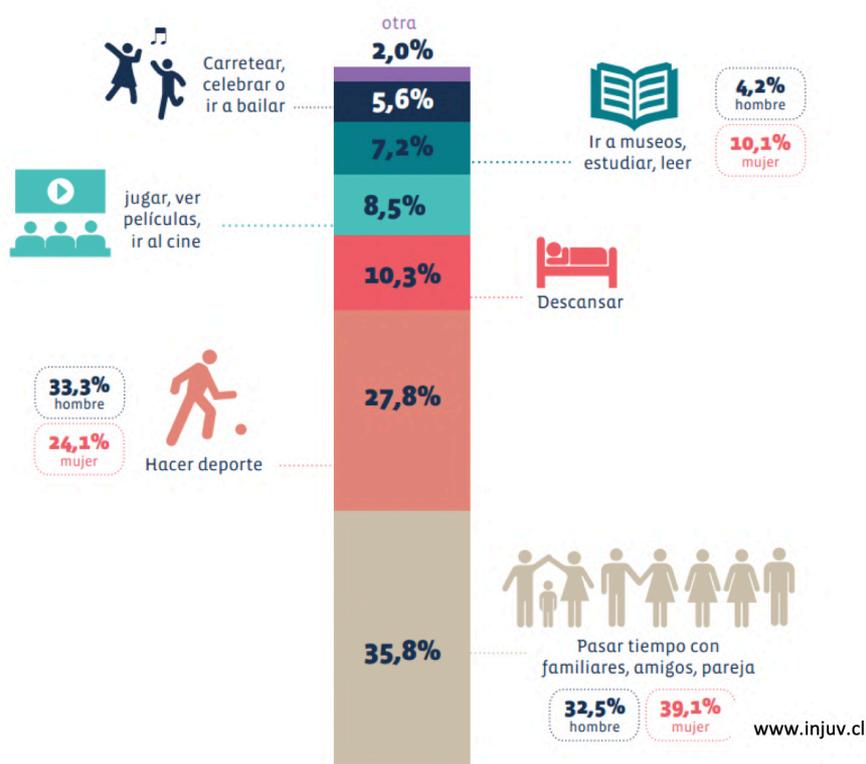


Figura 27. Actividades que les gustaría realizar con más frecuencia a los jóvenes chilenos.
Fuente: Educando Juntos (2015), p 3.

Nuevamente podemos observar que la interacción social es parte fundamental en el diario vivir de los jóvenes y que lo prefieren por sobre todas las opciones que se les pueda entregar. También podemos añadir que, aunque conectarse para chatear se encuentra en tercer lugar, es una cantidad considerable para tomar en cuenta ya que se relaciona directamente con la primera opción que es pasar tiempo en familia. Lo anterior porque se demuestra que constantemente tienen interés en estar relacionándose con otras personas, sobre todo si son cercanas. Esta información queda aun más confirmada en el segundo gráfico sobre las actividades que a los jóvenes les gustaría realizar con más frecuencia, y los datos arrojan que esta actividad es pasar tiempo con la familia, amigos o pareja. Por lo tanto, nuestro proyecto de diseño debe considerar la interacción no solamente con la manera en que presentamos el nuevo conocimiento, sino que también debemos pensar en crear un entorno para que se produzca interacción entre personas en el momento en que se les presente el arte de los pueblos indígenas de Chile.

2.2.4. Mapa de trayectoria.

Una herramienta que posee el Design Thinking es el mapa de trayectoria, este es el nombre que se le entrega a la manera de seguir las actividades que realiza una persona en su diario vivir. Realizamos esta actividad con el objetivo de acercarnos de mejor manera a los gustos e intereses del usuario para realizar una propuesta adecuada. En esta ocasión hemos seguido durante una semana las actividades de un usuario de 15 años desde la mañana hasta la hora en que se acuesta a dormir (ver mapa de trayectoria completo en el Anexo nº4). Del usuario que observamos directa y meticulosamente durante todo el transcurso del estudio obtuvimos los siguientes resultados:

-A la hora del desayuno habla muy poco, tiene sueño y pocas ganas de ir al colegio. Se conecta con sus amigos a través del móvil, pero no comparte su vida social con los miembros de su familia. Tampoco le interesa comentar el contenido de las conversaciones que mantiene con sus amigos o compañeros con personas que no son del círculo social que escogió, pero conversa de igual manera con sus padres si le hacen preguntas.

-En el trayecto hacia el colegio escucha música y se conecta a internet para navegar por diferentes sitios webs en los que se entretiene y chatea con amigos.

-En el colegio comparte con sus amistades de manera directa, lo que le hace sentir bien.

-En el colegio no pone mucha atención a las clases y pasa el tiempo entretenido con el móvil. Obtuvimos esta información porque enviamos varios mensajes a nuestro usuario en horario de clase, para saber si realmente estuvo pendiente de las asignaturas que se dieron en clases o si prefirió el contenido que le entrega el teléfono y como es de esperar, respondió a cada uno de los mensajes segundos después de haber sido enviados.

-Cuando vuelve a casa no conversa mucho, llega cansado y tampoco expresa sus emociones. Finalmente habla un poco por las constantes preguntas que hacen las personas que lo rodean, es decir, su familia. Esto porque la mayoría de las preguntas se relacionan con el tema del colegio y esto le aburre. Tampoco habla de cómo se siente.

-A la hora de almuerzo tiene el móvil a su alcance y lo revisa cada cierto tiempo, con el fin de seguir conversando con sus compañeros o amigos.

-Cuando tiene que estudiar, tarda en organizar sus deberes y revisar las asignaturas pendientes. Una vez que se dispone a leer, hacer deberes o estudiar, se concentra en intervalos de tiempo cortos, que son interrumpidos porque se conecta nuevamente con sus amigos a través de internet. Esta acción ocupa toda la tarde del adolescente.

-A la hora de la cena se repiten las mismas acciones del almuerzo, con la diferencia de que, a esta hora, tiene más ánimo, es más conversador e incluso bromea con las actividades que realizó en el colegio.

Prácticamente todos los días ocurren las mismas acciones y de esta observación podemos inferir que el joven que estudiamos se encierra en sí mismo y trata de omitir información sobre sus pensamientos si se desenvuelve en el entorno familiar, incluso si estos se preocupan o le preguntan sobre el tema. Distinta situación ocurre cuando el joven interactúa directamente con sus amigos, ya que, al ser un grupo cercano que él elige, se muestra más abierto y en confianza. Esto no significa que no le guste estar con su familia, porque de igual manera se reúne con ellos a la hora de almuerzo y cena. Como mencionamos, al volver a casa después del colegio habla menos, pero en este caso se nota que es por el cansancio de levantarse temprano y de estar casi todo el día encerrado en la sala de clases.

Le gusta conversar con sus amigos y busca diversión, directamente o chateando con ellos en las aplicaciones que tiene en el móvil. De hecho, siempre está pendiente del teléfono por si le llega algún mensaje. Se aburre con cualquier tema que tenga relación

con el colegio, ya que todos los días debe realizar la rutina de los deberes que, como son obligatorios, prefiere incluso no realizar.

En esta ocasión, al observar las actividades de nuestro usuario vuelve a aparecer el tema de la interacción social, que en la mayor parte del día está presente ya sea al hablar con su familia sobre todo en los horarios de la comida, con sus amigos en persona o al chatear constantemente con ellos. Para el joven es importante el estar presente en los momentos de reunión con la familia a pesar de que le molesta conversar sobre el colegio y saber que siempre le harán preguntas monótonas.

Los entornos de interacción son lo que nuestro usuario valora, ya sean entornos físicos o digitales, en este caso nuestro proyecto debe mantener siempre en cuenta que debemos incluir un espacio en donde el usuario se pueda relacionar con quienes estima, teniendo en cuenta que aprecia los momentos que le permiten estar reunido con otras personas. Esta información es de gran utilidad para nuestra investigación y nos sirve para corroborar los datos que nos muestran los estudios estadísticos analizados anteriormente.

2.3. Diseño participativo e interacción con el usuario.

2.3.1. Diseño participativo.

El diseño participativo o codiseño es un modelo de trabajo que se basa en la integración de todas las partes involucradas en el desarrollo de una solución de diseño, es decir, incluye a los usuarios, clientes, ciudadanos, entre otros grupos, en resumen, a todas las personas que están relacionadas con el resultado final de la propuesta.

El origen del modo de trabajo empleado por el diseño participativo surgió en los años setenta en los países escandinavos por el equipo del Sindicato de Trabajadores Metalúrgicos Noruego tras los esfuerzos por democratizar el espacio de trabajo luego de incorporar sistemas tecnológicos automatizados que facilitarían sus labores. La autora María Carnelli (2018) explica la estrategia que utilizó la gerencia y los

trabajadores para balancear el poder entre estos y el avance técnico del siguiente modo:

los trabajadores y sus gremios temían que la introducción de las computadoras redujera, no sólo el control que tenían sobre sus tareas sino también, sus puestos de trabajo. Es así como diseñadores y sindicato trabajaron juntos para que la implementación de la nueva tecnología computarizada se hiciera a través de una participación y toma de decisiones conjunta⁷¹.

Autores que han trabajado la metodología de investigación del diseño participativo coinciden en una de sus características principales, que es reflexionada por la autora Sofía Aguas (2016), y es el protagonismo del usuario que le permite ser partícipe de todo el proceso de desarrollo del proyecto de diseño e interactuar directamente con el equipo de diseño⁷². Lo anterior se complementa con la relevancia que entrega a la creación colaborativa la autora Patricia Saco (2018), quien indica que el diseñador se transforma en un facilitador del proceso y cuyo propósito es facilitar una comunicación fluida entre los distintos participantes⁷³. La autora Saco basa su análisis en Raquel Pelta (2007), quien señala respecto a la importancia del usuario que es considerable el número de profesionales que trabajan directamente con este y que han llegado a concluir que hay que diseñar no ya para la gente sino con la gente. Y añade, por lo tanto, que atrás quedaron esos días en los que el “profesional estrella” era el protagonista de la actividad, pues los tiempos actuales exigen amoldarse a la complejidad de las situaciones, integrándose y colaborando con equipos y profesiones para entender que cualquier acto de diseño requiere de una sensibilidad acorde con el contexto⁷⁴.

El diseño participativo, por lo tanto, es una actividad social que destaca por su interdisciplinariedad, no involucra solamente el área del diseño, sino que también se retroalimenta de otras áreas del conocimiento como es, por ejemplo, la comunicación, la sociología, la psicología, entre muchas otras. Estas disciplinas y la diversidad de conocimientos que ofrecen varían en función a las necesidades de las personas

⁷¹ Carnelli (2018), p.28.

⁷² Aguas (2016).

⁷³ Saco (2019).

⁷⁴ Pelta (2007), p. 30.

involucradas en un proyecto o tema de investigación en específico. Además, las áreas no son fijas ni estrictamente delimitadas o predispuestas, su participación depende de cada tipo de proyecto.

El proceso igualmente se destaca por la comunicación bidireccional entre el diseñador y el usuario y por la inclusión de las diferentes opiniones y puntos de vista que se integran para en el desarrollo de la idea o concepto y la solución final. El objetivo es servir y responder de la mejor manera a los intereses de cada usuario, con lo que se entrega un valor adicional al resultado final. Además, se preocupa de que este tenga un papel importante en el diseño y por eso se considera y estudia meticulosamente las experiencias y conocimientos que este tenga. El diseño participativo es también un proceso abierto que produce una interacción multidireccional y directa entre los usuarios y el diseñador. Esto permite que todas personas comprometidas colaboren en el desarrollo del proyecto final. Si bien el trato e intercambio de ideas y experiencias entre los involucrados es recíproco, de igual modo el diseñador debe actuar como un coordinador señalando las directrices que deben guiar el desarrollo de las etapas dentro del proyecto. Aún así podemos afirmar que las personas actúan también como diseñadoras en las distintas fases, cuando definen soluciones para los problemas que el mismo usuario detecta con el apoyo del diseñador guía.

Como mencionamos, el diseñador es parte fundamental dentro de las fases del proyecto, ya que es quién entrega las herramientas al usuario y facilita visibilizar *insights* que aportan a la solución de diseño. Este, por lo tanto, guía al usuario en la observación y análisis de las situaciones o problemas que necesitan ser resueltos para un grupo determinado. Otra tarea importante del diseñador es generar una comunicación fluida entre los participantes, y hacer que los mismos se empoderen de los casos particulares en los que están trabajando. De esta forma, se incrementa la empatía en ambas partes, dando a conocer abiertamente las experiencias, interrogantes o ideas, relacionándolas de manera efectiva.

Otro de los objetivos fundamentales del diseño participativo es el de conectar espacios culturales y políticos para impulsar la reflexión. El resultado de la relación que se llega

a establecer entre los dos escenarios es justamente la que esta nuestra investigación pretende descubrir y describir a través de una actividad participativa. Esto debido a que la consecuencia de la unión entre lo sociocultural y político con el espacio reflexivo es la respuesta del grupo objetivo a una situación en específico y la que, por tanto, es interesante de averiguar.

Paulina Buvinic (2015) explica que el codiseño o diseño participativo, además de trabajar junto al usuario o los participantes es necesario considerar el momento previo y posterior de trabajo colaborativo⁷⁵. La autora divide el proceso en cuatro etapas: presentar el programa, explorar oportunidades, generar propuestas con los participantes y proyectar los resultados (ver Figura 28).

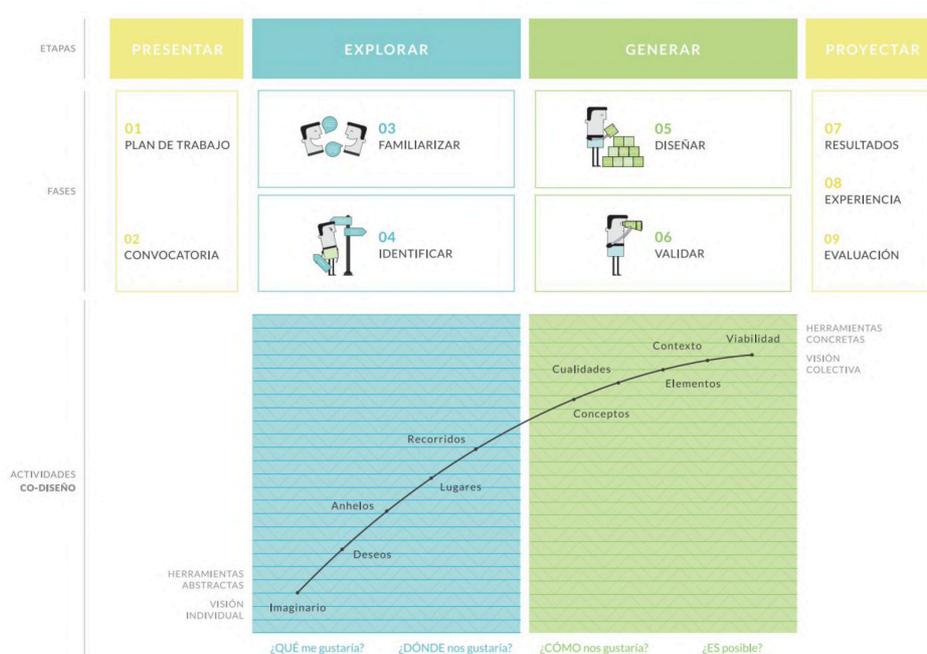


Figura 28. Fases del codiseño
Fuente: Buvinic (2015), p.13.

En el esquema anterior podemos observar además en qué momento realizar actividades de codiseño dentro de las fases de Explorar y Generar y nos muestra de qué manera hacerlo realizando las siguientes preguntas: ¿Qué me gustaría? ¿Dónde nos gustaría?, ¿Cómo nos gustaría? y ¿Es posible? El resolver las preguntas y las

⁷⁵ Buvinic (2015), p.13.

actividades que se llevan a la práctica dependen de contexto en el que usemos el proceso y lo mismo ocurre con las fases de diseño participativo que, si bien tenemos un esquema guía, todo depende de cada proyecto, algunos cuentan con una estructura preestablecida y otros van desarrollando las fases conforme van avanzando en la investigación.

El diseño participativo forma parte de la investigación y es fundamental para la práctica de diseño. En esta práctica el usuario, al ser también parte imprescindible del proceso y del resultado, debe interactuar con el proceso y, sobre todo, al momento de realizar las diferentes actividades que se pondrán en práctica con el propósito de presentarle el nuevo conocimiento sobre el arte de los pueblos indígenas. En ese aspecto nuestro proyecto debe encontrar la manera de conseguir dicho objetivo a través de una metodología de trabajo apropiada que, en este caso, hallamos en el diseño participativo.

Por medio del análisis del diseño participativo pretendemos igualmente mantener activo al usuario y no únicamente en el proyecto final, momento en que damos a conocer finalmente el arte indígena al usuario, sino durante todo el desarrollo de la investigación, con el fin de conocer de cerca sus intereses y expectativas. El diseño participativo tiene la peculiaridad de que, a través de su ejecución, el usuario se siente parte de la actividad, en ese sentido resulta también importante hallar una estrategia de diseño acorde también con su estilo de vida, gustos y opiniones. Otro punto para desarrollar con el diseño participativo es que, durante toda la investigación y en el proyecto de diseño, el usuario no perciba la existencia de una jerarquía unidireccional entre quien entrega el conocimiento y quien lo recibe. En otras palabras, que el usuario se sienta libre de intervenir cuando le plazca, si lo estima necesario, para que el conocimiento no sea "estático", sino más bien dinámico e interesante.

2.3.2. Educación experiencial.

Además del proceso participativo descrito anteriormente, y que involucra a una comunidad al momento de su realización, añadiremos al estudio el concepto de educación experiencial, es decir, el tipo de enseñanza en la cual el usuario aprende por medio de su propia experiencia.

Este proyecto de diseño pretende entregar al usuario un nuevo conocimiento, pero sobre todo que dicho conocimiento no se propague de manera externa al receptor, es decir, que se evite la observación y recepción de las ideas enseñadas de forma unilateral, como suele ocurrir en el colegio. Nuestro proyecto busca que el usuario se relacione e interactúe con el nuevo conocimiento, formando parte de la actividad para que el aprendizaje se asocie a lo propio. Lo anterior se relaciona con una de las características de la educación experiencial y es que, la misma experiencia genera espacios en los que la responsabilidad del conocimiento se convierte finalmente en un "evento individual y no indefinido impersonal"⁷⁶. Y, de esta manera, el conocimiento se incorpora de forma enriquecedora desde quien dirige hacia quien escucha, gracias a la vivencia personal de una actividad que involucra al usuario en el proceso y el diálogo continuo entre los actores.

La educación experiencial nace precisamente de la necesidad de la comunicación bidireccional descrita y es que, los estilos de aprendizaje han ido modificándose a lo largo del tiempo para adecuarse también a los nuevos tiempos y a las particularidades de los usuarios. De este modo, la reflexión pedagógica va asociando entonces el carácter multidisciplinar del proceso de adquisición de conocimiento en el contexto escolar, cambiando el estilo cognitivo de aprendizaje⁷⁷, acercando la educación al estudiante y no pretendiendo que este obedezca a ese modelo tradicional en el que las ideas circulan en un único sentido (desde el emisor hacia el receptor).

La educación experiencial ofrece al alumno la oportunidad de conectar la teoría y la práctica al momento de enfrentarse a los desafíos de responder a situaciones reales con problemas reales. Esta idea consolida al mismo tiempo en el alumno un conocimiento "significativo, contextualizado, transferible y funcional y se fomenta su capacidad de aplicar lo aprendido"⁷⁸. Además, se potencia el análisis crítico y de aplicación de ese conocimiento, trascendiendo el esquema meramente teórico y descriptivo, pues se entiende que el sujeto aprende e interactúa con el medio continuamente (incorporando también nuevas ideas) y no únicamente en el escenario

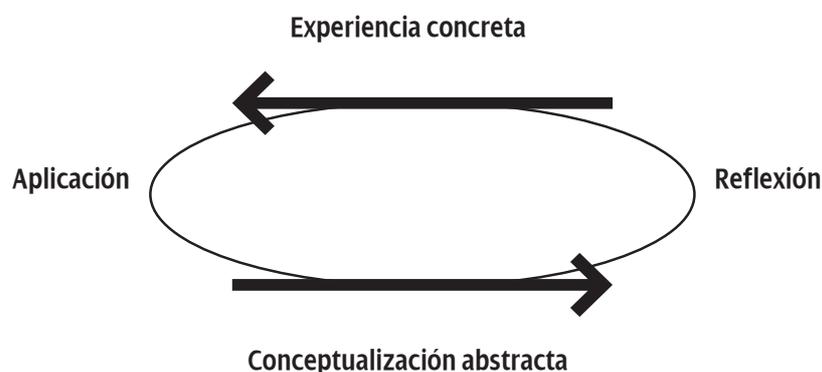
⁷⁶ Builes (2002), p. 14.

⁷⁷ García y Ganados (2016), p. 39.

⁷⁸ Romero (2010), p.90.

formal de las aulas. El concepto experiencial, asociado a lo vivencial, tiene una connotación práctica que conduce al mismo tiempo a la reflexión y la adquisición de conceptos asociados al contexto y al sujeto que los habita⁷⁹. Igualmente, en la educación experiencial, se tiene en cuenta el hecho de que cada sujeto interpreta y ejecuta de manera diferente el aprendizaje incorporado y que tiene relación directa con el propio ambiente que rodea al individuo, sus vivencias y características particulares. En otras palabras, a pesar de los sujetos compartan los mismos “entornos, disciplinas y áreas de interrelación, no todos responden a la misma forma de aprender”⁸⁰.

La educación experiencial como proceso educativo se basa en el estudio de la observación y la experiencia, involucrando a los alumnos y alumnas y haciéndoles participar con aquello que están aprendiendo. En el proceso también se considera el hecho de que el conocimiento no se trasmite únicamente por los profesores, sino que tienen un rol preponderante en esta actividad la comunidad o los padres. En ese sentido, se entiende que la educación se puede dar dentro y fuera de las aulas. La educación experiencial pone relevancia en la motivación de los estudiantes y en su preparación para el mundo cambiante⁸¹.



Esquema 6. Modelo aprendizaje experiencial de John Dewey.
Fuente: Diagrama elaborado a partir del esquema entregado por Baena (2019), p.17.

La metodología en educación experiencial (ver Esquema 6) como referente conceptual, es importante para el desarrollo de nuestro proyecto, el que se ejecutará como

⁷⁹ Padierna (2013), p.165.

⁸⁰ Espinar y Viguera (2020), p.5.

⁸¹ Baena (2019), p.16.

resultado de los análisis teóricos de los conceptos y los referentes. Por ese motivo el estudio de las fases que conforman la educación experiencial resulta también pertinente para nuestro estudio. En dicho modelo se potencia la experiencia para promover el conocimiento y su interacción con el medio y sus etapas de interrelacionan a lo largo del proceso. Se puede decir entonces que es un modelo cíclico interconectado que integra cada fase (experiencia concreta, reflexión, conceptualización abstracta y aplicación) y las relacionaremos con una situación experiencial en concreto y la implicancia del cognitivo del sujeto, poniendo énfasis igualmente en las experiencias previas del usuario durante todo el proceso.

2.3.3. Gamificación

La gamificación es la manera de entregar conocimiento a través de la modalidad de los juegos, es decir, ocurre cuando utilizamos las técnicas que se presentan en los juegos, pero su desarrollo se da en contextos que no necesariamente están relacionados con estos y que pueden considerarse como espacios no lúdicos. Esta forma de aprendizaje se usa sobre todo en el área de la educación y permite mantener activo al usuario e introducirlo en la explicación de algún tema de manera más entretenida. De este mismo modo, el usuario interioriza conocimientos de forma más dinámica y no tan rígida como se haría normalmente, por ejemplo, en un aula de clases.

La cultura surge en forma de juego, es decir, la cultura, al principio, se juega⁸² y partiendo de esa premisa y entendiendo que los seres humanos aprendemos mediante el juego afirmamos, por lo tanto, que la gamificación es la primera mecánica de aprendizaje que adquirimos como afirma Huizinga. Hoy la gamificación permite innovar en el ámbito educativo, adaptando los métodos de enseñanza tradicionales a las nuevas estrategias comunicativas y difundiendo los conocimientos de manera atractiva en un público que vive inmerso en la tecnología⁸³. Hablamos de innovación porque la enseñanza en sí misma se relaciona con un entorno dinámico y, por ende, se enfrenta constantemente a un reto por detectar y asimilar los cambios del medio.

⁸² Huizinga (2007), p.67.

⁸³ García-Mundo, Genero, Piattini, Vargas-Henríquez (2015), p.106.

Además, se entiende que en ese contexto interactúan sujetos que adaptan sus habilidades transversales para la resolución de diferentes problemas y, en ese mismo sentido, la actividad pedagógica precisa actualmente del componente interdisciplinar con visión estratégica global con la comprensión del diseño⁸⁴ para satisfacer las demandas de los involucrados.

Beatriz Valderrama (2015) señala que hoy las técnicas de la gamificación están irrumpiendo con fuerza en las organizaciones que buscan potenciar la motivación y el compromiso de empleados y clientes, y no únicamente en el ámbito académico, también desde la innovación, el marketing, la gestión de talento e incluso en el desarrollo de hábitos saludables. Los espacios mencionados, desde la mirada de la gamificación, comparten el uso de los juegos como un sistema para generar compromiso a través del ofrecimiento de un sistema de reconocimiento, una retroalimentación rápida, reglas claras, un entorno que entrega sentido a las actividades aburridas o repetitivas y desafíos alcanzables⁸⁵.

La gamificación enfocada en el ámbito académico, hoy en día, se dirige especialmente al grupo de estudiantes que actualmente pertenecen al grupo social que creció y se desarrolló en ambientes en los que abunda la tecnología. La gamificación, por lo tanto, es un método de entrega de conocimiento que se relaciona con los denominados *millenials* y que se caracterizan por tener una fuerte cultura cliente-servicio en escenarios altamente tecnologizados. Respecto al punto de la cultura cliente-servicio y su vínculo con la educación, este se halla dirigido hacia el conocimiento rápido, entretenido y sencillo, pues el propio usuario es quien reclama maximizar la relación tiempo estudio/resultados obtenidos. En definitiva, lo que el público contemporáneo busca en la educación es reducir el tiempo y maximizar los resultados a través de la práctica de la teoría, las tareas grupales y la información digital⁸⁶. En ese mismo sentido, las tecnologías son utilizadas al servicio del interés académico, pero desde una mirada lúdica, generando un doble interés académico.

⁸⁴ Morales (2013), p. 101.

⁸⁵ Valderrama (2015), p. 74.

⁸⁶ Ibáñez, Cuesta, Tagliabue y Zangaro (2008), p.2.

Es decir, a través del juego, interactivo y fácilmente repetible, se motiva al alumnado, quien aprende a nivel teórico lo que experimenta a nivel práctico⁸⁷.

Una de las características de la gamificación se relaciona con el establecimiento del vínculo de fidelización con el alumnado, pues pretende que este se motive con el aprendizaje a través de incentivos. Es otras palabras, la gamificación utiliza juegos para mejorar el compromiso con los estudiantes a través de estrategias para el aprendizaje como los puntos, insignias, niveles, tableros de posiciones, desafíos o misiones⁸⁸. Dichos juegos crean ambientes en los que los estudiantes pueden experimentar las habilidades sociales y emocionales, interactuando directamente con el conocimiento adquirido. Además, al estar enfocado en la educación grupal, esto va generando una retroalimentación entre los individuos que interactúan activamente y que compiten por la obtención de información académica. En pocas palabras, lo que la gamificación busca es apartar la educación tradicional, percibida por los estudiantes como aburrida y poco eficaz⁸⁹ y motivar al alumnado, como si se tratara de un reto, a ser partícipe del conocimiento. Con esto la gamificación pretende entonces que la persona que adquiriera un nuevo conocimiento se involucre en el proceso, resuelva problemas, colabore y se comuniquen con sus pares.

Basándonos en los antecedentes indicados, podemos decir que la gamificación se corresponde a lo que pretendemos desarrollar en la propuesta de la actividad final de nuestro proyecto. Sin embargo, para difundir el arte de los pueblos indígenas chilenos, no queremos enfocarnos únicamente en los estudiantes, ya que la idea es difundirlo a la mayor cantidad de público. Como ya hemos mencionado, tenemos un grupo objetivo, los jóvenes chilenos de 14 a 16 años, para establecer límites en cuanto a la creación y desarrollo formal del diseño final. Esto porque nos posibilita la creación de una propuesta coherente con un grupo específico y es que, de no ser así, el resultado no tendría sustento o justificación para entregar una propuesta coherente. Dicha propuesta pretende tener la particularidad de ser cercana y atractiva para el usuario y para reforzar esa idea es que hemos llegado a la conclusión de que el

⁸⁷ Alcaraz-Rodríguez, Fernández, Gavira, Grimaldi-Puyanal, Prieto y Sánchez (2018), p. 77.

⁸⁸ García-Mundo, Genero, Piattini, Vargas-Henríquez (2015), p.105.

⁸⁹ Contreras y Eguía (2016), p.7.

diseño a través del juego es efectivamente una estrategia metodológica interesante y oportuna. Aún y así este hecho no implica que la propuesta de juego genere un resultado escalable que se pueda ajustar en el futuro a otros públicos objetivo más amplios. Es por ese motivo que el análisis teórico del diseño de juego será presentado a continuación.

2.3.4. Diseño de juego.

El diseño de juego como estrategia de difusión de ideas académicas, centradas en un usuario que posee la necesidad de aprender a través de las nuevas tecnologías (y que forman parte de su cotidianidad), ha sido estudiada metodológicamente por diferentes especialistas, quienes han intentado dar una solución a la problemática planteada. Tal y como estudiamos en el apartado de gamificación, el público receptor busca actualmente adquirir nuevos conocimientos, pero a través de mecanismos que se familiaricen con su estilo de vida. En ese sentido, la educación ha ido evolucionando a la par con los intereses de los alumnos y alumnas, y con la ayuda de las nuevas tecnologías, para facilitar el saber. De igual manera y, a pesar de los esfuerzos, lamentablemente no se ha llegado a generalizar en los centros escolares las estrategias acordes con el interés del usuario y es que, muchas veces, los soportes no cumplen con las expectativas de los profesores ni de los estudiantes, aunque los colegios dispongan de medios para introducir, por ejemplo, softwares o juegos educativos⁹⁰. Por ese motivo en nuestra investigación estudiaremos los modelos de diseño de juegos tecnológicos para desarrollar un proyecto atractivo, pero no basado en su totalidad en esa cualidad, sino más bien en sus objetivos.

Si analizamos el juego en sí mismo, es posible observar que este forma parte importante en la vida de un ser humano desde la infancia y es que el juego está presente en las diferentes expresiones, comportamientos y escenarios de una persona. En palabras de Daniel Araneda (2015), el juego, digital o analógico es, sin la menor duda, el protagonista cultural, social y económico del ocio contemporáneo. El juego implica también el aspecto social de los individuos porque este se constituye en su mayoría de competidores que, dependiendo de su desempeño y habilidades, pueden

⁹⁰ Cano (2016), p.36.

ganar o perder. Dado que el juego forma parte importante del ser humano es que a lo largo de los años se ha venido desarrollando toda una Teoría de Juegos, que se basa principalmente en estudiar el comportamiento estratégico entre los contrincantes dentro de un mismo juego, más allá de la probabilidad de un juego y los datos obtenidos de este⁹¹. En la actualidad, esta teoría tiene numerosas aplicaciones en diferentes ramas del conocimiento y, en ese sentido, el diseño y la entrega de conocimientos no es una excepción.

En la actualidad las Tecnologías de la información y la Comunicación (TIC) se han puesto a disposición de los objetivos pedagógicos y lúdicos de buscar una herramienta innovadora que estratégicamente repercuta en el proceso, administración y distribución de la información. El propósito educativo, que trasciende el campo del entretenimiento, se halla hoy respaldado, por ejemplo, en los denominados juegos serios que promueven los elementos lúdicos y pedagógicos para fortalecer el aprendizaje. Los juegos serios se definen como aquellos que se centran en el entretenimiento o diversión, pero fundamentalmente en la educación cuidadosamente pensada para maximizar la adquisición de habilidades y/competencias y facilitar el aprendizaje. Además, entre las principales características de los juegos serios se encuentran el ser atractivos, interactivos, motivadores, desafiantes, fáciles de usar y, además que estimulan la cooperación el pensamiento crítico y el razonamiento⁹². Los juegos serios son actualmente atractivos para los estudiantes en las aulas de clases porque ofrecen una inmersión y motivación similar a la de los videojuegos, sin perder de vista el aspecto pedagógico⁹³ y la distribución de material académico. Para nuestro estudio, los juegos serios resultan ser un referente atractivo puesto que persiguen un objetivo similar al nuestro, el de difundir conocimiento de manera atractiva y participativa con el usuario desde una postura pedagógica. Es decir, potenciar el aprendizaje, así como la formación de habilidades y competencias en el público, en relación directa con sus necesidades y con las herramientas del diseño⁹⁴.

⁹¹ Moranchel (2017), p. 9.

⁹² Sandí y Bazán (2020), p.359.

⁹³ Carrión; Quispi; Lema; Santorum y Aguilar (2019), p.159.

⁹⁴ Bazan y Sandí (2021), p.22.

Los juegos serios tienden a seguir las directrices de los videojuegos, los que, a su vez, tienen sus referentes en los juegos de mesa o no digitales. Estos últimos, si bien hoy por hoy no resultan atractivos para el público contemporáneo (y es que alejan de su "ocio digital")⁹⁵ no dejan de ser herramientas didácticas importantes. Además, estos últimos tienen una ventaja que el videojuego no posee y es que, el juego no digital, establece en un plano físico y directo las relaciones comunicativas y colaborativas de los usuarios⁹⁶. Este punto es relevante para nuestro estudio, ya que para nosotros la relación directa entre usuarios resulta un tema trascendental a desarrollar con un proyecto interactivo, siguiendo igualmente los objetivos de los juegos de diseño. Por ese motivo nuestro trabajo se enfoca particularmente en el modelo clásico del juego con sus seis características principales:

- Reglas: el juego se sustenta en unas normas específicas.
- Resultados y consecuencias diversas y cuantificables.
- Valoración de los resultados/consecuencias: distintas acciones en un juego pueden tener resultados negativos o positivos.
- Esfuerzo del jugador: el desempeño del jugador incide en los resultados (positivos o negativos)
- Atracción del jugador por el resultado.
- Consecuencias negociables: un mismo juego puede jugarse con o sin consecuencias en la vida real⁹⁷.

Un juego tradicional se define básicamente como un sistema basado en reglas con resultados diversos y cuantificables y en los que los distintos resultados tienen a su vez diferentes valores. En el juego, el jugador se esfuerza para incidir en dicho resultado y se siente atraído emocionalmente por el resultado o las consecuencias de la actividad⁹⁸. Esa misma definición es extrapolable a los videojuegos, pero, a estos últimos se le añade el componente digital. Como nuestro proyecto final busca difundir conocimiento de manera interactiva, respetando al mismo tiempo al grupo objetivo y sus intereses particulares, es que tomamos el modelo de juego y diseño desde una

⁹⁵ Planells (2018), p.424.

⁹⁶ *Ibid*, p.417.

⁹⁷ Aranda, Gómez, Navarro y Planells (2015), pp.23-24.

⁹⁸ Juul (2005), p.36.

mirada tradicional. Del mismo modo incorporamos las características de los juegos actuales que se estructuran sobre la tecnología, el elemento lúdico y la pedagogía para ser atractivos para el público. Tal y como hemos mencionado, el juego resulta ser una estrategia comunicativa interesante que atrae al público y le permite aprender de manera entretenida. Nuestro proyecto busca justamente ser atractivo para el público y es por ese motivo que incluiremos el juego en la propuesta de diseño. Dicha propuesta se estructurará en base al arte de los pueblos indígenas y, en ese mismo sentido, el análisis de sus elementos será imprescindible para la elaboración del proyecto de diseño. El estudio meticuloso de los elementos indígenas se sustentará teóricamente de los signos y la semiótica, materia que presentamos a continuación.

2.4. Semiótica.

La semiótica es la disciplina encargada de estudiar los signos y la transmisión de significados e ideas a las personas con el propósito de facilitar la comunicación, al mismo tiempo, se encarga de analizar los componentes de los significados tales como los signos, iconos, símbolos, íconos y señales.

La importancia del estudio de la semiótica en esta investigación radica especialmente en la comunicación entre individuos y el desarrollo cultural e identitario, que se refiere principalmente a la relación entre un signo y un significado. Y es que, al analizar dichos elementos, es posible transmitir algo más que una representación "pura de la realidad, se convierte un eslabón fortísimo entre los integrantes de una comunidad específica, pues representa no sólo lo obvio, sino que es parte de su identidad, representando los valores, sentimientos e ideas en los que creen"⁹⁹.

Jacob Bañuelos (2006) nos señala que el análisis semiótico de los productos visuales del diseño gráfico permiten comprender, en primer lugar, sus fundamentos y elementos constitutivos a partir de los signos; en segundo lugar, entender el sistema semiótico de significación y comunicación como un proceso constructivo; en tercer lugar, que el sistema semiótico es producto de las comunidades históricas y que son utilizados como

⁹⁹ Correa (2009), p. 15

medio de representación o expresiones de pensamientos; en cuarto lugar están la relación de los signos entre sí y las de estos con el objeto dentro y fuera de un sistema; finalmente, comprender cómo son percibidos los signos y las relaciones semánticas con el intérprete¹⁰⁰.

El autor Claudio Cortés (2012) explica que para el estudio de la semiótica es necesario entender previamente tres condiciones diferentes que se presentan al momento en el que un individuo desea realizar el ejercicio de estudiar una imagen: la primera de ellas es entender una imagen, es decir, interpretar los contenidos formales que dispone la imagen; en segundo lugar está el considerar la tipología de imagen, entendiendo al conjunto de signos como un todo dentro de un espacio semiótico que posibilita el entendimiento; por último está el preguntarse sobre algunas situaciones de importancia, como por ejemplo los códigos que maneja, que nacen desde la perspectiva del lector¹⁰¹.

El sistema semiótico, ligado a la comunicación, se imbrica dentro de un sistema mayor que se refiere a las comunidades que habitan en un momento y lugar determinado de la historia y que se expresan visualmente a través de los signos. Buñuelos nos entrega un análisis detallado de la semiótica y sus productos visuales y nos advierte que el estudio de la semiótica y los signos dependen del análisis de la comunidad en particular que se expresa a través de este sistema. Ahora, para poder estudiar el proceso de significación y comunicación hace falta previamente tener conocimiento del contexto en el que se desenvuelve una comunidad y, una vez definido el ambiente en el que se desenvuelve el sistema semiótico, adentrarse al estudio de la imagen. Para el estudio de la imagen, nos dice Cortés, es importante definir los contenidos formales, la tipología o los códigos y, en definitiva, el signo.

2.4.1. El signo.

El signo es estudiado por la semiótica y se refiere a la representación, acción, fenómeno o sustituto a otro elemento, que está compuesto de un significante y significado y que genera en el receptor una realidad que él mismo interpreta. Umberto

¹⁰⁰ Bañuelos (2006), p. 242.

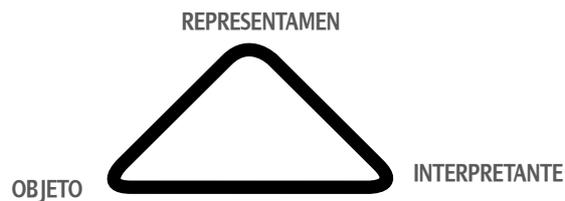
¹⁰¹ Cortés (2012), p. 64.

Eco (1976) explica que sirve para “decir, o para indicar a alguien algo que otro conoce y quiere que lo conozcan los demás también”¹⁰², lo que incluye un proceso de comunicación que podemos observar en el Esquema 7.



Esquema 7. Proceso de comunicación.
Fuente: Eco (1976), p. 21

El signo posee tres componentes: el representamen, el objeto y el interpretante (Esquema 8) los cuales serán descritos a continuación y que fueron entregados por el teórico Peirce (1985):



Esquema 8. Componentes del signo.
Fuente: Peirce (1985)

Representamen: Es cualquier cosa que determina a otra cosa.

Objeto: es aquello representado, indicado o simbolizado en el signo. Siguiendo con el esquema de Peirce, el objeto se puede clasificar del siguiente modo: objeto inmediato y objeto dinámico. El objeto inmediato está presente en el contexto, es el objeto tal como es representado y el objeto dinámico, que es el realmente operante, pero no inmediatamente presente ¹⁰³.

Interpretante: se vincula con los conocimientos que poseen una cultura o persona.

¹⁰² Eco (1976), p. 21.

¹⁰³ Vitale (2004), p.20.

Con esta información es posible clasificar los elementos que componen el patrimonio visual de cada pueblo seleccionado en el proyecto, ya que se distinguen los componentes del signo en cada representación cultural, ya sea tangible (identificable en los objetos domésticos u objetos para rituales de los pueblos) o intangible (en este caso los cuerpos pintados del pueblo Selk'nam, importantes y necesarios en sus celebraciones o rituales).

Como mencionamos al comienzo de este apartado, los signos fueron creados con la finalidad de estar en el lugar de otras cosas, racionalmente significa "un objeto presente se relaciona con otro que está ausente"¹⁰⁴. Esta conexión se da cuando alguien entiende la relación entre objetos. Según Morris (1985) el signo "sólo lo es cuando posea un intérprete que lo juzgue como signo de algo"¹⁰⁵. Un ejemplo de lo indicado lo hallamos con los cuerpos pintados de los Selk'nam, ya que las pinturas o máscaras que eran utilizadas principalmente en los ritos de iniciación o para representar espíritus poderosos, transmitían visualmente una idea que era entendida y compartida por toda la comunidad. A este proceso de creación de significados, es decir, de semiosis o proceso de significación, Charles Morris señala que este involucra cuatro factores que se mezclan recíprocamente: el vehículo signico, el designatum, el interpretante y el intérprete.

En este proceso es importante señalar además que se genera un vínculo entre signos y objetos, a lo que se le denomina dimensión semántica, al mismo tiempo que se va creando un nexo entre signos e intérpretes, denominada pragmática y una relación de signos con signos, la dimensión sintáctica. Lo mencionado puede aplicarse al lenguaje semántico si este es parte del sistema signico y se caracteriza por poseer un "conjunto cualquiera de vehículos signicos intersubjetivos cuyo uso está determinado por reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas"¹⁰⁶.

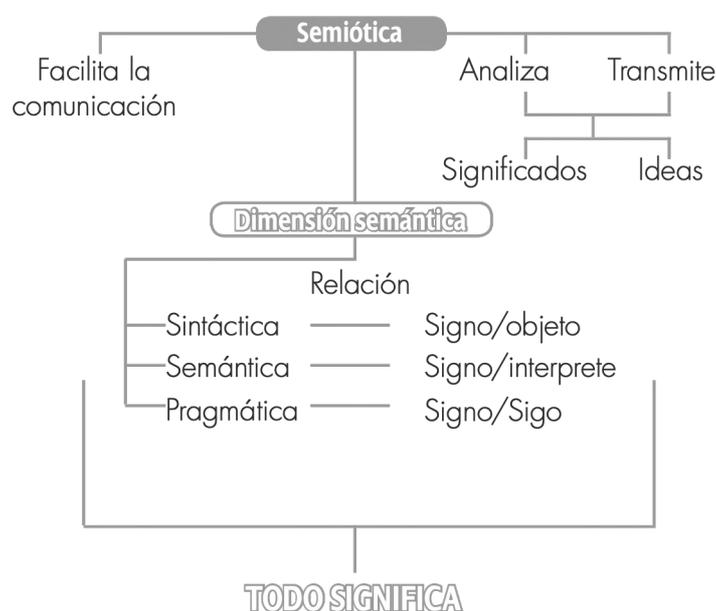
Una vez presentado lo anterior y siguiendo lo señalado por Joan Costa (2003) con la frase "todo significa", hay que entender que el significado, desde el punto de vista de

¹⁰⁴ Zecchetto (2002), p.75.

¹⁰⁵ *Ibid*, p.10.

¹⁰⁶ Morris (1985), pp.75-76.

la semiótica, es una producción “relativamente autónoma del individuo ante los estímulos de su entorno sensible, donde los estímulos naturales se mezclan con los estímulos artificiales. Todo significa potencialmente para el individuo. Incluso lo que no significa, significa que no significa”¹⁰⁷. La difusión de mensajes en un receptor es compleja, pero a la vez enriquecedora, ya que cada individuo puede entender de diversas maneras la información con distintos significados. Para trabajar un tema patrimonial, es importante, por lo tanto, que los mensajes presentados sean trabajados en conjunto con el usuario, también analizados y testados antes de ser emitidos, de esta manera nos aseguramos de generar un significado global y sin ambigüedades. Resumimos la información gráficamente en el Esquema 9.



Esquema 9. Semiótica.

Fuente: Diagrama elaborado a partir de la información de Zecheto (2002), Morris (1985) y Costa (2003).

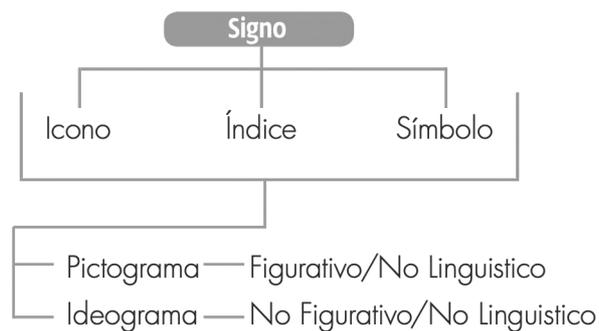
2.4.1.1. Tipos de signo.

Umberto Eco (1976), analizando el punto de vista de Peirce, identifica tres clases primordiales de signo (ver Esquema 10). El primero de ellos es el ícono, que corresponde a un signo que tiene conexión física con el objeto de que indica, como, por ejemplo, un dibujo o una fotografía. Los iconos se manifiestan dependiendo de

¹⁰⁷ Costa (2003), p.52.

cada cultura para reconocer un concepto u objeto. En segundo lugar, se encuentra el índice, que tiene una conexión causal con los objetos representados, es un signo que asume algo que aún no se ve, por ejemplo: humo nos puede indicar que significa fuego. En tercer lugar, está el símbolo, su vínculo con el objeto es definido por una ley, que puede ser, por ejemplo, el signo lingüístico. Este tipo de signo tiene significados arbitrarios que se basan en acuerdos sociales. Un ejemplo de símbolo es la paloma que se ha definido como símbolo de paz¹⁰⁸.

Cada cultura posee distintas formas y significados que son interpretados por los integrantes de cada comunidad y pueden ser totalmente desconocidas para otras, un ejemplo de esto se observa en el estudio de los pueblos indígenas de Chile, ya que cada uno de ellos posee diversos íconos y símbolos, irreconocibles para otros pueblos y para muchos de los chilenos que habitan en un mismo territorio.



Esquema 10. El signo.
Fuente: Diagrama elaborado a partir de la información de Eco (1976).

Además de la clasificación de signos presentadas existen otros tipos, tales como el pictograma, el ideograma, el logograma y fonograma. En esta investigación analizamos especialmente dos de ellos para la reactualización de los diseños indígenas chilenos. El primero es el pictograma, que es un signo figurativo, no lingüístico, y que representa de forma clara un objeto, concepto o figura. Se puede interpretar sin palabras, por esta razón sobrepasa las barreras del idioma. Su función principal es comunicar y debido a esto elimina elementos innecesarios para su

¹⁰⁸ Eco (1976), p. 27.

comprensión. El segundo signo es el ideograma, que representa una idea y que tiene como característica principal el ser esquemático y no lingüístico. En otras palabras, no incorpora palabras para mostrar lo que se quiere expresar, ya que las representa de forma completa (no usa sílabas) y también puede representar un concepto. A diferencia del pictograma, el ideograma no es figurativo, es una comunicación en base a símbolos y tiene como particularidad la economía a la hora de dibujarlos y rapidez al momento de percibirlos. Para graficar lo anterior tomamos el ejemplo de la palabra “descansar” en chino que está compuesta por dos caracteres: el carácter pictográfico 木 (mù; madera) que se combina con el radical 亻 (rén; persona radical) para crear 休 (xiū; descansar). Las ideas anteriores se pueden representar como una persona descansando bajo la sombra de un árbol ¹⁰⁹.

La investigación enfrenta el desafío de recontextualizar el arte de los pueblos indígenas, analizando los existentes y reestructurándolos con herramientas propias del diseño gráfico para así dar a conocer el resultado al usuario. Lo complejo de ese propósito es que las piezas de diseño no deben ser totalmente alteradas, es decir, deben mantener la forma de los signos originales para enseñarlos a un grupo que los desconoce, pero que necesita reconocerlos. En ese sentido, el análisis y clasificación de los signos es crucial para alcanzar el objetivo mencionado, ya que la correcta manipulación del arte indígena permitirá a la larga que el usuario consiga identificarlos y, de este modo, despertar también el interés por estos. Una vez analizado cada signo, con el respaldo teórico que presentamos, se modificarán los elementos estructurales con conceptos contemporáneos para hacerlos atractivos al receptor para que, entonces, se conecten con este. Con la ayuda de los signos y su comprensión se evaluará igualmente la manera idónea en la que el receptor se relacione a través de una estrategia de diseño, espacio en el que el público sería capaz de interpretar correctamente los mensajes creados con símbolos de los pueblos indígenas. Esta estrategia permitirá finalmente que se diferencie el significado inicial del nuevo asignado a cada diseño, para que los símbolos renueven su valor patrimonial.

¹⁰⁹ Yeromiyán, (2022).

2.4.2. Percepción.

En el mundo del diseño, las percepciones que puedan tener las personas pertenecientes a determinado grupo objetivo respecto de un determinado proyecto son esenciales para poder conocer el impacto en el receptor. Es por eso por lo que el diseño posee herramientas que dan a conocer esta información, a través del mundo estético, y que contribuyen a la comprensión y construcción de mundos por medio de representaciones del usuario de hechos reales. De esta manera se establecen formas simbólicas que, unidas a una dimensión estética, generan significados. Tal y como señalan los autores Jordi Alberich, Alba Ferrer y David Gómez, en el mundo del diseño es imprescindible estudiar la relevancia de la percepción, ya que quienes se vinculan con el proceso de la creación gráfica

sacarán partido de tener claros los conceptos clave sobre la percepción visual. Pero es recomendable que lo sumen a un conocimiento de la tradición gráfica, los códigos visuales compartidos y las corrientes de expresión gráfica. No se trata solamente de un conocimiento teórico. Es necesaria una experimentación gráfica continuada para adquirir cierta facilidad de comunicación a través del lenguaje visual¹¹⁰.

Percepción se refiere a la impresión hecha a los sentidos por algún elemento exterior. Hay distintos tipos de percepciones: visuales, auditivas, olfativas, táctiles, gustativas, entre otras, y para poder entender el proceso de la percepción es necesario prestar atención al estímulo recibido. Estos se asimilan gracias a los sentidos y se procesan en el cerebro emitiendo mensajes a través del sistema nervioso¹¹¹.

Una particularidad de la percepción es que es subjetiva y cambia dependiendo de cada individuo. Además, es el proceso mental de la interpretación donde estos entienden la realidad física del entorno. Lo anterior depende de los datos almacenados en la conciencia de cada quién e influyen otros factores como las necesidades y motivaciones de cada uno. Cada individuo puede cambiar su percepción sobre lo que ya conoce, por lo que es importante considerar otra

¹¹⁰ Alberich, Ferrer y Gómez (s.f.), p. 33.

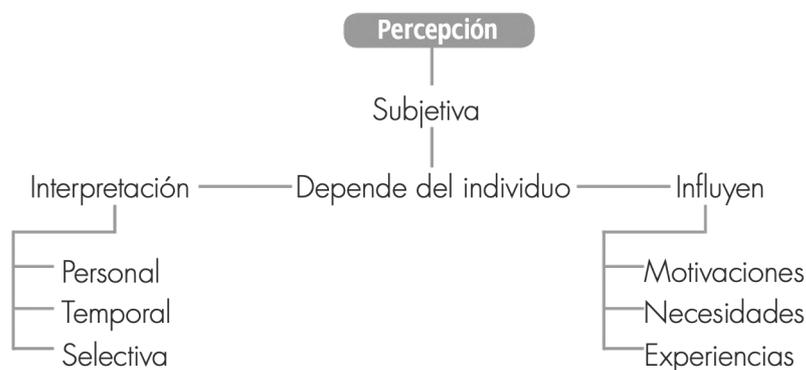
¹¹¹ Sánchez y Mejía (2005), p.4.

característica de la percepción, es decir, que es temporal. Es por ese motivo que en el proceso cognitivo tiene un papel importante también la experiencia previa del usuario, su sustrato cultural y los prejuicios del cerebro respecto a la información visual¹¹².

Lo anteriormente descrito se puede complementar con otra característica de la percepción, y es que es una actividad activa y organizadora, es decir, los seres humanos

no esperamos pasivamente a que un estímulo llegue al ojo, vamos a buscarlo y lo procesamos. A partir de la experiencia visual nuestro cerebro construye rápidamente conceptos perceptuales que nos permiten aprehender -llegar a reconocer, formarnos un modelo propio- lo que vemos¹¹³.

Para llevar a cabo el proceso de la percepción es necesario un flujo de información constante, de esta manera es recibido por los sentidos logrando estimular los sentidos para interpretar la realidad y así darle significado a lo que nos rodea. La percepción además es selectiva, significa que no todas las sensaciones son recibidas en un campo perceptual que depende del estado de concentración o del interés que se ponga en cada situación. Resumimos información gráficamente en el Esquema 11.



Esquema 11. Percepción.

Fuente: Diagrama elaborado a partir de la información de Alberich; Ferrer y Gómez (s.f.)

El autor Gilberto Oviedo (2004) nos habla también de la importancia de la percepción, entendiéndola como un proceso de organización psíquica y no como el

¹¹² Alberich, Ferrer y Gómez (s.f.), p. 33.

¹¹³ *Ibid*, p. 34.

resultado de la recepción y acumulación de impresiones producidas por el mundo que nos rodea. Esta afirmación se basa en la psicología de la Gestalt, corriente de la psicología moderna surgida en Alemania a principios del siglo XX, que intentó demostrar que la actividad perceptual no era un proceso causal¹¹⁴. La corriente mencionada señala además que el proceso perceptivo forma las representaciones mentales y que la mente se guía de ciertos criterio o categorías para ir estructurando los datos recopilados de la experiencia. En ese aspecto, dichas categorías “no están sometidas al influjo de los aprendizajes y, por el contrario, las experiencias y los datos obtenidos son sometidos a su forma particular de organizarlos”¹¹⁵. Esta organización se lleva a cabo armónicamente gracias a la previa agrupación y selección de la información considerada como relevante para producir las representaciones mentales.

Existen diversos tipos de percepción, entre ellos destacan, por ejemplo, la percepción del movimiento, la visual, de la forma y del color. En este proyecto en particular se pondrá especial atención a la percepción visual, la que tiene por objetivo principal la búsqueda del significado y su comunicación. Su función es entregar información del medio con tal de asegurar la subsistencia dentro de un entorno o contexto. En ese aspecto, hay que considerar que el ser humano es fundamentalmente visual, es decir, “es fácil entender la fuerza que los mensajes visuales pueden tener, aunque su contenido no sea importante: es el canal lo que concede la potencia”¹¹⁶. Por este motivo el contenido de los mensajes visuales posee gran importancia, lo que conlleva a que la percepción se transforme en un elemento fundamental dentro del entendimiento del medio, ya que, como señala Camusso (2012), toda forma genera una respuesta, sea ésta cognitiva o emocional. En este proyecto se debe considerar el valor de los significados presentados, lo cuales están presentes en los elementos escogidos para la creación de los diseños, y, por tanto, no solamente se debe considerar la apariencia estética o la forma en la que se organizan los elementos. A esto se le denomina función significativa y es un elemento primordial en el proceso perceptivo.

¹¹⁴ Oviedo (2004), p. 90.

¹¹⁵ *Ibid*, p. 91.

¹¹⁶ Camusso (2012), p.13.

La selección de los componentes resulta también primordial porque “determina en gran medida el aspecto semántico del diseño”¹¹⁷ y, por lo tanto, debe estar relacionada directamente con el tema del mensaje. Además, es necesario añadir que la organización de estos ya que sus elementos favorecen la comprensión y procesamiento del mensaje por parte del receptor. Para que la recepción del mensaje se logre como el emisor desea es importante que el mensaje y el medio cumplan también con determinadas características que faciliten la transmisión de una idea, como, por ejemplo, que el mensaje sea claro y el medio expedito. En lo que se refiere a la recepción e interpretación de un mensaje, hay que entender también que este proceso comprende dos niveles: el nivel denotado y el nivel connotado y que, para que la idea del emisor se transmita lo más objetivamente posible, el mensaje y el medio deben facilitar esta comunicación. Tal y como mencionamos hay que considerar que la interpretación de un mensaje comprende dos niveles: el nivel denotado y el nivel connotado. Mientras que la denotación representa aspectos “relativamente objetivos de un mensaje, constituidos por elementos de carácter descriptivo o representacionales de una imagen o de un texto, la connotación representa aspectos relativamente subjetivos de un mensaje, y tiene capital importancia”¹¹⁸. Un mensaje denotado es más controlable y objetivo, mientras que en el mensaje connotado existe mayor participación del receptor, por lo tanto, son más variados y pueden poseer distintos significados.

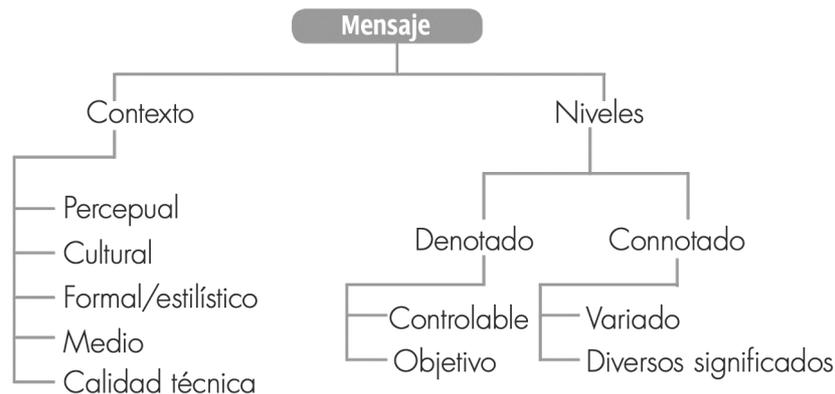
Ningún mensaje acontece externamente de un contexto. Éste posee un gran valor dentro del proceso de la elaboración de un significado. Según lo descrito en *Comunicación visual gráfica* de Camusso, Gastaldo, Marchetti, Menendez y Provesal¹¹⁹, este concepto se divide en distintos criterios: el primero de ellos es el contexto perceptual, que corresponde al medio visual en el que se presenta el mensaje; el contexto cultural, que se refiere al medio cultural del público receptor, sus valores y costumbres, sus códigos y actitudes; contexto de origen, formado por los otros mensajes producidos por el mismo emisor; contexto de clase, creado por los mensajes de la misma clase y posiblemente generados por diferentes emisores. Cada uno de

¹¹⁷ *Ibid*, p.14

¹¹⁸ *Ibid*, p.15.

¹¹⁹ *Ibid*, p.16.

estos grupos constituye una clase: contexto formal/ estilístico (estético) que es formado por el estilo visual de las comunicaciones gráficas. Podemos encontrar también en otros contextos, como es de medio, creado por el medio de comunicación (canal); el contexto de calidad técnica, creado por el desarrollo técnico de los diferentes niveles del mensaje en comparación con similares niveles en otros mensajes y, finalmente, el contexto de lenguaje, que está formado por el lenguaje cotidiano y escrito. Podemos observar la información en el Esquema 12.



Esquema 12. El mensaje.

Fuente: Diagrama elaborado a partir de la información de Camusso (2012).

Dentro los mensajes entregados en la practica de diseño de la investigación, todos estos contextos influyen y además intervienen en el proceso de interpretación. En el caso particular nuestro proyecto, es preciso considerar que, en el proceso de la comunicación, es el receptor quien constituye el significado al participar en el recibimiento de los mensajes que entreguemos. En la comunicación gráfica, el proceso de facilitar o dificultar de recepción de un mensaje se basa en el receptor, quién acepta o refuta los mensajes, haciendo que la comunicación sea efectiva, o no. La comunicación posee procesos emotivos y cognitivos, que en esta investigación consideramos con gran magnitud para la creación del proyecto que incluye un soporte que entrega diferentes mensajes visuales. El punto atractivo o estético también es parte de estos procesos, por lo tanto, amerita ser tratado por separado.

Siguiendo el punto anterior, hay que señalar que el mensaje entregado debemos realizarlo de forma clara, para que la apreciación del grupo objetivo sea correcta. Por lo tanto, es importante considerar todas las potenciales perspectivas que se le

puede otorgar a una determinada información descrita percibida por el receptor. De esta manera entregar un nuevo conocimiento crea también nuevas versiones de mundo a través de la participación del usuario.

CAPÍTULO 3

REFERENTES DE LA PRÁCTICA DE DISEÑO

†|||‡|||†|||‡|||‡|||‡||| ‡|||
‡||| ‡|||†|||‡|||‡|||‡|||
‡||| ‡|||‡|||‡|||‡|||‡|||

3. Referentes de la práctica de diseño.

Anteriormente hemos presentado los antecedentes de la investigación en un trabajo estructurado como una investigación a través del diseño. En ese sentido, exponemos a continuación los referentes relacionados con el proyecto de diseño: los de diseño participativo y museos interactivos, la ecuación experiencial, el rescate identitario, y la creación de signos. Todo esto con el objetivo de realizar un proyecto que incluya al usuario a la hora de dar a conocer la información que queremos entregar. Al mismo tiempo, como ya hemos mencionado durante toda la investigación, estamos enfocados en el rescate del patrimonio indígena de Chile, por esta razón revisamos proyectos que se dedican a recontextualizar parte de la herencia patrimonial de diferentes comunidades y no solamente chilenas. Además, nuestra investigación, al estar relacionada con el arte indígena, que mayoritariamente expone símbolos, también incluimos referentes que nos dan una idea de cómo crear nuevos signos.

3.1. Referentes de rescate identitario.

Los referentes de la investigación fueron escogidos en función de las similitudes que se pueden apreciar en el contenido del material que difunden, es decir, los trabajos que buscan promover la cultura local o identidad de pueblos originarios, en este caso de Latinoamérica, para que se conozca y se valore, tanto a nivel continental como en el extranjero. Para encontrarlos utilizamos criterios de la búsqueda definidos en la web, bibliotecas y en bases de datos, relacionando algunas palabras claves como las siguientes: diseño gráfico e identidad cultural, rescate identitario, diseño Chile, diseño América latina, diseño y cultura, gráfica patrimonial, arte indígena y diseño. Otros referentes fueron seleccionados por la manera original de exponer sus trabajos, ya que los diferentes mecanismos se consideraron interesantes y provechosos como modelo a seguir para este proyecto. En algunos de ellos el análisis se acentuó en la gráfica, en el rediseño del arte indígena o en que el objetivo fundamental de captar la atención de un público con herramientas didácticas, colores, sonidos, escenarios y formas.

3.1.1. Referentes chilenos de rescate identitario.

En lo que se refiere al aporte de esta investigación en particular y, en relación con el contenido que otros autores han propuesto en la materia, es que el estudio pretende contribuir al fortalecimiento del campo de la investigación en diseño con una propuesta inédita que relaciona el legado cultural de los pueblos indígenas chilenos y el ámbito específico del diseño gráfico. Si bien en Latinoamérica es posible hallar trabajos que se refieren al tema de los pueblos indígenas y el diseño, para el caso específico de Chile, aún continúa siendo un campo todavía muy amplio por explorar y desarrollar, ya que, si bien el arte de los Mapuches, Diaguitas, Selk'nam y Rapanui es basto, aún existe un escaso desarrollo de los estudios de la temática indicada. Lo anterior se ve reflejado a nivel cuantitativo en la poca producción de investigación y publicaciones científicas del mismo. Respecto a este último punto resaltamos igualmente al autor chileno Jaime Ramírez Cotal (2010) que investiga el diseño intercultural desde la fotografía documental a través de "Porfía del Sur", una presentación que busca difundir la etnia Lafkenches de Chile. Ramírez relaciona la fotografía con el diseño gráfico como una herramienta de comunicación visual en el ámbito de la comunicación informativa y persuasiva para representar al diseñador como un comunicador visual externo que es capaz de trabajar con un grupo cultural distinto al propio¹²⁰.

Actualmente los proyectos chilenos que relacionan el arte indígena y el diseño están enfocados fundamentalmente en la confección artesanal. En ese sentido destacamos, por ejemplo, los siguientes casos de análisis: "Malí" de Silvestre (2013) que representa luminarias en cerámica pintadas a mano inspiradas en la artesanía de Quinchamalí de Chile (Figura 29); "Lof" de Murtagh (2013) que crea cántaros blancos de cerámica en los que se vincula el diseño contemporáneo y las técnicas mapuches (Figura 30); y "Onitas" de Soto (2008) que confecciona muñecos inspirados en los pueblos originarios, la cultura e historia de Chile (Figura 31).

¹²⁰ Para más información véase Ramírez, Jaime (2010). Aproximación al diseño intercultural desde la fotografía documental. El caso Porfía del Sur. *Congreso Latinoamericano de Diseño Universidad de Palermo*, (5), 227-228.



Figura 29. Luminarias inspiradas en la artesanía de Quinchamáli.
Fuente: Silvestre (2013).



Figura 30. Cerámica que une el diseño contemporáneo y las técnicas mapuches.
Fuente: Revista Paula (2013).



Figura 31. Peluches “Onitas” inspirados en los Selk’nam.
Fuente: Onitas (2021).

Si bien en Chile no se han desarrollado hasta la fecha cuantiosas propuestas que analicen específicamente el arte de los pueblos indígenas y su actualización con herramientas del diseño gráfico, tal y como hemos indicado anteriormente, esto sí se ha realizado en otro país de América del Sur y es por este motivo que los referentes remiten a casos externos. El primer caso lo encontramos en Ecuador, en donde destacamos dos estudios que hicieron un proceso similar de actualización de los diseños para hacer atractivo un tipo de arte dirigido a un público contemporáneo, nos referimos, por un lado, al arte de los pueblos andinos y, por otro, al arte de la iconografía religiosa.

3.1.2. Referentes Latinoamericanos sobre rescate identitario.

Caso 1: Aproximación a un proyecto social andino.

Un proyecto de Vanessa Zúñiga Tinizaray que se refiere al arte de los pueblos andinos es y se titula “Aproximación a un proyecto social andino”¹²¹. Este tiene por objetivo

¹²¹ Para más información véase Zúñiga, Vanessa (2006). *Aproximación a un vocabulario visual básico andino*. Universidad de Palermo (Tesis de máster).

principal contribuir a la construcción de la identidad ecuatoriana y desarrollar una actualización de dibujos icónicos indígenas de la cultura Andina (ver Figura 32), principalmente de las piezas arqueológicas de Cuenca y Loja. Esta actualización lo que busca es aportar visualmente a la historia de estas localidades a través de la revisión de la forma y significado de los diseños andinos para acercar al público a su cosmovisión. Una de las ideas que impulsa la creación de esta investigación es el observar los efectos que ha causado en la cultura autóctona el proceso de aculturación que influye, con diversas tendencias extranjeras, las características propias de Ecuador. El observar el menoscabo de la identidad propia del lugar al extenderse rápida y generalizadamente la influencia foránea, los autores sienten que es necesario fortalecer el área visual con elementos propios del país y, de este modo, optan por recontextualizar los diseños andinos en el presente para que así, las personas contemporáneas, puedan apropiarse de un elemento que forma parte de la cultura y patrimonio de ese sector.

La metodología del estudio "Aproximación a un proyecto social andino" se basa en el Interaccionismo Simbólico de Herbert Blumer (sociólogo y psicólogo estadounidense que formuló la teoría base del interaccionismo simbólico) y este consta de tres etapas principales:

La primera de las etapas se refiere al conocimiento del contexto en que se desarrollaron las culturas estudiadas y se recolectan los datos sobre la historia de los pueblos encontradas principalmente en libros, documentos y en entrevistas con antropólogos. La segunda etapa es la del lenguaje como vehículo privilegiado de la interacción social. Para el estudio del lenguaje se analizan autores como el lingüista, semiólogo y filósofo suizo Ferdinand de Saussure y del filósofo, lógico y científico estadounidense Charles Peirce y, para informarse específicamente sobre el lenguaje precolombino andino, se analizan autores Latinoamericanos como el catedrático Carlos Milla Villena, el investigador especializado en semiótica Andina Zadir Milla Euribe y del docente y promotor de las culturas andinas Javier Lajo. También para esta fase se realizan entrevistas con investigadores de simbología. La tercera y última etapa se relaciona con la acción recíproca entre la cosmovisión, las relaciones entre sujetos

y las experiencias. Para abordarla correctamente los autores realizan entrevistas a antropólogos, en las que destaca especialmente la del antropólogo Peter Wild sobre la cosmovisión chamánica del mundo andino.

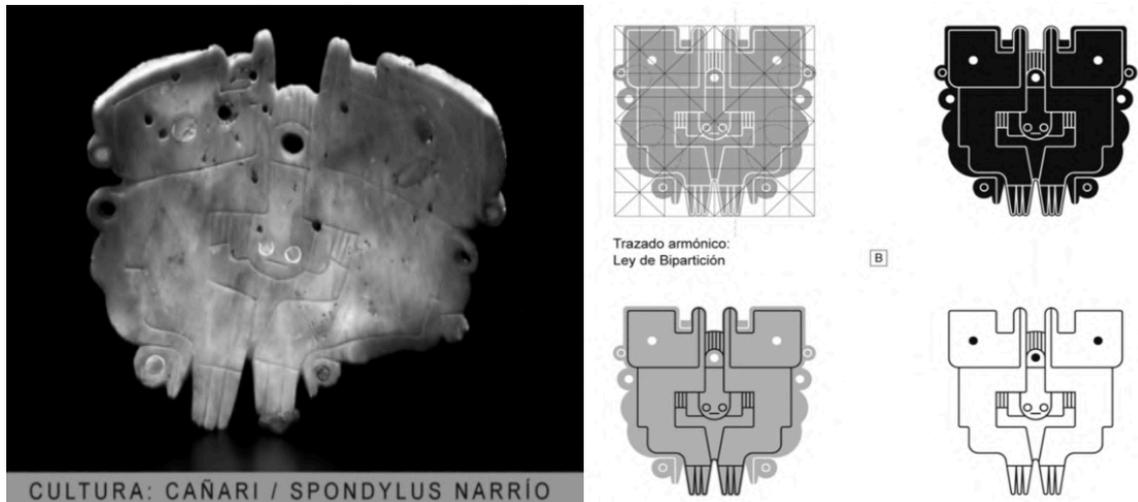


Figura 32. Ejemplo de actualización de diseños indígenas.
Fuente: Zúñiga, (2006), p.101.

Una característica que destaca en este estudio es que, al ser un tema poco desarrollado en el área del diseño, pretende ser una herramienta guía para futuras investigaciones, actividades o diseños relacionados con el tema indígena. En lo que se refiere específicamente con la investigación del rescate del patrimonio visual de los indígenas chilenos, podemos evidenciar una similitud destacada en la manera de llevar a cabo el proyecto en general y nos referimos a la multiculturalidad. Tal y como hemos presentado, tanto el estudio ecuatoriano como el nuestro, asumen desde el comienzo que es imposible llevar a cabo un proyecto cultural sin la ayuda de otras disciplinas. Tanto el referente como la investigación que estamos realizando tienen por objetivo dar a conocer visualmente una parte importante del pasado histórico que no ha sido demasiado extendido o que derechamente existe nulo conocimiento en los usuarios de hoy en día. Por lo tanto, el reforzar la identidad cultural a través de la recomposición del legado de los antepasados para un usuario del presente y también para los del futuro, se puede crear un fructífero intercambio cultural.

Caso 2: La modernización iconográfica religiosa dentro de un modelo de emprendimiento.

El proyecto relacionado con el arte de la iconografía religiosa de los autores Estíbaliz Vélez, Liceth Briceño y Edwin Chuico lleva como título “La modernización iconográfica religiosa dentro de un modelo de emprendimiento”¹²². Este se sitúa en la ciudad de Loja de Ecuador y busca que un público contemporáneo se identifique con los elementos visuales de sus ancestros tras el análisis de imágenes religiosas y un estudio iconográfico. Con herramientas del diseño gráfico actualizan estos diseños para acercarlos culturalmente a un público moderno y así logran ponerlos a la venta como souvenirs (ver Figura 33).

El proceso de diseño comienza justamente con el estudio iconográfico, estudio que se complementa también con el de mercado, ya que uno de los propósitos de este proyecto es justamente la comercialización de los diseños. Los investigadores exploran estratégicamente los lugares principales de venta de souvenirs religiosos, basándose en su popularidad de ventas y en la cantidad de personas que concurren a esos sitios. La siguiente etapa es la de analizar los objetos e imágenes que muestran los objetos más vendidos en las ferias, el tipo de soporte, la materialidad y el método de trabajo que se usa. En esta fase logran determinar cuál es el icono más representativo, en este caso, la Virgen de El Cisne. Una vez identificada la figura igualmente investigan cuáles son los artículos más adquiridos por los consumidores, es decir, llaveros y decoraciones para automóviles. En esta parte del proyecto se observa además que los objetos tradicionales y modernos se escogen de manera equivalente, por lo que se localiza una oportunidad para desarrollar una mezcla entre ambos y se crea un nuevo segmento de mercado que apunta hacia diseños modernos de las representaciones iconográficas. Conjuntamente desarrollan un *brief* o listado de preguntas para comenzar a crear los nuevos diseños y escogen las herramientas principales para llevarlos a cabo, como el dibujo vectorial y la pintura digital.

¹²² Para más información véase Briceño, Liceth; Chuico, Edwin y Vélez, Estíbaliz (2021). La modernización iconográfica religiosa dentro de un modelo de emprendimiento. *Grafica*, 9, (17), 47-55.

Diseño original: Virgen de El Cisne, representación gráfica del siglo XIX



Rediseño del ícono religioso



Figura 33. Ilustraciones resultantes del rediseño iconográfico de la Virgen El Cisne.
Fuente: Briceño, Chuico y Vélez (2021), p. 4.

En este proyecto también se investigan las tendencias de diseño relacionadas con la artesanía contemporánea para incorporar estilos modernos cercanos al público, inspiradas en series animadas, colores llamativos, ilustración infanto-juvenil, en la síntesis de formas y todo bajo criterios compositivos como lo son la abstracción, la Gestalt, los principios de simetría y los niveles de iconicidad. Lo anterior para rediseñar y presentar los iconos tradicionales más característicos de manera cercana a un usuario contemporáneo, con el propósito de que, quien obtiene los *suvenires*, los sienta propios y cercanos dada la proximidad con sus gustos e intereses. Este mismo objetivo es el que persigue justamente nuestra investigación, acercar el arte actualizado de los pueblos indígenas de Chile a un público actual para que este sienta proximidad y despierte en ellos el deseo de conocer no solamente el arte, sino también todos los elementos culturales de sus antepasados. La diferencia principal con el proyecto que presentamos radica especialmente en la comercialización, ya que el resultado final no pretende alcanzar este fin.

En los proyectos mencionados podemos encontrar similitudes con los objetivos de nuestra investigación, como el de dar a conocer parte del legado que han dejado los antepasados a públicos de diferentes países (en estos casos ambos de América Latina). En los dos referentes intervienen, a través del diseño gráfico, diseños existentes con gran valor patrimonial y que además son visualmente atractivos, pero que no son tomados en cuenta por la poca difusión de estos, pues no se adecuan al estilo de un público contemporáneo. A pesar de que estos referentes actualizan los diseños, cambiando algunos elementos gráficos como la línea o el color, no pierden sus particularidades esenciales en cuanto a su morfología. De esta manera, el patrimonio no se elimina, de hecho, el legado entregado por antepasados es más visualizado, puesto que se da a conocer a una mayor cantidad de público que lo valora a pesar de su desconocimiento. Estas modificaciones del diseño original están orientadas a llamar la atención de un público contemporáneo y, al mismo tiempo, rescatar parte de la identidad de manera más cercana al usuario, objetivo que también posee nuestra investigación.

Al analizar estos dos referentes nos dimos cuenta de que la idea de actualizar diseños ya ha dado buenos resultados en otros contextos, momentos y lugares, situación que nos impulsa a continuar con nuestra investigación. Adicionalmente, revisamos proyectos que rescatan la identidad de distintos sectores para entregar valor a la cultura que se está perdiendo, en un determinado escenario, o para presentar elementos gráficos ya existentes de alguna cultura y que son exhibidos a través de elementos sintácticos.

3.1.3. Más referentes sobre rescate identitario.

Crónicas visuales del Abya Yala.

Crónicas visuales del Abya Yala¹²³ es un libro que exhibe diseños basados en signos visuales de la cultura tradicional ecuatoriana (ver figura 34). Dichos diseños cuentan con módulos, ilustraciones y tipografías que nacieron en base a la experimentación gráfica. Es un proyecto que busca rescatar y enriquecer la identidad visual ecuatoriana con cada

¹²³ Para más información véase Zúñiga, Vanessa (2014). *Crónicas Visuales de Abya Yala*. Ecuador: Amuki Studio.

uno de los diseños que se contextualizan con elementos propios del presente, para hacerlos aún más representativos para un público contemporáneo. La manera de presentar los dibujos indígenas es la que nos interesa para nuestro proyecto en particular, ya que capta lo esencial del patrimonio artístico para mostrarlo de una manera más atractiva. La solución visual da a conocer la gran diversidad de elementos gráficos que pueden resultar al recontextualizar los diseños ya existentes de diferentes culturas originarias.



Figura 34. Detalles de la portada del libro *Crónicas visuales del Abya Yala*.
Fuente: Zúñiga (2014).

Escudos de América Latina.

Escudos de América Latina¹²⁴ es un proyecto que expone y al mismo tiempo rescata los diseños de los escudos de los países de América Latina (ver ejemplos en la Figura 35). En éste se muestran los elementos que componen a cada uno de los escudos y los que se comparten entre ellos, dando a conocer su vínculo histórico y cultural. El proyecto actualiza los diferentes escudos nacionales a través de una misma línea gráfica y a pasear de que los originales son completamente diferentes. Esta particularidad nos resulta interesante, porque nuestro estudio posee diferentes estilos visuales y

¹²⁴ Para más información véase Royale Studios (2016). *Escudos de América Latina*. Recuperado de https://www.behance.net/gallery/35041169/Escudos-de-Amrica-Latina?fbclid=IwAR2ZfNM_xAOiXxKjixEKm-OdhuXOk9wstFoNfM8F-ZMk4sidssZwWd6chO

precisamente tenemos como objetivo crear un diseño con una línea gráfica uniforme. Por lo tanto, este modelo de trabajo nos da una idea de cómo hacer posible el propósito expuesto. Principalmente, notamos que en nuestro caso debemos examinar los elementos más característicos de cada representación artística para hacerlos reconocibles al momento de actualizar los originales.



Figura 35. Rediseño de los Escudos de México, Puerto Rico y Chile.
Fuente: Royale Studios (2016)

La ruta del Guarapo.

La ruta del Guarapo¹²⁵, proyecto editorial que muestra la realidad de Popayán, ciudad de Colombia, desde un punto de vista crítico y reflexivo. Reúne ilustraciones en un soporte editorial y se muestra el ambiente de las diferentes tradiciones culturales de la localidad, dando a conocer el diario vivir de los diferentes sectores populares y rurales (Figura 36). Este soporte nos muestra que el usar diseños aparentemente realizados de manera tradicional (nos referimos específicamente a diseños escritos o dibujados a lápiz sobre papel) es una forma de acercar e informar la cultura. Además, para exponer lo que son las tradiciones se usan elementos cotidianos, lo que nos enseña también que

¹²⁵ Para más información véase Bazaga, Rossana (2017). *El diseño gráfico como divulgador del patrimonio cultural. Exposición de casos*. XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo - VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural.

esto es fundamental como estrategia a desarrollar nuestra estrategia comunicativa del proyecto.

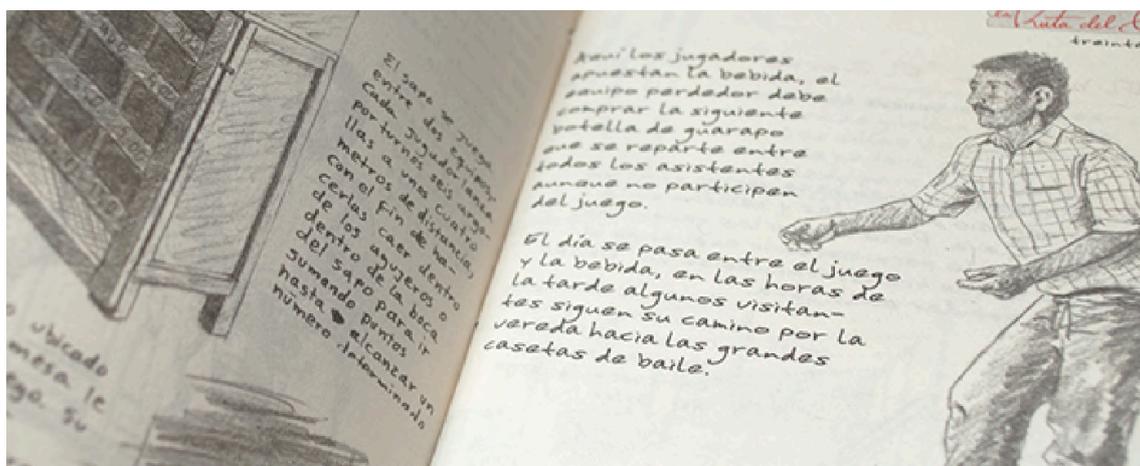


Figura 36. Interior del libro del proyecto editorial "La ruta del Guarapo".
Fuente Bazaga (2017), p.11.

Cólate, valora tu identidad.

Cólate, valora tu identidad¹²⁶ es un proyecto que expone las características esenciales de la ciudad de Cuenca, Ecuador. Los diseños tienen por objetivo que se reconozca la ciudad. De este modo, se fomenta la identidad y el sentido de pertenencia de los ciudadanos. Hemos observado que impulsar la identidad a través de ilustraciones, enfocadas principalmente en los jóvenes es una estrategia recurrente en estos referentes (ver Figura 37). Lo anterior porque es importante utilizar herramientas contemporáneas para atraer al público. Para esto, en Cólate, han desarrollado soportes con una gráfica de estilo informal, con un trazo bien marcado y al mismo tiempo relajado que perceptivamente parece más dinámico. Estos dibujos nos sirven de ejemplo al mismo tiempo por la manera de acercar lo moderno y lo tradicional.

¹²⁶ Para más información Ortiz, Roberto (2011). *Cólate. Valora tu identidad*. Ecuador. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/2124734/COLATE>



Figura 37. Diseños de algunas de las ilustraciones del proyecto Cólata.
Fuente: The roboto (2011).

Los referentes expuestos nos enseñan diferentes maneras de presentar parte de la identidad de diferentes culturas a través del diseño gráfico. Las distintas expresiones reconstruyen el pasado o presentan la identidad de un grupo, fortaleciendo la memoria colectiva a través de elementos contemporáneos. Esto se consigue recontextualizando elementos visuales ya existentes y demostrando al mismo tiempo que es posible obtener una gran variedad de elementos visuales al experimentar con ellos. De esta manera, al llegar a un público que lo desconoce, van otorgando valor al legado cultural que es amenazado con el olvido a través del tiempo, siendo propenso incluso a desaparecer si no es por el reconocimiento que podemos entregarle en la actualidad.

3.2. Casos de diseño participativo.

El diseño participativo es necesario para estructurar el proyecto de diseño por eso estudiamos casos que se guían por ese mismo proceso, los cuales, desde sus propias experiencias, diseñaron o se basaron en otras metodologías para realizar la investigación. Estos casos serán presentados a continuación y se refieren a diseño participativo e instancias interactivas.

3.2.1. Caso 1: Transformando el futuro: Investigación del patrimonio cultural y el futuro.

Este proyecto, "Transformando el futuro"¹²⁷, tiene por objetivo principal encontrar supuestos anticipatorios observables para aprender más sobre el futuro que tendrá el patrimonio cultural a través de un proceso con resultados altamente adaptables y fáciles de adecuar en una gama de contextos, y que, además, involucre a diversos participantes, recursos y temas. El estudio entrega mucho realce a la novedad, sobre la cual es importante experimentar con diferentes diseños y testeos, para así implementar la evidencia de los procesos con el fin de "usar el futuro". Para alcanzar el objetivo propuesto es que trabaja en la construcción de redes y comunidades utilizando la innovación para enfrentar los desafíos que posee la humanidad acerca de la sostenibilidad, la equidad y la paz, además de proporcionar una fuente sostenible para una "vida mejor en el futuro".

Lo particular de este proyecto es que, al igual que en esta memoria, se trabaja con el patrimonio cultural de una manera dinámica, en la que en el proceso de trabajo el usuario adquiere protagonismo y se trabaja innovando con las ideas y propuestas entregadas desde su propia visión de este tema.

La estructura general de la metodología de trabajo se presenta en el siguiente esquema denominado ciclo de aprendizaje de Dewey que cuenta con cinco etapas (Esquema 13). La primera de ellas es la interrupción en la acción de rutina; la segunda de definición del problema y conceptualización; en la tercera fase se encuentra la definición de una hipótesis de trabajo; la cuarta inferencia y experimento de pensamiento y, finalmente, la quinta etapa de la acción experimental que se divide en resolución de problemas, retorno a la rutina y en obtener una idea o concepto.

¹²⁷ Para más información véase Rhisiart (2018). *Case 1: Cultural heritage research and the future*. En: Miller, Riel (ed.) (2018). *Transforming the future*. Paris: Routledge, 110-117.



Esquema 13. Ciclo de aprendizaje de Dewey.
Fuente: Diseño elaborado a partir del esquema entregado por Rhisiart (2018), p.97.

El modelo mostrado en el Esquema 13 no resuelve del todo el desafío clave que es generar el conocimiento, por ese motivo el proyecto se complementa con la curva de aprendizaje que se presenta en el Esquema 14 y procesos que serán descritos a continuación.



Esquema 14. Curva de aprendizaje.
Diseño elaborado a partir del esquema entregado por Rhisiart (2018), p.98.

Como mencionamos, lo primordial para este proyecto es la importancia y comprensión del patrimonio cultural y la visualización de este en el futuro, que es diseñado a través de un proceso imaginativo. También se tiene en cuenta el hecho de que para preservar el patrimonio debe haber una visión del pasado, el presente y también del futuro y

que la forma de identificar el patrimonio en sus diferentes dimensiones temporales pueda ser capaz de ser comprendida con antelación. Por esta razón se desarrolla la Agenda de Investigación Estratégica (SRA) pensada en un futuro, el año 2032. Para esto fueron escogidos diecisiete participantes, todos investigadores de alto nivel con afiliaciones a comunidades científicas nacionales e internacionales que tuvieran interés en el área de investigación del patrimonio cultural y cuyas contribuciones hayan estado relacionadas con el Comité Científico de la Iniciativa de Programación Conjunta.

En esta actividad se organizaron dos grupos que trabajaron en base a las fases del método que fue presentado esquemáticamente en el Esquema 14. En el transcurso de estas, cada grupo trabajó con el apoyo de un libro personalizado cuyo contenido se relacionaba con las opiniones de cada individuo e invitaba a la discusión creativa y abierta. Este proyecto se desarrolló como una investigación basada en el aprendizaje-acción ya que cada participante, a través de sus propias opiniones y conocimientos, compartió información al grupo completo y este, a su vez, se retroalimentó con lo expresado de los otros individuos y sus diversos puntos de vista.

Con las respuestas se concluye que el futuro probable construido en base el patrimonio cultural destaca que en el año 2032 será una materia interdisciplinaria que incluirá la diversidad de las identidades sociales. Esto nos lleva a pensar que es necesario comenzar a diseñar proyectos multidisciplinares para construir y otorgar importancia al valor patrimonial. También se trata el tema de la globalización, que impulsará al patrimonio cultural a desarrollar una reinterpretación de su significado ya que este, a nivel local, deberá apropiarse de otros elementos ajenos a su realidad. Actualmente el mundo se encuentra interrelacionado gracias al proceso de la globalización, por lo tanto, es necesario conservar aquellas características particulares, pero entendiendo que lo propio se encuentra inmerso en dicho contexto y que su relevancia debe ser encontrada en la diferencia con el otro. Esto no significa que no esté considerado el hecho de que lo propio ya esté integrado con elementos externos. Esto nos lleva a reflexionar en un tema en concreto y es que, al investigar sobre patrimonio cultural se debe realizar una integración de comunidades o sociedades y de esta manera se puede comprender y unificar a las partes involucradas.

También en este referente se le da importancia al usuario y a la cercanía con la gente, ya que se trabaja sobre el supuesto de que la información no debe ser encasillada y difundida solamente entre los interesados o expertos en el tema patrimonial.

Podemos resaltar de este caso es que nos hace reflexionar sobre el futuro y la posibilidad de que no existe el límite de lo físico y lo digital. En ese aspecto, es inevitable comenzar a dar realce a la tecnología, aunque se trabaje con temáticas que normalmente no utilizan plataformas digitales. El proyecto concluye que la manera de difundir conocimiento patrimonial debe ser participativa y apoyar el empoderamiento y la democratización dentro de la sociedad. Gracias a la integración de los usuarios los resultados de un proyecto en un futuro no se obtendrán después de que un investigador realice el trabajo, sino que se creará un nuevo conocimiento en conjunto y a la par con el proceso de investigación utilizando un modelo participativo y práctico. Con esto se valorará la intervención de sociedad en general y se construirá un perfil más acertado de la identidad que define a una comunidad (ver resumen del Caso 1 en la Tabla 4).

Título	Transformando el futuro: Investigación del patrimonio cultural y el futuro.
Lugar de publicación	París: UNESCO; Abingdon, Reino Unido; New York: Routledge.
Fecha	Noviembre 2012 (publicación).
Objetivos	-Encontrar supuestos anticipatorios observables para aprender más sobre el futuro que tendrá el patrimonio cultural a través de un proceso con resultados altamente adaptables y fáciles de adecuar en una gama de contextos.

	<p>-Imaginar la importancia de este en el futuro, teniendo en cuenta que preservar el patrimonio debe tener una visión del pasado, el presente y en este caso también el futuro.</p> <p>-Visualizar el futuro para comprender el patrimonio cultural, e identificar sus diferentes dimensiones temporales para comprenderlas con antelación.</p> <p>-Preservar el patrimonio con una visión del pasado, el presente y también del futuro para que las diferentes dimensiones temporales puedan ser comprendidas con antelación.</p> <p>-Trabajar con diversas áreas del conocimiento para obtener mayores puntos de vista acerca del tema.</p>
--	--

Tabla 4. Resumen del caso 1.
Fuente: Elaborado a partir la información de Rhisiart (2018).

3.2.2. Caso 2: Un regalo de la experiencia: coproducción y codiseño en el ictus y autogestión.

Este caso de diseño participativo, "Un regalo de la experiencia"¹²⁸, trabaja esta metodología con el tema cerebrovascular. Para comprenderlo mejor se debe tener presente la definición de una palabra, "cosas", que es analizado desde dos perspectivas y que son presentadas por los investigadores. En primer lugar, está el que se refiere a los artefactos u objetos y, en segundo, el concepto de "cosas", que se relaciona con un foro para que las personas se reúnan, resuelvan discusiones y actúen.

El problema que el autor observa previamente es el servicio relacionado con la entrega de conocimiento sobre los accidentes cerebrovasculares que son proporcionados sólo

¹²⁸ Para más información véase Jones, Fiona; Pöstges, Heide; Micklethwaite, Paul; Tino, Stefan y Townsend, Rousmery. (2019) A gift from experience: co-production and co-design in stroke and self-management. *Design for Health*, 3, (1), 98-118.

por especialistas en el tema, información que excluye la participación y experiencia de las personas que han sufrido este tipo de accidentes o su vida diaria posterior a la enfermedad. Que el diseño debe ser colaborativo y trabajar en conjunto y en función al usuario se ejemplifica con este proyecto, además, con el objetivo propuesto en este se detecta la necesidad que existe hoy de que el codiseño debe ser usado como una manera de romper el esquema unidireccional tradicional. Esquema en el que la difusión de ideas a la sociedad, relacionando al público y al diseñador, necesita ser recíproca, requiriendo de la retroalimentación mutua para encontrar soluciones a un problema. La problemática presentada se detecta al analizar el trabajo de difusión de información cardiovascular. Es decir, cuando se percatan de que prácticamente no existe trabajo colaborativo ya que, la interacción con las personas que habían sufrido el accidente cerebrovascular era prácticamente nula. Esto impedía entonces que dichas personas compartieran su visión con los profesionales y que, por lo tanto, expresaran su propia experiencia a otras personas afectadas con la misma enfermedad.

El proyecto utiliza como marco teórico la transformación que experimentó el diseño participativo en los últimos treinta años para elaborar un cambio en la dinámica de la difusión de la información sobre accidentes cardiovasculares. De este modo, se consigue empoderar a las personas que sufren de la enfermedad para que puedan resolver problemas de su propia salud y la de otros de forma efectiva.

En el transcurso de estos años la disciplina pasó de diseñar "para" las personas a diseñar "con" y "por" personas, desarrollándose hasta conseguir el codiseño contemporáneo que involucra al usuario en los diferentes estudios o proyectos (McClelland y Fulton Suri, 2005).

Uno de los objetivos del proyecto es demostrar además que la reciprocidad es fundamental en el codiseño porque permite distender las diferencias teóricas y prácticas. Para poder concretar el desarrollo del proyecto se diseña un libro coproducido y personalizado para sustentar la autogestión de las personas con accidente cerebrovascular. Este libro tiene el apoyo de diversos profesionales

(terapeutas, enfermeros, médicos y trabajadores de apoyo) quienes colaboraron activamente con los sobrevivientes de accidente cerebrovascular y sus familiares.

El libro contiene las historias de los sobrevivientes de accidentes cardiovasculares, sus experiencias e incluso consejos para sobrellevar la enfermedad y datos importantes sobre qué hacer luego de superar el accidente. Esta fue una efectiva manera de conectar a las personas que se encuentran en un estado semejante.

Para desarrollar el libro se utilizaron métodos cualitativos con estrategias de comunicación de apoyo especializada en las necesidades del grupo objetivo, entre ellas destacan las reuniones en las que los participantes se sintieron cómodos. En estas se respeta también el tiempo para formular consultas, esperando pacientemente a que las propias personas respondieron, sin imponer las soluciones. Se repitió igualmente las palabras claves para verificar si el tema que era expuesto se comprendía correctamente.

Respecto del contenido del libro, en este se presentan imágenes para complementar las historias y experiencias de los sobrevivientes, lo que genera un ambiente de mayor cercanía con los pacientes. Estas imágenes se refieren a fotografías tomadas en las entrevistas y otras entregadas por los propios participantes. El contenido del libro tiene otra característica y es que, después de escuchar las historias de los sobrevivientes, estas fueron agrupadas, resaltando las particularidades de cada testimonio y experiencia de vida, lo que entregó más valor y autenticidad al libro.

Metodológicamente el proceso de desarrollo del libro fue iterativo con el propósito de sustentar la retroalimentación con los participantes, lo que entregó además mayor flexibilidad en la transmisión de las ideas.

En cuanto a los criterios formales, estilo y apariencia del libro, estos estuvieron abiertos a las formas en que los usuarios prefirieron. Técnicamente el diseño del libro se adapta a las necesidades del usuario y se ejemplifica con el tipo y tamaño de letra (como la fuente *sans serif*, el tamaño de fuente más grande y la fuente en negrita para enfatizar)

y se escogió un lenguaje más cercano al usuario. Con esto se visualiza nuevamente que el diseño estuvo centrado en las personas y dirigido por estas, igualmente se valora constantemente las opiniones de estas, creando así un flujo de información multidireccional.

Lo particular de este proyecto es que también trabaja con el sentimiento de identidad y con la idea de que esta traspasa las fronteras y une a personas de diversos contextos. En este punto se puede hablar del desarrollo del concepto de "cosas", como se mencionó con anterioridad, que se refiere al momento en que las personas se reúnen, interactúan, comparten y resuelven situaciones desde distintas realidades y puntos de vista. Trabajar con personas que tuvieron accidentes cardio-cerebral y con los profesionales involucrados en la rehabilitación, permite también identificar y crear maneras de reciprocidad a través del beneficio mutuo, entregando la oportunidad de desarrollar un espacio en el que las personas se sienta escuchadas, aumentando positivamente la atención médica con estrategias de comunicación de apoyo y entregando contenido auténtico. Con esto se demuestra que el codiseño puede ser accesible y participativo, haciendo interactuar a las personas desde diversas direcciones y rompiendo la jerarquía estricta que muchas veces se construye entre los profesionales de la salud y los pacientes, o entre diseñadores y usuarios (ver resumen del Caso 2 en la Tabla 5).

Título	Un regalo de la experiencia: coproducción y codiseño en ictus y autogestión.
Lugar de publicación	Londres, Reino Unido. Esta investigación y Stefan Tino Kulnik fueron apoyadas por la Colaboración del Instituto Nacional de Investigación en Salud (NIHR) para el Liderazgo en Investigación y Atención de Salud Aplicada del Sur de Londres (NIHR CLAHRC Sur de Londres) en King's College Hospital NHS Foundation Trust
Fecha	2019 (publicación).
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Usar el diseño colaborativo y trabajar en conjunto con el usuario. -Romper el esquema unidireccional tradicional con el que se difunden ideas a la sociedad. -Difundir la información sobre accidentes cardiovasculares, empoderar a las personas que han sufrido un ictus para que puedan resolver problemas de su propia salud y la de otros de forma efectiva. -Diseñar un libro coproducido y personalizado para sustentar la autogestión de las personas con accidente cerebrovascular.

Tabla 5. Resumen del caso 2.

Fuente: Elaborado a partir la información de Jones, Pöstges, Micklethwaite, Tino, y Townsend (2019)

3.2.3. Caso 3: Creación de interacciones tangibles con el patrimonio cultural: lecciones aprendidas a gran escala, proyecto de codiseño a largo plazo.

El proyecto "Creación de interacciones tangibles con el patrimonio cultural"¹²⁹ tiene como objetivo principal codiseñar con un conjunto de herramientas que posibilite la creación de instalaciones interactivas tangibles a profesionales en el área del patrimonio cultural. Lo particular de este es que es multidisciplinar e incluye a diseñadores, profesionales del patrimonio cultural, miembros académicos relacionados con la informática, ingeniería y ciencias sociales. Además, trabajaron con museos de diferentes países y fundaciones de diseño, junto con pequeñas y medianas empresas vinculadas al turismo y al sector cultural.

La práctica del codiseño modela la estructura del proyecto definiendo las formas en las que se toman las decisiones y al mismo tiempo evaluando el desarrollo e impacto del diseño. Para esto último se toma en consideración la repercusión del diseño en el patrimonio cultural, especialmente en los museos, espacio en el que el patrimonio tiene un rol protagónico. Es estos sitios es donde además el patrimonio y su difusión puede experimentar innovadoras maneras de ser propagado, un ejemplo de esto es el progresivo realce que se le da a la relación entre la tecnología digital y el enfoque participativo. El proyecto analizado se potencia con el diseño de estrategias participativas que unen a las instituciones culturales y a los profesionales para impactar en las prácticas de los usuarios y, de esta manera, contribuir a que este se presente activamente durante el proceso.

Previo al desarrollo del proyecto los investigadores observaron que en el área patrimonial existen problemas metodológicos que impiden que se desarrolle correctamente una investigación vinculada directamente con el usuario. Lo anterior se refiere fundamentalmente a los problemas de poder y autoridad dentro del sector del patrimonio cultural, que afecta a la hora de trabajar con las personas y también interfiere con las estrategias de diseño. Lo anterior se intensifica si las instituciones

¹²⁹ Para más información véase Avram, Gabriela; Ciolfi, Luigina; Maye, Laura. (2019). Creating tangible interactions with cultural heritage: lessons learned from a large scale, long term co-design project. *CoDesign*, 16, (3), 251-266.

involucradas trabajan con expertos que centran toda la exposición o actividad en una línea muy rígida de trabajo en la que no hay participación de terceros o de disciplinas complementarias.

A partir de los anteriores es que en el proyecto se plantearon interrogantes relacionadas con el impacto que puede tener el codiseño y el trabajo colectivo en este tipo de exposiciones o actividades, poniendo énfasis no solamente en los resultados, sino que también en cada una de las etapas del proceso. Además, se evalúa la manera en la que el codiseño puede potenciar el dominio patrimonial con la ayuda de herramientas contemporáneas como la tecnología. Estos temas son estudiados a través del análisis de un caso, que es parte de un proyecto de investigación europeo llamado MeSch, en el que se trabaja con el codiseño en talleres y laboratorios para crear producir prototipos y rescatar conceptos propios de la disciplina.

MeSch expone casos de estudio que fueron desarrollados teniendo como base el codiseño y en los que se abrieron exposiciones interactivas a un público de gran escala. Como mencionamos con anterioridad, una de las problemáticas principales en las exposiciones tiene relación con las relaciones de poder y los roles que se definen dentro de un proyecto, las cuales son decididas y jerarquizadas en el plan de trabajo. Con el codiseño lo que se busca es eliminar esa unilateralidad y trabajar con las experiencias compartidas de todos los participantes o socios.

Con el propósito de recopilar, analizar y organizar correctamente la información se utilizan herramientas como la documentación de actividades de codiseño. Destacan especialmente los talleres de codiseño que se documentan con la ayuda de observaciones, análisis de los elementos producidos, entrevistas con los participantes y cuestionarios posteriores a los eventos. Lo anterior se complementa con la realización de notas, fotografías, grabaciones de video, mapas de seguimiento con explicaciones de las actividades y entrevistas semiestructuradas.

En este proyecto la tecnología tiene también un rol destacado. Esta es utilizada con el propósito de generar mayor participación, ya que es inmediata y puede llegar a un

público más numeroso, lo que posibilita a su vez la oportunidad de obtener nuevas y numerosas ideas y obtener buenas soluciones a las necesidades de los usuarios. Con la tecnología se desarrollan también los prototipos para crear diálogos con los usuarios para mejorar la experiencia del visitante. Este recurso moldea todo el proceso y no es utilizado solamente en las etapas finales, lo que permite alcanzar un resultado heterogéneo y cercano a las personas.

A nivel social destacan temas como la comprensión y el aprendizaje mutuo, por parte de los usuarios y los organizadores de las actividades. Ambos temas fueron los más valorados dentro de la cocreación, ya que la interacción y el establecimiento de nuevas relaciones, más numerosas y cercanas, resolvió los conflictos de manera más expedita y dio respuestas a las necesidades de los participantes. A esto se le suma la importancia de trabajar con profesionales de diversas disciplinas. Con el codiseño todas las disciplinas aportan desde su especialidad, por lo tanto, existe una retroalimentación constante de conocimientos entre quienes conformaron el equipo, lo que refleja además una confianza en el contenido presentado a los usuarios (ver resumen del Caso 3 en la Tabla 6).

Título	Creación de interacciones tangibles con el patrimonio cultural: lecciones aprendidas de un proyecto de codiseño a largo plazo y a gran escala.
Lugar de publicación	Londres, Reino Unido.
Fecha	2019 (publicación).
Objetivos	<p>-Codiseñar un conjunto de herramientas que posibilite a profesionales en el área del patrimonio cultural a crear instalaciones interactivas tangibles.</p> <p>-Involucra a diseñadores, desarrolladores y profesionales del patrimonio cultural, con el objetivo de crear una plataforma con instalaciones interactivas tangibles en entornos de exhibición.</p> <p>-Comprender el impacto del codiseño en el sector del patrimonio cultural (particularmente en los museos).</p>

Tabla 6. Resumen del caso 3.
Fuente: Elaborado a partir la información de Avram, Ciolfi y Maye (2019).

3.2.4. Caso 4: Juegos de herramientas, cartas y juegos: una revisión de herramientas analógicas para la ideación colaborativa.

Este proyecto “Juego de herramientas, cartas y juegos”¹³⁰ se desarrolla en base a las herramientas que entregan múltiples beneficios y adoptan formas personalizadas como las analógicas, con el propósito de idear prácticas de diseño colaborativo. El objetivo

¹³⁰ Para más información véase Ahmadpour, Naseem; Loke, Lian y Peters, Dorian (2020). Toolkits, cards and games – a review of analogue tools for collaborative ideation. *CoDesign*, 17, (4), 410-434.

de trabajar con estas en el codiseño es el facilitar y apoyar a los diseñadores y los equipos de diseño en la tarea de elegir, personalizar, criticar, analizar la investigación relacionada con el diseño colaborativo. En otras palabras, lo que se busca es cooperar con el avance de los estudios basados en las herramientas analógicas actuales para que sean alcanzables para todos los participantes y además se den a conocer las diferentes áreas de trabajo que benefician a la comunidad del diseño.

La primera problemática visualizada en el estudio es que, a pesar de trabajar hoy con la multidisciplinariedad y disponer de diferentes fuentes sobre la temática, no es sencillo obtener una panorámica coherente sobre estas herramientas. Basándose en lo anterior es que se hace una revisión de herramientas específicas, las que no son digitales, es decir, las que no necesitaban dispositivos informáticos o conexión a internet. En primer lugar, se clasifican estas herramientas para facilitar su búsqueda y selección, dependiendo de las descripciones pragmáticas y su especificidad. Entre ellas se realiza una subdivisión: las genéricas (aplicables a todos los tipos de trabajo de diseño, ideación o creatividad) y las herramientas especializadas (específicas a un contexto, a una característica del diseño o a un tipo de tecnología).

En el proyecto se le da valor de las herramientas análogas por la gran utilidad para trabajar con usuarios, ya que generan interacciones, fomentan el diálogo, afloran las emociones y se potencia la creatividad e innovación (un ejemplo de las herramientas utilizadas las podemos observar en la Figura 38). Además, permite observar problemas desde diversos puntos de vista, favoreciendo al mismo tiempo el trabajo con los conocimientos existentes y que muchas veces pudieron estar inactivos. Al ser herramientas físicas, esto hace que el usuario reflexione sobre el diseño al momento de explorar y sobre todo “jugar” con los objetos, desconociendo el resultado que puede llegar a alcanzar.

Entre los ejemplos que se presentan está la herramienta LEGO Serious Play, que se presenta como herramienta genérica que combina metodologías de trabajo con un conjunto de piezas personalizadas y creadas para aumentar la creatividad e innovación en el ámbito profesional. Para evaluar la herramienta se utiliza la

observación del público al momento de usarla en un espacio determinado, combinando al mismo tiempo las entrevistas, discusiones y cuestionarios. Este proyecto trabaja igualmente la personalización, con el objetivo de posibilitar a más usuarios adaptar las herramientas fácilmente y usarlas en diversos contextos y grupos culturales.



Figura 38. Ejemplo de las herramientas y juegos para la ideación colaborativa.
Fuente: Ahmadpour, Loke y Peters (2020), p. 13.

El estudio arroja que las herramientas analógicas tienen la particularidad de adecuarse a diferentes realidades, estas pueden clasificarse en uno o más tipos, y son utilizadas como metodologías de trabajo, como indicadores, para generar conceptos, o como constructores de historias. Estas además son empleadas en los procesos participativos para fomentar la colaboración, la inclusión o adaptación cultural con mayor efectividad, utilizando un lenguaje y contexto compartido. Al utilizar estos un lenguaje y conceptos abstractos, se potencia igualmente la experimentación con futuros simbólicos (ver resumen del Caso 4 en la Tabla 7).

Título	Juegos de herramientas, tarjetas y juegos: una revisión de herramientas analógicas para la ideación colaborativa, CoDesign, DOI.
Lugar de publicación	Londres, Reino Unido.
Fecha	Febrero 2020 (publicación).
Objetivos	<p>-Ayudar en el avance de la investigación y la práctica haciendo que las herramientas existentes y la investigación de herramientas sean más accesibles, identificando áreas donde el trabajo beneficiaría a la comunidad de diseño.</p> <p>-Crear herramientas analógicas para ofrecer distintos beneficios en la ideación del diseño colaborativo y la relación directa entre los involucrados.</p> <p>-Ayudar a los diseñadores y equipos de diseño a seleccionar, personalizar, criticar, analizar y / o crear herramientas con mayor fluidez para apoyar la investigación de diseño colaborativo.</p>

Tabla 7. Resumen del caso 4.
Fuente: Elaborado a partir la información de Ahmadpour, Loke y Peters (2020).

3.2.5. Caso 5: La construcción del espacio ficticio en la práctica del diseño participativo

Este proyecto “La construcción del espacio ficticio en la práctica del diseño participativo”¹³¹ relaciona el espacio ficticio con el diseño participativo y lo desarrolla usando el concepto más general del espacio de diseño, que es visto como un medio creado de las prácticas de los propios participantes. Se entiende este espacio ficticio como un proceso en el que van interactuando continuamente todos los interesados, quienes van modelando el espacio según los intereses grupales. En este se van

¹³¹ Para más información véase Dindler (2010), The construction of fictional space in participatory design practice. *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts*, 6, (3), 167-182.

modificando, alterando, suspendiendo o definiendo los espacios en una práctica que puede ser considerada cotidiana, ya que responde al propio usuario. En este proyecto en concreto se trabajó con el Museo Moesgaard, lugar en el que se investigó las maneras en las que el museo podía involucrar a los usuarios en las exposiciones y así repensar las experiencias, destacando la comunicación, participación y conexiones del museo con la comunidad.

La razón por la que se estudia la construcción de espacios ficticios se vincula con el trabajo de nuevos diseños para espacios de exhibición, sobre todo en museos, centros de ciencias y escuelas primarias, específicamente en temas vinculados con el patrimonio cultural. Un concepto para destacar en el diseño participativo actual es el uso de la tecnología como herramienta que permite la intervención rápida de las partes interesadas sobre todo en los usuarios. También que el vínculo entre el diseño participativo y esa tecnología se enfocan especialmente en la relación humana de un modo creativo y eficaz¹³². De esta manera se van creando entornos con la ayuda de tecnologías que responden mejor a las necesidades de quienes las habitan y, al mismo tiempo, entregan a las personas el protagonismo en el proceso de diseño. Podemos decir que el diseño participativo es visto constantemente como un proceso de aprendizaje mutuo, en el que los usuarios aprenden sobre la tecnología y se benefician de ella, al igual que los diseñadores que acceden a este mundo construido con la ayuda de tecnologías.

Los espacios ficticios son creados por los participantes, como mencionamos, quienes van realizando juegos imaginarios apoyados por accesorios de utilería, como juguetes, papel, cartón, sillas, pizarras, entre otros. Estos accesorios son fundamentales porque potencian las imaginaciones particulares e interceden en la creación de estos espacios ficticios (ver Figura 39). El espacio de diseño es visto como una práctica cotidiana, cercana al usuario, cuya inspiración se encuentra en la teoría literaria. En este proceso se van creando nuevas formas de comunicación que son consideradas a la hora de incorporar esta metodología de trabajo en los museos. Este consiste también en trabajar con procedimientos alternativos para usuarios, como el hacer que

¹³² Namioka y Schuler (1993), p.8.

el usuario forme parte activa de las exhibiciones. Por lo tanto, el diseño participativo permite que sus visitantes adquieran protagonismo en la exploración de futuros espacios de exhibición. En este caso el término de “espacio de diseño” es visto como un campo de trabajo imaginario o ficticio, una creación de mundos, que se construye gracias a la práctica dinámica de los participantes y que se compone por imágenes construidas gracias al compromiso de estos con los elementos que se usan en una situación puntual.



Figura 39. Ejemplo de accesorios de utilería usados para crear espacios ficticios.
Fuente: Dindler (2010), p.178.

Este proyecto en concreto analiza los espacios ficticios en un taller presentado por el museo, para idear nuevas instalaciones que sirvieran como impulso para el resto de la investigación. En este plan de trabajo multidisciplinar participaron el personal del museo, narradores de cuentos, proveedores de tecnología, consultores de comunicación, arquitectos y diseñadores. Entre las principales intenciones de las instalaciones se encuentra también el incluir la tecnología interactiva como parte del contenido de las exposiciones. Como mencionamos, los usuarios son estos los que van creando los espacios relacionados con la temática de la exposición entregada por el museo, también van definiendo las propias reglas en el proceso y que son abiertas a la interpretación de cada uno. De esta manera los participantes se van involucrando y apropiando de los espacios (ver resumen del Caso 5 en la Tabla 8).

Título	La construcción del espacio de ficción en la práctica del diseño participativo, CoDesign.
Lugar de publicación	Aarhus, Dinamarca.
Fecha	6 de septiembre de 2010.
Objetivos	<p>-Ver el espacio de diseño que se desarrolla en el trabajo del diseño participativo como un espacio ficticio.</p> <p>-Crear tecnologías y entornos que respondan mejor a las personas que los habitan y darles voz en el proceso de diseño.</p> <p>-Explorar formas alternativas para que los visitantes se involucren y participen en las exhibiciones de museos, abriendo este espacio para que surjan las diversas interpretaciones.</p> <p>-Visualizar otros roles de los museos y nuevos estilos de comunicación.</p>

Tabla 8. Resumen del caso 5.
Fuente: Elaborado a partir la información de Dindler (2010).

3.2.6. Caso 6: Proyecto de recuperación del patrimonio de las obras públicas.

Este proyecto, "Recuperación del patrimonio de las obras públicas"¹³³, es una extensión de otra investigación denominada "Valoración por el Patrimonio rural de la Obra Pública" y que funciona como clave de difusión y creación de patrimonio en la acción social. Se lleva a cabo en la comarca de Campoo los Valles de Cantabria y se escogió esta localidad por sus características socioculturales. La metodología se basa en la acción participativa para involucrar al usuario en diversas actividades. El

¹³³ Para más información véase Hernández, Verónica; Herrera, Almudena y Ramiro, María (2014). *Procesos participativos en la recuperación del patrimonio de las obras públicas*. Congreso Latinoamericano sobre Patología de la Construcción, Tecnología de la Rehabilitación y Gestión del Patrimonio: REHABEND, 323-330.

resultado del proceso logra que los participantes desarrollen mayor conciencia social gracias a la apropiación del lugar. Además, combina dos de los procesos que forman parte de una metodología iterativa de diseño, nos referimos al cualitativo y al cuantitativo, herramientas de trabajo que también se consideran como base en esta investigación, ya que posee un enfoque mixto. A continuación, se presenta la metodología utilizada en la Recuperación de las Obras Públicas:

1-Reflexión / Caracterización / Identificación: esta es la fase en la que el usuario interioriza una obra o lugar, para luego reconocerla como un elemento identitario. Las obras o lugares deben ser investigadas para conocer las razones de su existencia, del lugar o la obra que se presenta, y principalmente es necesario responder a las siguientes preguntas: ¿Qué necesidad las originó? ¿Quién las diseñó o construyó? ¿Cuándo se construyó? ¿Con qué materiales? ¿Qué ha surgido en torno a ellas? La respuesta a estas interrogantes activa la memoria social, que es el soporte principal de todo el proceso.

2- Conexión de las obras en el sistema de valores que caracterizan la identidad de un lugar: en esta fase es importante la coordinación con entidades locales que tengan el interés de participar, como por ejemplo gestores culturales. Con la ayuda de éstas, se busca la valoración de las obras a través de redes de confianza, por medio de entrevistas o talleres, para luego rescatar, por ejemplo, leyendas o historias relacionadas con las obras estudiadas y la población local.

3- Difusión del conocimiento adquirido: en esta etapa se escoge el medio, el mensaje y el público objetivo. Es una fase primordial para que el proceso participativo sea el adecuado. En este momento el usuario consigue capacidades y competencias con la finalidad de conocer y mejorar la realidad patrimonial de un sector en específico. Luego, cuando el usuario comprende su entorno, el proceso participativo es satisfactorio. La manera de vincular al usuario con el proyecto y conseguir que éste se sienta parte del estudio, es lo que se pretende realizar al momento de entregar la nueva información al público. Esta forma de involucrar al usuario en una actividad que

muestra parte de su pasado histórico permitirá igualmente valorar de mejor manera los diseños de los pueblos indígenas chilenos.

4- Resultados: esta es la etapa en la que se evalúa el proyecto. El estudio que se utiliza como referente emplea diversas herramientas cuantitativas y cualitativas que se manipulan para conocer el impacto de los procesos realizados y para conseguir información sobre las interpretaciones y percepciones procedentes del usuario.

Las herramientas mencionadas se refieren a entrevistas semi-estructuradas, diálogos con informantes clave, análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) que permiten establecer los elementos para valorar el patrimonio cultural de la región estudiada. También se constituyeron grupos de discusión y talleres temáticos para estimular a los usuarios a continuar con los planes del proyecto.

El Proyecto de Recuperación del Patrimonio de las Obras Públicas permite que el usuario se acerque de manera efectiva y activa, esta investigación pone especial atención a la etapa de los resultados, debido a que es la instancia en la que se evalúa si el usuario realmente incorpora los conocimientos que se difunden (ver resumen del Caso 6 en la Tabla 9).

Título	Procesos participativos en la recuperación del patrimonio de las obras públicas.
Lugar de publicación	Cantabria, España, Campoo los Valles.
Fecha	Abril, 2014.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> -Valorar las obras públicas del entorno con el fin de considerarlas aun más y que sea susceptible de generar un incremento del flujo de visitantes que se sientan atraídos por ellas. -Permitir la participación de las diferentes partes interesadas con el fin de para mejorar el valor del patrimonio cultural a nivel local. -Desarrollar mayor conciencia social por parte del usuario gracias a la apropiación del lugar. -Conectar la obra pública en el sistema de valores que caracteriza la identidad del lugar.

Tabla 9. Resumen del caso 6.

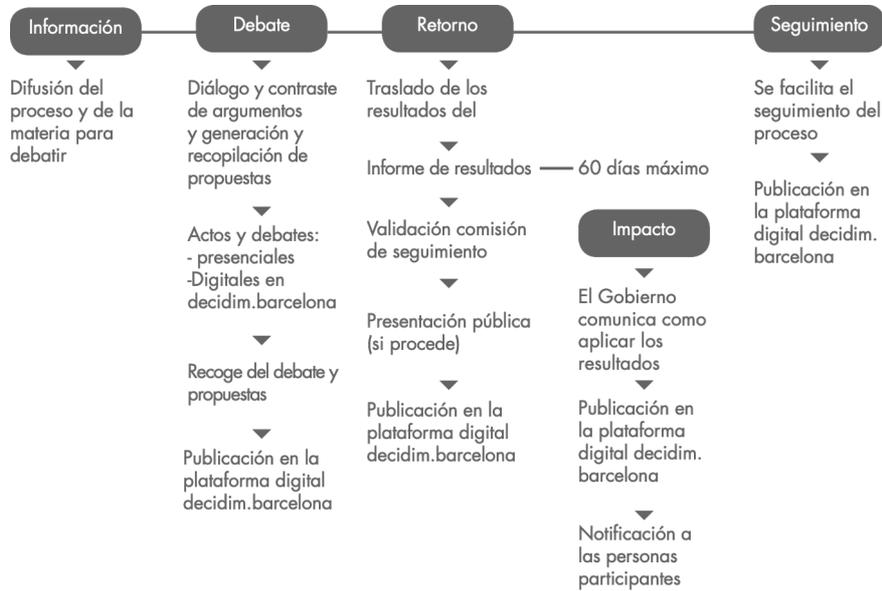
Fuente: Elaborado a partir la información de Hernández, Herrera, y Ramiro (2014).

3.2.7. Caso 7: Participación ciudadana. Área de derechos de ciudadanía, participación y transparencia del ayuntamiento de Barcelona

El proyecto "Participación ciudadana"¹³⁴ se refiere a un conjunto de decisiones políticas que apuntan hacia el protagonismo colectivo y en el que se facilita la incidencia, la deliberación, la coproducción y la decisión de la ciudadanía para la elección regular de representantes políticos. Con el objetivo de aumentar la participación y facilitar la diversidad de participantes es que a través de una

¹³⁴ Para más información véase Ajuntament de Barcelona (2020). *Participación ciudadana, área de Derechos de Ciudadanía, Participación y Transparencia ¿Cómo se puede promover y participar en un proceso participativo?* Recuperado de el 2 de marzo de 2020 de https://ajuntament.barcelona.cat/participaciociudadana/sites/default/files/documents/fulleto_processos_0620_1_2.pdf

metodología de trabajo participativa se promueve el perfeccionamiento de la accesibilidad y la transparencia. La metodología se puede observar en el Esquema 15, que se basa en la participación del usuario y la transparencia en el proceso.



Esquema 15. Fases de diseño participativo del Ajuntament de Barcelona.
 Fuente: Elaboración propia a partir del esquema metodológico del Ajuntament de Barcelona (s.f.).

Las fases que utiliza el Ayuntamiento de Barcelona son una serie de encuentros que suscitan el debate y el contraste de argumentos entre la ciudadanía o entre ésta y los responsables municipales, para conocer sus opiniones y propuestas con respecto a una actuación municipal concreta. La metodología de trabajo de los procesos participativos utilizados por el Ayuntamiento de Barcelona se estructura en las siguientes etapas:

Fase de información: momento de difusión al conjunto de la ciudadanía sobre cuál es la materia en la que se quiere pedir la participación.

Fase de debate: etapa de promoción del diálogo y el contraste de argumentos, en la que se recogen las aportaciones de las personas participantes. Durante la fase de debate se usan las metodologías más adecuadas y diversas para llegar a todos los colectivos afectados.

Fase de retorno: en la última etapa del proceso se traslada el resultado a las personas participantes y al resto de la ciudadanía.

Fase de seguimiento: facilita el seguimiento del desarrollo de los resultados del proceso.

El proceso utilizado por el Ayuntamiento de Barcelona promueve la participación ciudadana en el ámbito político y con este modelo es posible analizar la manera en la que este tipo de estudios involucran a usuarios de manera activa para evaluar un asunto en concreto. De esta manera, se logra advertir las ideas innovadoras para que éstas, a mismo tiempo, sean llevadas a cabo de manera responsable y sin perjudicar el interés del público objetivo. Además, tras realizar un estudio meticuloso y participativo del usuario, el investigador puede intervenir apropiadamente en el contexto o situación determinada en función de las directrices establecidas por las mismas personas implicadas (ver resumen del caso 7 en la Tabla 10).

Título	Participación ciudadana. Área de derechos de ciudadanía, participación y transparencia del ayuntamiento de Barcelona.
Lugar de publicación	Barcelona, España.
Fecha	Sin fecha especificada.
Objetivos	<p>-Promover el debate y el contraste de argumentos entre la ciudadanía o entre esta y las personas responsables municipales, con el fin de recoger sus opiniones y propuestas con respecto a una actuación municipal concreta.</p> <p>-Promover la participación ciudadana en el ámbito político a usuarios de manera activa para evaluar un asunto en concreto.</p> <p>-Advertir ideas innovadoras para que ellos mismos, al mismo tiempo, sean llevadas a cabo de manera responsable y sin perjudicar el interés y creatividad del público objetivo.</p> <p>-Emitir informes sobre las enmiendas presentadas por las personas participantes, conocer y debatir el informe de resultados del proceso y añadir sugerencias o mejoras.</p> <p>-Crear un espacio con pluralidad de participantes y garantizar la accesibilidad, la inclusión y la no discriminación de género.</p>

Tabla 10. Resumen del caso 7.
Fuente: Elaborado a partir la información de Ajuntament de Barcelona (2020).

3.2.8. Caso 8: Museos interactivos.

Los museos interactivos o de la ciencia son un referente en esta investigación principalmente por la manera en la que difunden el conocimiento a grupos numerosos de usuarios. En este proceso, el público tiene un rol protagónico, puesto que, si bien se desenvuelve en un esquema previamente dispuesto por los diseñadores, el usuario

es el que interactúa directamente con el conocimiento y adquiere además cierta autonomía a la hora de adquirirlo.

A partir de la segunda mitad del siglo XX y, una vez acabada la Segunda Guerra Mundial, los denominados *Science Centres* se convirtieron en el modelo de museo didáctico, ocasionando un cambio en la manera de recibir y relacionarse con el conocimiento, ya que se mezcló la diversión y la ciencia. Los museos interactivos, a diferencia de los museos tradicionales, buscaron que el visitante tuviera un rol activo y no solamente contemplativo y reflexivo, por lo que el lema “prohibido no tocar” reflejó claramente esta finalidad, concepto que surgió precisamente como una posición contradictoria a los mencionados museos tradicionales.

Los últimos años del siglo XXI están viendo proliferar estos museos interactivos, que se caracterizan por difundir la ciencia contemporánea a los visitantes, los que interactúan y participan con el conocimiento, sintiéndose libres de manipular el contenido de las exhibiciones. Estas ya no se conciben como objetos de colección, sino que cumplen una función educativa que refuerza además los planes formales. Con esto nos referimos a que abarcan no solamente temas científicos y tecnológicos, también se dedican a las ramas específicas como la física, la biología, entre otras disciplinas. Los *Science Centers* cuentan con otra característica destacada y es que trabajan con las nuevas tecnologías y plataformas de difusión masiva de información como el internet y los medios audiovisuales. Estas plataformas son las que han abierto enormes posibilidades al conocimiento y han propiciado igualmente la aparición de espacios virtuales, visitables electrónicamente.

Estos centros científicos dependen de un equipo multidisciplinar en el que destacan publicistas, diseñadores, historiadores y psicólogos y las estrategias innovadoras potenciadas por la publicidad y marketing de grandes empresas, las ha llevado a acercarse a los consumidores utilizando técnicas de comunicación. Nuevos públicos, con nuevas demandas, se han añadido a los usuales consumidores de la cultura del objeto, potenciando también el turismo de masas. Estos demandan el turismo cultural y se les ha otorgado respuesta con parques temáticos de carácter histórico, científico

o estrictamente lúdico que se han convertido en espacios de exhibición de la historia y la técnica del pasado.

La nueva forma innovadora y cercana de transmitir el conocimiento en las diversas áreas del conocimiento y que participan activamente en la tarea de cautivar la atención de los visitantes, atraviesan hoy por una difícil situación relacionada con la propia ciencia que pretendía ser promulgada con la participación del usuario. Esto es descrito por Jaime Sastre (2016) quien indica que el gesto de "pulsar un botón" en los museos de ciencia adopta una lógica publicitaria basada en la pedagogía y en el interés de las corporaciones por difundir su visión sobre la ciencia, la tecnología y las relaciones sociales¹³⁵. Complementa lo anterior señalando que los Science Centres afrontan hoy una crisis respecto al progreso científico, porque detrás de la "instrucción" del público los museos (que se han ido transformado en instrumentos de legitimación social), en los que se exhiben pocos temas que hagan desaparecer la frontera entre expertos y profanos¹³⁶. Con lo descrito anteriormente, es necesario, por lo tanto, utilizar las herramientas y metodologías de trabajo utilizadas en los museos interactivos, pero respetando el hecho de que es el usuario es el que debe adquirir el rol protagónico que merece, democratizando el contenido de las exhibiciones y haciendo que éste manipule e interactúa realmente con el conocimiento.

Como ejemplo de *Science Centre* podemos destacar a un pionero en la aproximación participativa y táctil, el museo *Exploratorium* de San Francisco, que se abrió al público en 1969 con esta nueva forma interactiva de hacer museografía científica. Este museo posee las características expuestas con anterioridad de los *Science centres*, por lo tanto, tiene como propósito fundamental el permitir que el usuario descubra por sí mismo los nuevos conocimientos a través la experimentación y la interacción directa con diferentes elementos que estimulan las formas de percepción (como la visión, audición o el tacto). De esta manera, la visita es para el usuario muy atractiva pues, muchas de las instalaciones estéticamente son llamativas. Esto se logra por la mezcla de las características propias de los fenómenos científicos expuestos con los estudios

¹³⁵ Sastre (2016).

¹³⁶ Nieto-Galán (2011), p. 102.

de especialistas visuales, haciendo que la experiencia no se presente solamente como un mecanismo de enseñanza, sino también como una práctica estética.

Otra característica del museo se relaciona con los propios participantes, quienes se implican en las exposiciones ya que, como se mencionó, estos interactúan con lo que se les presenta: pueden tocar, jugar, manipular y realizar actividades por sí mismos, recorriendo el lugar sin rutas predispuestas. Lo anterior es un ejemplo de que un museo interactivo contemporáneo de alguna manera democratiza el conocimiento y el empoderamiento de los visitantes. De todos modos, los museos interactivos podemos calificarlos como espacios “casi participativos”, ya que el usuario participa “libremente” en la fase final del proyecto, pues otros profesionales se encargan de idear, desarrollar y pausar la trayectoria del proceso y las etapas.

Una de la metodología que utiliza el *Exploratorium de San Francisco* es la denominada *Tinkering*, un concepto que se basa en “pensar con las manos” y que une a la ciencia con el arte, usando tecnologías digitales. Esta metodología se usa en los espacios donde se realizan talleres y se motiva al usuario a participar los a través de la inmersión y el trabajo en equipo. El aprendizaje no se difunde de manera unidireccional y jerárquica como en el colegio, desde el maestro hacia el alumno, sino que es desarrollada, en este caso, por el propio alumno, interviniendo activamente en el proceso. La metodología *Tinkering* se caracteriza por “ajustarse muy bien al enfoque constructivista y porque potencia actividades de investigación científica (*inquiry*) desde un punto de vista muy práctico y estimulante”¹³⁷. Esta es además una metodología de carácter informal y los participantes aprenden de forma creativa, muchas veces como si estuvieran jugando. Es un proceso iterativo, por lo que el error no es visto como algo negativo, todo lo contrario, es aceptado y analizado paulatinamente para llegar a una solución. Lo anterior va muy ligado a la metodología del *Design Thinking*, es decir, ambas metodologías se entrelazan para resolver problemas sin poner límites a la creatividad, haciendo que la experimentación sea una fase fundamental para encontrar diferentes resultados.

¹³⁷ Fabre (2018).

Otro ejemplo de *Science Centre* es el CosmoCaixa, un museo de ciencias que pertenece a la Obra Social de “la Caixa”, inaugurado en el año 2004 tras la remodelación del Museo de Ciencias de Barcelona. Actualmente se presenta como un espacio que promueve la ciencia de manera divertida, a través de la interacción entre las personas y el fácil acceso al conocimiento. La metodología de trabajo del CosmoCaixa recoge el planteamiento general de la evaluación con las técnicas, las herramientas y los temas objetivo para trabajar con cada una de ellas, así como también las implicaciones de su validez (ver Figura 40). De esta podemos rescatar para el proyecto la forma en la que se evalúa el impacto del conocimiento y el aprendizaje en el público objetivo, por lo tanto, nos centraremos en una de las etapas denominada “Estudio de la aprendibilidad”. Esta combina la participación, la comunicación y la toma de conciencia, y se basa en el sistema interactivo de participación de públicos (SIPP) cuyo propósito es el conseguir que los distintos grupos de personas evaluadas participen en la explicitación de respuestas sobre los contenidos expositivos.

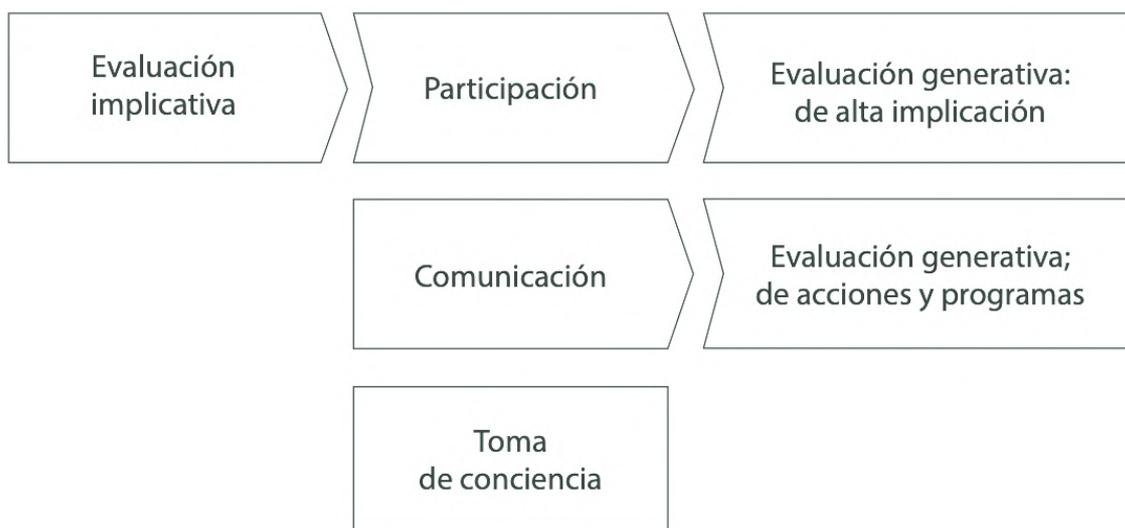


Figura 40. Etapas del estudio de aprendibilidad.
Fuente: Asensio y Pol (2014), p.42.

De igual manera, el modo de trabajo constantemente involucra al usuario y su relación con el espacio, advirtiendo meticulosamente la manera en la que éste se desenvuelve a través de un seguimiento individualizado. Este análisis se compone de dos

evaluaciones principales, una inicial (expectativas de la visita) y una final, y en la que se evalúa cuestiones como la mencionada expectativa, el impacto, el perfil y la opinión. Para poder obtener resultados objetivos, este método emplea otras técnicas complementarias como las entrevistas presenciales semiestructuradas, entrevistas presenciales dialogadas, entrevistas telefónicas semiestructuradas, estudios de opinión sobre visitantes reales y potenciales, así como paneles de visitantes y paneles de expertos. Si bien esta investigación en particular no utiliza las mismas herramientas mencionadas con anterioridad, de igual manera se acerca al usuario con la ayuda de entrevistas presenciales y mapas de trayectoria, llevadas a cabo con el usuario y asesoradas por profesionales de otros ámbitos del conocimiento. Adicionalmente, esta metodología combina el modelo de evaluación de la experiencia de museo con dos componentes principales, las emociones y el conocimiento, elementos que igualmente se buscan analizar esta investigación. Con estos se evalúa también la accesibilidad cognitiva, la cultural, el conocimiento previo y la aprendibilidad (entendida como la capacidad que nos ofrece el museo de que incorporemos nuevos conocimientos)¹³⁸.

3.2.9. Reflexiones de las similitudes o diferencias entre el diseño participativo y los “casi participativos” de los museos interactivos.

Una vez analizados los referentes vinculados con el diseño participativo y con los que se relacionan con el método de trabajo que se utiliza en los museos interactivos, podemos observar que en ambos se establece como objetivo que el usuario adquiera protagonismo a la hora de interactuar de manera directa con el conocimiento. Esta es justamente la característica fundamental por la que se escogieron estos esquemas de trabajo, ya que la presente investigación pretende difundir la información en un público que dialogue con las ideas, sin seguir pautas esquematizadas y jerárquicas, como suele suceder con el modelo tradicional de aprendizaje unidireccional.

Con los referentes se puede entender también la manera en la que los distintos proyectos van creando y desarrollando una relación recíproca entre el diseñador y el público, en mayor o menor medida. Esto se visualiza principalmente en los enfocados

¹³⁸ Asensio y Pol (2014), p.40.

en el diseño participativo, más que en los museos interactivos, ya que en estos últimos el diseñador se involucra mayoritariamente en la confección del proyecto y no en el intercambio directo y recíproco de ideas en conjunto con el usuario. Igualmente, tanto en los proyectos de diseño participativo como en los museos de la ciencia se generan espacios donde el usuario adquiere un rol preponderante, puesto tiene la facultad de dialogar con el contenido de las actividades e incluso aprender y divertirse mientras conoce.

Además, sobre este tema podemos mencionar que ambos modelos tienen un origen similar, desde el punto de vista de la democratización del conocimiento y su difusión a numerosos y diversos públicos. Si bien es cierto, el diseño participativo y los museos interactivos se plantearon este propósito, no quiere decir que se haya alcanzado del todo, puesto que, una vez analizados los referentes y casos específicos, se puede observar que en todos existe un guía que direcciona el trabajo de los usuarios (aunque en algunos este tiene más relevancia que en otros). Esto quiere decir que, se difunde la idea de que el público es libre de manipular las ideas y el desarrollo de las actividades en las que se dan a conocer, pero en muchos casos, a la hora de poner en práctica las actividades, las etapas de desarrollo que llevan a resolver problemas son dirigidas de igual modo por un especialista que espera que el público llegue al final esperado. Lo mencionado se ejemplifica mayoritariamente con los museos de la ciencia. Sin embargo, hay otros en los que el público adquiere total libertad y protagonismo, y en los que no es necesario incluso seguir todas las etapas predispuestas, como se da mayoritariamente en los casos de diseño participativo.

Siguiendo la pauta anterior, respecto de las etapas por las que participa el usuario, podemos inferir que se dan dos situaciones principales. La primera, que se relaciona con la búsqueda de soluciones para un problema específico en la que el público interactúa activamente con la problemática, con la ayuda de un profesional. Podemos ejemplificar esta afirmación con el proyecto titulado "Un regalo de la experiencia: coproducción y codiseño en carrera y autogestión" o el proyecto de participación ciudadana del Ayuntamiento de Barcelona. En la segunda situación se visualiza la participación de los especialistas (sin el usuario) que buscan resolver problemas que

atiendan a las necesidades de las personas, para luego entregar un resultado en el que un público podrá participar. Con esto nos referimos principalmente a los museos de la ciencia, pero también en casos de diseño participativo como “La construcción del espacio ficticio en la práctica del diseño participativo” y “Creando interacciones tangibles con el patrimonio cultural: lecciones aprendidas de un proyecto de codiseño a gran escala a largo plazo”.

Otra característica destacada de los referentes es la importancia que se le da a la multidisciplinariedad con la que se logra generar una retroalimentación con otras y diversas áreas del conocimiento. En todos los casos se visualiza la participación de un equipo de especialistas que buscan conocer y mejorar la experiencia del usuario. Con el aporte de distintas áreas del conocimiento no solamente se puede innovar con nuevos recursos e ideas, sino que también es posible conocer en profundidad las necesidades del usuario. De este modo, es posible alcanzar un objetivo que se proponen tanto los proyectos enfocados en el diseño participativo como los museos de la ciencia, y es el diseñar con las personas, dejando atrás el modelo tradicional basado solamente en el diseño para el usuario.

De los casos expuestos que utilizan metodológicamente el diseño participativo para el desarrollo de los procesos llevados a cabo con diferentes usuarios, observamos algunas diferencias que son percibidas especialmente cuando trabajamos con los museos interactivos. Si bien estos últimos poseen muchas similitudes con los referentes que hemos venido mencionado, ya que en sus trabajos integran al usuario, no todas las etapas siguen la continuidad de los proyectos en los que predomina el diseño participativo. Esto es posible de afirmar ya que, si bien en el discurso los museos interactivos incentivan la participación directa del usuario, este pareciera que no del todo el protagonista. En otras palabras, el proyecto en sí tiene más visibilidad que el propio usuario ya que este, en la práctica, participa en las fases que son predispuestas para su intervención y que se relacionan mayoritariamente con las finales, es decir, las que ponen en práctica la actividad. Este tipo de diseño participativo, en nuestra investigación, la denominamos como “casi participativo” y es que el usuario forma parte de la actividad, pero únicamente cuando las directrices son definidas y redirigidas por profesionales en las etapas previas, independientemente de la opinión

o intereses particulares de cada participante. En la Tabla 11 podemos observar esquemáticamente las diferencias entre el diseño participativo y los “casi participativos” de los museos interactivos:

Diseño participativo	Diseño “casi participativo” de los museos interactivos
El usuario participa en todas o varias de las etapas del desarrollo del proyecto.	El usuario solo participa en el resultado.
Es posible alterar y no necesariamente completar las etapas (proceso iterativo).	Es necesario completar un circuito.
Presencia del diseñador o especialistas en las etapas.	El usuario no necesita estar con el especialista.
El usuario es consciente de que el especialista los guía.	El usuario no es consciente de que hay un grupo especialista que, si bien físicamente no está a su lado indicando las etapas que debe seguir, previamente estos ya determinaron el circuito.
El usuario no es consciente de que tiene la libertad total de participar o no de esta, ya que se encuentran presentes los especialistas de manera física.	El usuario tiene la sensación de libertad al momento de participar en las diferentes etapas de la actividad, a pesar de que, como mencionamos, las etapas están predispuestas. Esto quiero decir que el usuario inconscientemente completará el circuito con la idea de que es él quien decide qué camino seguir.

El usuario materializa o concreta el resultado.	El resultado ya está hecho por el profesional para que el usuario disponga de este.
El usuario es libre de presentar las ideas, pero el profesional es el que entrega las herramientas para llegar a esas ideas.	El usuario solo interactúa con las herramientas para llegar a un resultado.
El especialista entrega toda la información para desarrollar el proyecto.	No necesita que el usuario tenga un estudio previo a la actividad o para participar.
No necesita un espacio específico.	Necesita un espacio determinado (grande, cerrado y luminoso).
No necesita tantos elementos para atraer al usuario.	Necesitan diversos elementos para atraer al usuario como música, efectos de luces, interacción con objetos, espacio amplio y con colores atractivos.

Tabla 11. Comparación entre el diseño participativo y el "casi participativo".
Fuente: Elaboración propia.

3.3. Referentes de educación experiencial.

Una vez expuestas en el apartado teórico las particularidades de la educación experiencial, presentamos a continuación ejemplos de participación interactiva en exposiciones que relacionan la educación experiencial con un conocimiento concreto y que en su momento difundieron contenido de forma dinámica. En estas presentaciones el usuario forma parte activa del proceso de aprendizaje, sintiéndose parte de la actividad al involucrarse e interactuar con su entorno.

The Undrawn Drawing Tour.

Proyecto creado por Nadine Kolodziey, ilustradora de Frankfurt perteneciente al grupo de Adobe Creative Residents¹³⁹. Su trabajo, enfocado en la investigación visual, se realiza utilizando la ilustración experimental. Esto para extender los límites de la ilustración, analógica y digital, en espacios reales en los que se crean paisajes transitables que invitan al usuario a explorar los diseños a través de su propia experiencia. Este caso nos interesa particularmente por la manera en la que el usuario forma parte de las diferentes obras exhibidas. Obras que, a su vez, van uniendo piezas en dos dimensiones realizadas con proyecciones coloridas. Esta exposición incluye además objetos en blanco, estrategia que busca crear un espacio para que el público se integre, ya que, le da a este la sensación de que está dentro de la obra (ver Figura 41).



Figura 41. Exposición The Undrawn Drawing Tour, Frankfurt.
Fuente: Kolodziey, Nadine (2018).

Atelier lumieres.

Atelier Lumieres es un centro de arte digital de París¹⁴⁰ que pretende mostrar el arte de una forma alternativa, es decir, mediante exhibiciones digitales en inmersión que involucran continuamente al usuario y lo hacen parte de la exposición. Este trabajo utiliza proyecciones y sonidos que se adecuan en grandes espacios en los que se

¹³⁹ Para más información véase Kolodziey, Nadine (2018). *The Undrawn Drawing Tour*. Recuperado de <https://nadinekolodziey.com/theundrawndrawing>

¹⁴⁰ Para más información véase Atelier lumieres (s.f.). *Un lieu d'Histoire*. Recuperado de <https://www.atelier-lumieres.com>

presenta el arte en toda el área del espacio (suelo, paredes y techo) como se puede observar en la Figura 42. Esta experiencia multisensorial proyecta obras de artistas contemporáneos y figuras de la historia del arte. Lo particular es que está adecuado para usuarios de todas las edades que interactúan con las exposiciones durante todo el recorrido, haciendo que las personas se sientan sumergidas en las obras. De esta manera, el fin creativo se convierte “en un vector formidable para la difusión, y es capaz de crear vínculos entre épocas, agregar dinamismo a las prácticas artísticas, amplificar las emociones y llegar al mayor público posible”.¹⁴¹ Esta forma de propagar conocimiento se puede adecuar igualmente para propósitos educativos con temáticas más histórico-sociales, tal y como pretende hacerlo el proyecto de esta investigación. Lo interesante de esta estrategia de difusión de la información es que el usuario se interesa por pertenecer a lo que se expone en un espacio determinado. La idea de ser parte de una actividad que normalmente es estática y no hay mayor dinamismo en el intercambio, más allá la observación de una obra, es lo que principiarmente recogemos como modelo para nuestra investigación.



Figura 42. Exposición Atelier Lumieres inspirada en Gustav Klimt.
Fuente: Muñoz, Rosario (2018).

Yayoi kusama.

Yayoi Kusama exhibe sus obras de forma experimental y multisensorial¹⁴². Sus creaciones son a escala humana, lo que permite al usuario no solamente tomar

¹⁴¹ Barreto (2018).

¹⁴² Para más información véase: Kusama, Yayoi (s.f.) Biografía. Recuperado de <http://yayoi-kusama.jp/e/biography/index.html>

fotografías a las obras que se exhiben, sino también involucrarse e interactuar directamente con éstas al momento de recorrer las diversas salas de exposición.

La artista utiliza una paleta de colores llamativos para el público y a través de la experimentación, crea ilusiones de patrones infinitos e intervenciones hipnóticas, a las que además añade luces y figuras tangibles que captan toda la atención de los usuarios. Al igual que el caso anterior, más que la obra en sí, lo que resalta es que al involucrar al usuario directamente con las obras, se capta la atención del público de manera efectiva. De hecho, invita al usuario a desear conocer y formar parte de lo que se está exponiendo como se puede observar en la Figura 43.

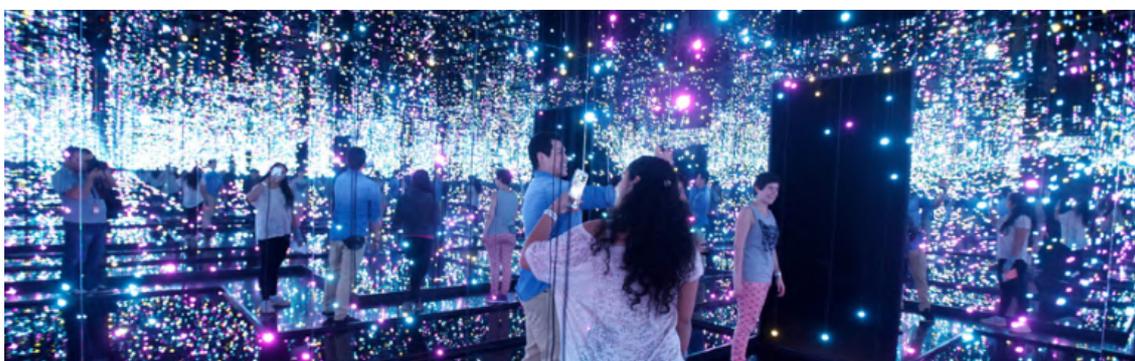


Figura 43. Exposición Obsesión infinita de Yayoi kusama en el Centro de las Artes 660 / CA 660, Santiago de Chile.
Fuente: El Mercurio On-Line (EMOL) (2015).

Observaciones educación experiencial.

La educación experiencial es un método de trabajo que integra al usuario en las diversas actividades destinadas a difundir ideas de una manera interactiva, cercana, estimulante y divertida. A pesar de promover la imagen de que el público objetivo es un ente independiente que puede intervenir de manera activa en el transcurso de las diversas actividades, igual como ocurre en el proceso participativo de los museos interactivos, en la práctica éste no es completamente libre de participar. Es decir, si bien el individuo en concreto que participa posee sus propios intereses personales, no siempre estos van a estar relacionados con la exhibición. Lo anterior hace que la relación entre emisor y receptor no sea del todo recíproca. Esto se afirma porque la estructura del proceso está predispuesta y organizada por una autoridad supervisora que determina los pasos a

seguir dentro de la actividad, por lo tanto, a pesar de que el público objetivo puede participar activamente en el proceso de aprendizaje, éste no puede alterar la organización esquemática ni abandonar la actividad, puesto que, si lo hace, no conocerá el resultado final. Es nuestra investigación en particular, pretendemos vincular los referentes de la educación experiencial y sus metodologías de trabajo, pero integrar al usuario desde el momento mismo en el que se definan las pautas del proyecto. Es decir, se tiene el propósito de que el público objetivo exponga sus necesidades desde el comienzo para ir dándole respuestas inmediatas que se relacionen directamente con sus intereses.

3.4. Referentes de creación de signos.

Además de analizar referentes relacionados con la forma en que podemos exponer nuestro proyecto con el diseño participativo y la manera en que otros consiguen rescatar parte de la herencia cultural con la actualización de gráficas pertenecientes a los antepasados de diferentes culturas, también debemos analizar modelos que nos entreguen las herramientas para tener una idea de cómo crear el contenido netamente relacionado con el área de la semiótica y el diseño gráfico de nuestro proyecto. Durante el transcurso de toda nuestra investigación los signos están presentes en las diferentes manifestaciones artísticas de los pueblos indígenas que queremos dar a conocer. Por eso tenemos presente además que lo anterior está enlazado con la manera de crear símbolos. Este es el motivo por el cual estudiamos proyectos relacionados con este tema en particular. Nuestros referentes son Isotype de Gerd Arntz y Otto Neurath, y las obras de Matt Muliccan. Estudiar estos proyectos nos permite analizar el proceso de creación de símbolos, la manera en que la percepción y la representación funcionan en cada manifestación a través de los símbolos, los signos y el lenguaje. De este modo es posible desarrollar la estructura principal de nuestros propios elementos gráficos en base al arte de los pueblos indígenas chilenos.

Isotype: Gerd Arntz – Otto Neurath.

Isotype es un proyecto desarrollado en el periodo de entreguerras y que trata de un sistema sencillo de comunicación mediante el uso de imágenes simplificadas. Este sistema fue creado para facilitar la comunicación en un usuario que, en ese entonces, era proletario y mayoritariamente analfabeto¹⁴³. Gerd Arntz intentó crear un lenguaje visual que pudiera entregar información de forma más precisa que la tipografía, con la intención de superar las barreras del idioma y la cultura. Además, Arntz pensó en transmitir significados dependiendo de la estructura sintáctica del conjunto de signos, que no precisaban solamente de sus características semántica. Por esta razón fue que, finalmente, Otto Neurath diseñó diferentes iconos para el sistema Isotype y algunos ejemplos se encuentran en la Figura 44.



Figura 44. Algunos íconos que Gerd Arntz diseñó para el sistema Isotype de Otto Neurath.
Fuente: Del Pozo, (2016).

Metodología de Isotype.

El objetivo del proyecto fue crear un método pictórico de comunicación. La gráfica se muestra con significados duraderos y amplios e imágenes que disponen cualidades icónicas. Posee un lenguaje que facilita la comunicación con el fin de crear un mundo “socialmente justo y unificado”. En este, cada imagen se compone de varias partes que cobran sentido si están unidas. Es importante mencionar que este lenguaje no es el sustituto de un lenguaje hablado o escrito y que los diseños también se pueden acompañar de palabras. Aun así, lo fundamental es la gráfica, que se basa en el efecto

¹⁴³ Del Pozo (2016).

de las imágenes que es mayor al de las palabras, sobre todo en el inicio de la entrega de un nuevo conocimiento. Además, para entender las imágenes diseñadas es necesario que el usuario comprenda el significado de estas a través de la asimilación con la gráfica.

La metodología de trabajo de dicho lenguaje se basa en la observación de la vida social de los ciudadanos con el objetivo de transmitir información de forma objetiva. Para desarrollar la investigación y la gráfica el estudio se apoya en un trabajo multidisciplinar, en el que cada área entrega conocimientos específicos (diseñadores, historiadores, estadistas, economistas) ¹⁴⁴. El equipo de este proyecto fue supervisado y coordinado por Neurath, y en este los integrantes del equipo se dividieron las siguientes funciones:

-Recolectores de información: Expertos en diversas áreas de conocimiento.

-Transformadores de la información:

¿Qué decir, ¿cómo decirlo, y con qué objetivo?

Se establece un vínculo entre recolectores y artistas gráficos para poder analizar, ordenar, seleccionar e interpretar el material para presentar la información. En esta etapa se unifica la ciencia y el arte para presentar mejores resultados. Se presentan también las pruebas, correcciones y acuerdos entre los miembros del equipo. En esta etapa es imprescindible igualmente la retroalimentación entre los transformadores y el usuario.

- **Artistas gráficos:** Quienes desarrollaron gráficamente los símbolos.
- **Asistentes técnicos:** Se encargaron de la impresión o color de las piezas gráficas.

¹⁴⁴ Teizner (2015), p. 4.

Para desarrollar los elementos visuales se tomaron en cuenta las siguientes normas:

- Estandarizar y simplificar las formas.
- Ser legibles para reconocerlos al instante.
- No reemplazar por completo las palabras.
- Para representar cantidad: Usar mayor o menor cantidad de símbolos para una cantidad específica.
- Combinar símbolos para presentar una idea.
- Que sean fáciles de comprender y que sean agradables al observarlos.
- Que se entiendan a pesar de la diferencia de idiomas.

Reglas base para desarrollar las imágenes:

- Simplificación consistencia y coherencia.
- Terminología y lenguaje: evitar uso de términos metafísicos y abstractos.
- Diagramación: representar grupos y subgrupos.
- Tipografía: legibilidad.

Características de los diseños:



Matt Mullican.

Matt Mullican es un artista que elabora un lenguaje codificado de diagramas y símbolos para mostrar las complejidades de la condición humana y su existencia. Las gráficas suponen las intuiciones filosóficas, la psique, las interacciones humanas y los fenómenos. En sus obras se muestra la relación del mundo y la representación que le otorgan las personas.

El artista se cuestiona cómo el mundo se transforma en un sistema de signos e investiga el funcionamiento de las palabras y las imágenes, estudia también los procesos con los que convertimos los hechos empíricos en un discurso abstracto y simbólico¹⁴⁵. Para realizar sus obras Mullican usa la hipnosis, que funciona como un catalizador para la creación de imágenes¹⁴⁶. Lo anterior le permite analizar o experimentar un universo iconográfico proyectado e interpretado a través de pictogramas. Este proceso le permite “entrar en la imagen” y concebir la relación entre lo objetivo, lo subjetivo y la interpretación como una entrada al campo de irracionalidad o proceso de sugestión.

En cuanto a la estructura visual de sus obras Mullican se basa en estructuras geométricas simples a partir de figuras básicas (triángulos, círculos, cuadrados) (ver Figura 45). Las piezas gráficas se inspiran en ciudades modernas, urbanismos de racionalidad utópica o diseños industriales que le permiten crear un sistema¹⁴⁷ para entender y tomar posición en su mundo.

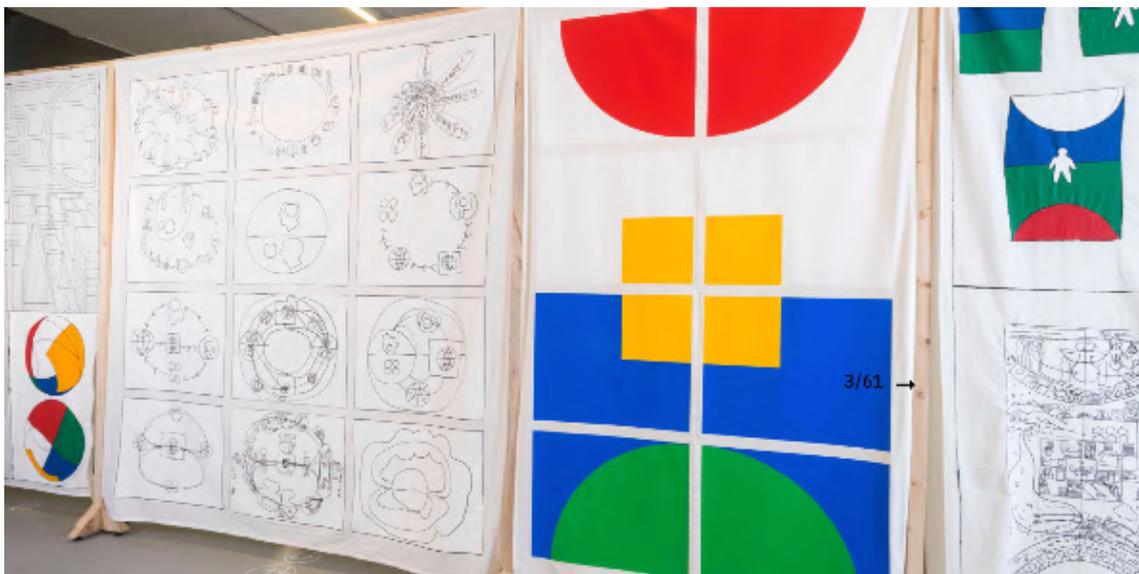


Figura 45. Ejemplos de obras de Matt Mullican.
Fuente: Project SD (s.f.).

¹⁴⁵ Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (s.f.).

¹⁴⁶ Hinojosa (s.f.).

¹⁴⁷ Enguita (s.f.).

Disposición espacial + elementos cromáticos.



La obra de Matt Mullican contiene una serie de particularidades que la hacen única y que resumimos a continuación¹⁴⁸:

- Estructura de cosmología (5 "estancias"): busca confrontar un orden posible del pensamiento con la contingencia y la emoción de la vida cotidiana.
- Superior: rojo (subjetivo)
- Inferior: verde (Elementos materia)
- Centro: amarillo (Hombre y sus contextos - arte, historia, ciencia, religión - Es el puente entre el sujeto y el objeto)
- Mundo: azul (Experiencia cotidiana, ciudad, edificios, gente)
- Lenguaje: negro (Realidad intensificada, se separa y vuelve abstracta, autosuficiente)

Reflexiones sobre los referentes.

Los dos referentes de creación de signos expuestos son de gran importancia para nuestro proyecto porque nos da una idea de cómo enseñar el arte de los pueblos indígenas chilenos a un público contemporáneo, a pesar de que estos trabajos no estén relacionados directamente con la manera de enseñar elementos de una cultura en particular. Se vinculan ambos referentes con nuestro proyecto dado que se basan en la lectura y creación de símbolos.

Al analizar estos referentes nos percatamos de la importancia de que el usuario asocie la gráfica con un significado para que exista una lectura correcta de los símbolos que se presentan. Nos referimos a enseñar símbolos o signos que queremos dar a conocer

¹⁴⁸ Para más información véase Enguita, Núria (s.f.) *Matt Mullican*. Recuperado de <https://coleccion.caixaforum.com/artista/-/artista/5001/MattMullican>

hasta que el usuario interiorice su significado y de esta manera, que los perciba sin equivocaciones. También nos demuestra cómo la percepción ocupa el rol más importante dentro de este tipo de proyectos, por sobre el lado estético de lo que se expone, ya que lo fundamental es la utilidad del lenguaje. De esta manera, no se llega a constituir un mensaje ambiguo al momento de ser percibido por el usuario. Además, podemos estructurar una obra en base a símbolos y, dependiendo de la manera en que se presenten sus estructuras, pueden adquirir nuevos significados, particularmente como lo hace el proyecto de Matt Mullican. Lo anterior porque muchas veces el usuario, si no conoce con antelación los significados de los colores o de las formas que el artista ya tiene definido, difícilmente puede percibir la intención que el artista quiere expresar. Por esta razón es necesario tener el conocimiento de los diferentes elementos mencionados al momento de observar las obras. Esta manera de presentar los símbolos hacia el usuario es lo que también nos interesa, debido a que se da a conocer información que involucra al usuario en las obras cuando este descifra el mensaje que presenta. Estas son las razones por las que ambos referentes son utilizados como modelo para crear una situación en la que el usuario interactúe con los símbolos resultantes de nuestro proyecto de investigación.

4. Legados, un proyecto participativo.

4.1. Estrategia de diseño.

La propuesta es un juego de cartas transparentes que al unir las se crea un símbolo que va uniéndose al mismo tiempo una frase con sentido y basada en la jerga chilena. Antes de explicar el detalle de esta propuesta hay que mencionar que hasta este momento hemos estudiado la manera en la que otros proyectos involucran al usuario en diversos contextos, analizando la manera de entregar conocimiento de forma dinámica o cómo algunos han hecho posible el rescate de parte de una cultura a través del diseño. Igualmente investigamos cómo se pueden presentar nuevos símbolos a un público que no está familiarizado con el arte indígena. Los anteriores análisis nos sirven de guía para desarrollar nuestro objetivo de dar a conocer dicho arte y adentrarnos en la etapa de Definir del Design Thinking.

Nuestra investigación pretende crear un sistema de signos basado en las creaciones de los pueblos indígenas chilenos a través de su actualización con elementos cercanos a un usuario contemporáneo, tomando como modelo los trabajos de artistas extranjeros que combinaron el diseño y la semiótica y que señalamos anteriormente (Gerd Arntz-Otto Neurath y Matt Mullican). De esta manera, con las prácticas diseñísticas y la digitalización, complementado con un estudio meticuloso de los intereses del usuario, buscamos modificar los elementos gráficos estructurales, pero manteniendo la base del ícono o símbolo indígena de los pueblos Diaguita, Mapuche, Rapanui y Selk'nam.

Posteriormente transmitiremos el resultado de los nuevos símbolos a un público actual, a través de la experimentación visual, la participación y la integración con la temática, lo que posibilitará la construcción de una identidad cercana al legado cultural de los antepasados chilenos. Para este proyecto es fundamental la percepción para la descripción idónea de los elementos gráficos, ya que la apreciación tiene diferentes interpretaciones y es importante considerar todas las potenciales perspectivas que el receptor otorga a una determinada información. De esta manera el usuario puede percibir los nuevos diseños de símbolos y fortalecer el código de reconocimiento de los signos originales con sus componentes artísticos, ya que, como señala José Luis

González Llamas (2014), se logra fomentar la identidad cultural y la idea de pertenencia a un grupo étnico basándose en la consideración propia, en una autoadcripción que lleva implícitos una serie de conocimientos, conductas, valores y sentimientos compartidos que parten de un origen común y que representa a un grupo social.

El trabajo se complementa además con los lineamientos teóricos propios de la filosofía en temáticas como los significados y las percepciones culturales, tanto como sustento teórico como comunicativo, que son considerados como constructores de la cultura. El procedimiento de la semiótica, basado en la significación se refiere, según los autores Eco (1976), Morris (1985) y Costa (2003) a una entidad compuesta por el significante y el significado que permiten transmitir la información. Tal y como señalan también los autores Gillian Rose (2007), Arianna Maiorani y Christine Christie (2004), gracias a esta transmisión de la comunicación, nuestra comprensión de cualquier situación social en particular puede hacerse visibles a través de la selección y combinación de signos dentro de un código de comunicación visual y son las personas que habitan la cultura quienes hacen sentido de esos signos.

Por otro lado, al observar y analizar los datos obtenidos, poco a poco se dieron las condiciones para desarrollar una propuesta. Los antecedentes que consideramos se vinculan con los datos estadísticos, encuestas e información sobre la identidad chilena, junto con estudiar las características y personalidad de los chilenos. También el analizar cuidadosamente las características y gustos del usuario, unido al estudio de los símbolos indígenas que queremos dar a conocer. Lo anterior complementado también con la revisión de los referentes. La propuesta consiste en un juego, es decir, en una manera cercana de entregar el conocimiento que al mismo tiempo motiva al usuario a aprender, a comunicarse y socializar el conocimiento adquirido.

4.2. Ideación de la práctica de diseño.

En esta fase del proyecto nos encontramos en la etapa de Ideación del Design Thinking. La ideación está sustentada en el usuario del proyecto y en sus intereses. Tal como presentamos en el apartado del capítulo 2 sobre las particularidades del usuario y que fue de interés para nosotros a la hora de diseñar el proyecto, el usuario tiene la necesidad de comunicarse e interactuar con otros, especialmente si se trata de un entorno social construido por él mismo. En ese sentido, los jóvenes buscan canales comunicativos como las redes sociales, que forman parte de su vida cotidiana, pues las usan como herramientas esenciales para relacionarse con otros. Entonces, la razón de por qué el usuario dedica a esta actividad gran parte de las horas del día radica en su interés por compartir con sus pares, mantenerse en contacto con ellos y no únicamente para informarse o divertirse con las diferentes plataformas. A lo anterior se le suma los resultados obtenidos en el trabajo de campo y el contacto con el grupo objetivo, instancia en que también los jóvenes comentaron que para ellos resulta fundamental compartir directamente con las personas y no siempre a través de los medios digitales.

De la importancia que el usuario le otorga al intercambio de ideas de manera directa con otros y el motivo por el que utilizan principalmente las redes sociales, que es, como su nombre lo indica, sociabilizar, es que consideramos necesario el crear una instancia interactiva y directa en la que se pudieran conocer los diseños, compartir y al mismo tiempo aprender.

Otro antecedente lo encontramos en los referentes y el diseño participativo, en los que evidenciamos que el usuario necesita sentirse parte del proceso pues se involucran y perciben que pueden contribuir en la búsqueda de respuestas que satisfagan sus propias necesidades, ya sea para aprender, divertirse o conocer. Basándonos en lo anterior es que este estudio integrado al público objetivo en todas las etapas del proceso de confección del proyecto final mediante encuestas, entrevistas y mapas de trayectoria ya sea en persona o con la ayuda de las redes sociales, y en las que ellos mismos han ido aportando también comentarios críticos respecto a los avances.

Hay que resaltar que, si bien el diseño participativo busca que el usuario colabore libremente en el estudio, este debe ser dirigido por el diseñador. No estamos diciendo con esto que el diseñador intervenga como autoridad, sino que simplemente es el guía que intercede en el proceso y sobre todo al final del este, para que no se pierda el propósito de dar a conocer un arte indígena que posee unas formas definidas ya por los propios ancestros. Algunos de estos pueblos no dejaron legado del significado concreto de sus diseños, puesto que algunos se hicieron, por ejemplo, con fines decorativos. Y, si bien en la actualidad es complicado conocer su significado, sí es posible llegar al menos a diferenciar gráficamente los signos dependiendo del pueblo indígena a los que corresponden.

La situación de la emergencia de la Covid19 nos llevó a replantear algunas partes del el proyecto y la entrega del conocimiento, puesto que esto limitó las reuniones entre personas, ya sea reduciendo su número o directamente eliminándolas con el confinamiento (situación que no sabemos si puede repetirse en un futuro). Por eso en un primer momento pensamos que el camino más rápido y fácil sería el trabajar con las redes sociales, pero con esto dejábamos de lado la comunicación directa, que es fundamental en la vida del usuario y por lo que consideramos que no es posible descartar. Además, a través de las mismas encuestas observamos que la mayoría de los jóvenes no podía vivir sin el contacto directo de su familia y amigos. Por lo tanto, lo que hicimos continuamente fue elaborar y dejar de lado propuestas para que, poco a poco, pudiésemos llegar a una alternativa que garantizara los intereses del grupo objetivo. Consideramos también el hecho de que las medidas higiénicas de la Covid19 no restringieron del todo el contacto con el círculo cercano de los individuos, que es el grupo con que el usuario desea afianzar lazos, por eso no eliminamos de la propuesta final la socialización de este tipo.

En ese sentido optamos finalmente por desarrollar un proyecto que permita la participación directa para que el usuario conozca, experimente, identifique y cree símbolos indígenas a partir de los diseños de sus antepasados de una manera divertida y simple de manipular. Fue así como llegamos a la solución de crear un

juego de cartas que contiene las características de la información estudiada en la investigación y que define la identidad de los chilenos: la personalidad, el lenguaje y el legado indígena. Antes de llegar a esa solución pensamos en diferentes ideas que nos hicieron repensar la actividad final y que descartamos. Para conocer dichas ideas véase el Anexo n°7.

El idear el estilo de jugabilidad que entregue conocimiento del arte indígena en el usuario tiene por objetivo que este reciba conocimiento visual y que interiorice el arte indígena. También es importante que el usuario se sienta involucrado en el proceso, sobre todo cuando se ponga en práctica la propuesta. El aprendizaje interactivo está diseñado para que el jugador no sienta que alguien lo guía como una autoridad. Además, para mejorar la experiencia con el usuario pensamos igualmente en la manera en que este manipule fácilmente los elementos artísticos de los pueblos indígenas. Por esta razón decidimos crear tarjetas que mostraran la información indicada ya que, a pesar de que los diseños originales muchas veces son simples de rehacer, también hay otros que contienen elementos geométricos que no quedan idénticos al redibujarlos si no se usa una retícula, pudiendo finalmente dificultar la reproducción de estos. Por ese motivo decidimos usar un material transparente para superponer los diseños y de esta manera hacer que el usuario cree nuevos símbolos con mayor simpleza.

4.3. Descripción del juego.

La propuesta es el juego de cartas Legados que permite al usuario conocer gráficamente los signos indígenas de los pueblos chilenos y al mismo tiempo entretenerse al momento de jugar y descifrar las frases escritas con la jerga chilena. Decidimos nombrar al juego Legados porque damos a conocer una parte importante de la herencia de una cultura en específico, es decir, el legado artístico de los pueblos indígenas chilenos. El juego de cartas es una manera de entregar conocimiento a través de la interpretación de símbolos que, entre más se practique, más se consigue reconocer e identificar cada uno de ellos.

El juego se trata de descifrar frases y crear símbolos confeccionados sobre la base de los diseños de los pueblos indígenas chilenos, los que se obtienen de la unión de las diferentes cartas que son transparentes y que se pueden ver en la Figura 46. Dichas frases contienen palabras de la jerga chilena y están escritas con el abecedario diseñado sobre la base de los símbolos indígenas. Las tarjetas se dividen en cuatro grupos, cada uno con un color correspondiente y la idea es que se debe seguir el orden que estas indican puesto que al unir las y superponerlas se crea un nuevo símbolo. En la confección de este juego de cartas consideramos el hecho de que, gráficamente, algunos símbolos, al ser un tanto complejos de recrear, la base de los diseños debe ser entregada a los usuarios para que estos posteriormente creen símbolos uniendo diversos elementos.

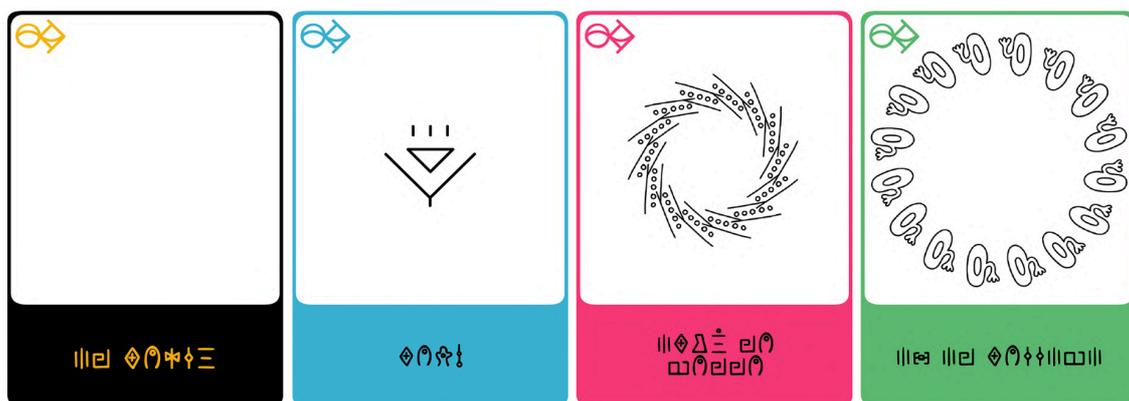


Figura 46. Ejemplo de cartas del juego Legados.
Fuente: Elaboración propia.

Las tarjetas muestran los diseños de los pueblos indígenas Diaguita, Mapuche, Rapanui y Selk'nam y se escogieron aquellos signos que contienen elementos más repetitivos en cada uno de ellos. De esta manera mostramos las formas gráficas que posee cada pueblo para diferenciarlos, esto gracias a los datos resultantes del modelo de clasificación que se encuentra en el punto 4.5.1. del capítulo 4.

El juego se estructura también con las categorías de palabras de la jerga chilena, es decir: sujeto, característica, acción y situación. Estas categorías inferidas a nivel semántico (ver Tabla 13) son las que establecen el orden de las tarjetas en el juego. Cada grupo tiene un color diferente para poder guiar al usuario en el momento de

usarlas y para diferenciarlas: **suje-to-negro** (18 tarjetas), **característica-celeste** (25 tarjetas), **acción-rosa** (18 tarjetas), **situación-verde** (18 tarjetas) (ver Figura 47). Todas estas tarjetas se encuentran en el Anexo n° 5 También agregamos una tarjeta para cada participante que contiene la información del nuevo abecedario y del abecedario latino para poder descifrar las frases a través de la comparación de ambos (4 tarjetas). Y, por último, agregamos cuatro tarjetas comodín en cada una de las categorías mencionadas anteriormente, esto para añadir más dinamismo al juego. Respecto de la tarjeta comodín, quien la posea se salta el paso de descifrar la frase que aparece en una tarjeta.

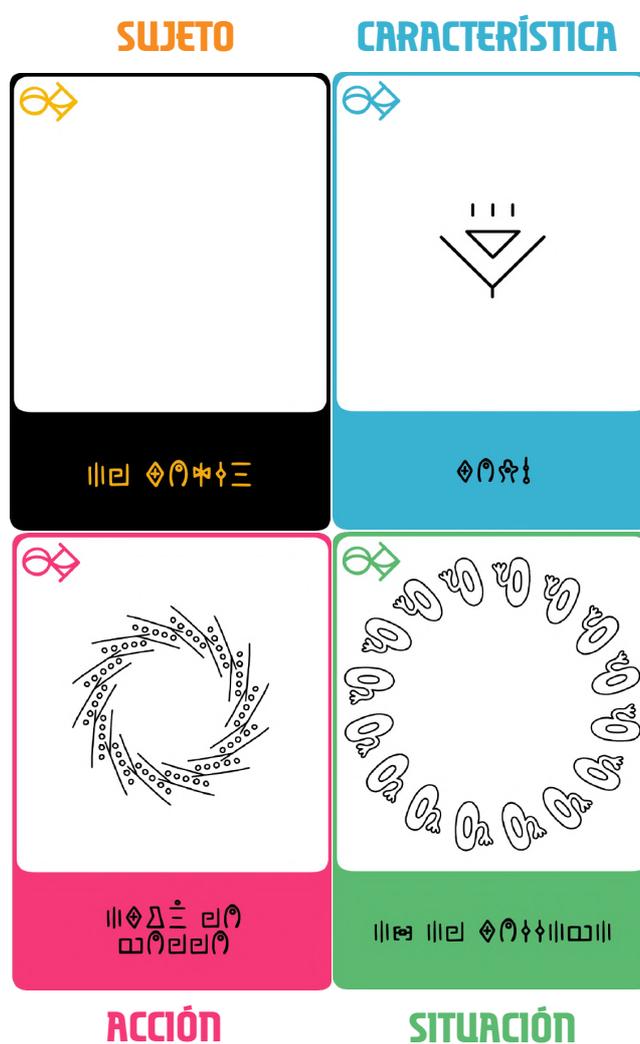
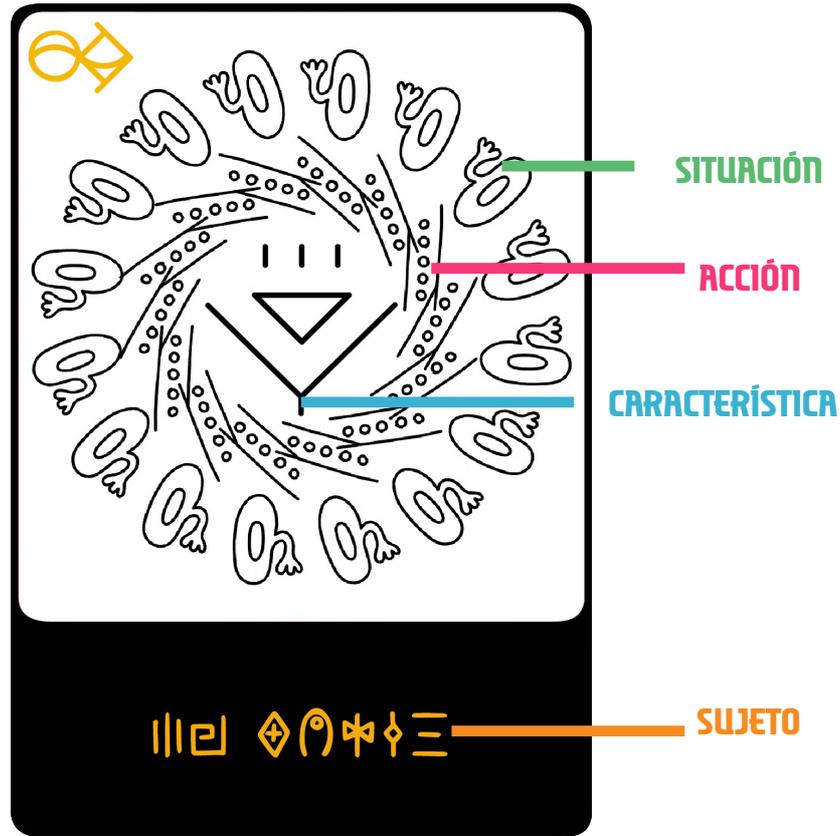


Figura 47. Cartas divididas por categoría.
Fuente: Elaboración propia.

En Legados todos juegan al mismo tiempo y comienza cuando todos los participantes tienen en sus manos las cuatro tarjetas listas para descifrar (correspondientes a cada categoría). El jugador que descifre primero el mensaje se queda con el símbolo que obtiene al juntar las cartas y los participantes que no obtienen el símbolo deben devolver las tarjetas a los grupos respectivos. Quien reúne más símbolos gana. Se puede jugar de a uno o más participantes y el juego acaba cuando se terminan las tarjetas o cuando los jugadores previamente acuerdan un número determinado de símbolos para el ganador. El tiempo de duración varía dependiendo de lo anterior y se estima aproximadamente que la partida puede durar entre 10 a 60 minutos (tiempo que se obtuvo de la puesta en práctica del juego).

A continuación, explicamos cómo jugar a través de una representación gráfica. En la Figura 48 podemos observar cuatro tarjetas, cada una pertenecientes a su respectiva categoría (sujeto, característica, acción y situación) y que en este caso son las que hay que analizar para descifrar la frase de la parte inferior y crear un símbolo. Las tarjetas se ubican sobre una superficie, siempre en el mismo orden, de lo contrario la frase u oración no tendría sentido.



||| ǁ ⋄ ① ✕ † ≡ ⋄ ① ✕ ≡ ||| Δ ≡ ǁ ① ǁ ① ǁ ǁ ||| ǁ ⋄ ① ✕ † ||| ǁ ǁ
EL CABRO CAPO ECHÓ LA TALLA EN EL CARRETE
EL NIÑO INTELIGENTE BROMEÓ EN LA FIESTA

Figura 48. Unión de 4 cartas para crear el símbolo final.
Fuente: Elaboración propia.

La lectura de las tarjetas a la hora de jugar respeta un orden compositivo que se lee desde abajo hacia arriba y desde el centro hacia afuera. Esta lectura ocurre solamente al momento de unir las cuatro tarjetas para crear el símbolo final. Se lee desde abajo hacia arriba porque el texto que va debajo de las tarjetas tiene más importancia en las cartas de sujeto, en las cuales, a diferencia de las demás tarjetas, no hay un símbolo más grande que represente el texto descrito en la parte inferior. En la unión de las tarjetas, al estar la tarjeta de sujeto por sobre las demás, el orden de lectura comienza desde abajo. Debemos añadir que, al comienzo, cuando el jugador no está familiarizado con ningún símbolo, comenzará leyendo el texto que aparece en la parte inferior de la tarjeta. Una vez que el jugador va aprendiendo los símbolos con la práctica durante el transcurso del juego, visualizará el símbolo principal y no

la frase. La lectura desde el centro hacia afuera se realiza cuando el símbolo está completo (unión de las cuatro tarjetas). Lo anterior porque decidimos que la característica de sujeto fuera el centro del símbolo final siendo el usuario el protagonista del juego, y también el sujeto el protagonista de la carta. De esta forma se van agregando posteriormente y hacia el exterior de este símbolo los demás elementos que se encuentran en las tarjetas que tienen los símbolos de acción y situación.

4.4. Elementos del juego.

4.4.1. Abecedario.

El juego de cartas posee diferentes elementos que lo componen y lo hacen atractivo para el usuario. El primer elemento es el nuevo abecedario que diseñamos en base a la gráfica de los pueblos indígenas escogidos de Chile: Mapuche, Diaguita, Rapanui y Selk'nam. En el abecedario nuevo reemplazamos cada letra del abecedario latino por un nuevo símbolo y que se vincula con el objetivo del proyecto de crear un sistema de signos a partir del patrimonio visual de los pueblos mediante la recontextualización del legado cultural de los antepasados chilenos con las herramientas del diseño gráfico.

Resulta necesario destacar que el significado original de cada signo indígena no tiene ninguna relación con el nuevo diseño. Esto porque muchos de los diseños originales son decorativos y en otros casos su significado casi no tiene un equivalente en el presente, por lo menos con el grupo objetivo. Con esto nos referimos, por ejemplo, a aquellos signos como los Selk'nam que son ritualistas o los Rapanui que se refieren a la pesca. También en muchos de los nuevos diseños tomamos como referencia el diseño en su totalidad y en otros solo una parte del diseño completo (el completo está en el manual de instrucciones). Debemos mencionar que el objetivo de este proyecto es dar a conocer los diseños indígenas y por eso en el diseño nos centramos solamente en los elementos gráficos.

Escogimos diseños con las características principales que obtuvimos al estudiar morfológicamente los diseños pertenecientes a cada pueblo indígena y seleccionamos

equitativamente la cantidad que utilizaríamos para el nuevo abecedario. Además, seleccionamos los diseños más simples en cuanto a sus elementos gráficos luego de analizarlos con la tabla de clasificación (que explicaremos más adelante) con el propósito de crear un sistema de escritura sencilla con los nuevos símbolos del abecedario. Es decir, priorizamos que al momento de anotar o leer los nuevos símbolos para descifrar las frases, esta práctica se diera de forma fácil y rápida.

Tomamos en cuenta que los símbolos se deben interpretar como un mensaje y no como un dibujo con elementos desconocidos, por esta razón realizamos numerosos cambios en el proceso de iteración de los diseños de los elementos que componen el nuevo abecedario. Para conseguir el resultado esperado escribimos frases y párrafos observando si la unión de los símbolos parecía un texto o varios dibujos que forman una imagen. Siguiendo la misma idea señalada, al trabajar con símbolos que poseen más detalles, simplificamos las formas y líneas base, pero no hubo mayores cambios entre el diseño original indígena y el diseño nuevo para poder dar a conocer el arte indígena de mejor manera. Además, para mantener una continuidad en la diversidad de diseños del arte indígena estandarizamos la línea gráfica de los cuatro pueblos indígenas con los que trabajamos, en otras palabras, unificamos en una misma línea gráfica el variado patrimonio artístico de los pueblos. Esto porque, como mencionamos, cada uno de ellos trabaja en soportes distintos y de maneras totalmente dispares.

La tipografía resultante son las 27 letras del abecedario, más las 5 vocales con tilde y un símbolo que representa las vocales "a" y "o" y que podemos ver en la Figura 49. Para integrar a los cuatro pueblos indígenas concedimos un número de elementos que fuera equitativo, del pueblo Mapuche usamos 7 símbolos, del Diaguita 6 símbolos, de Rapanui 8 símbolos y de Selk'nam 6 símbolos.

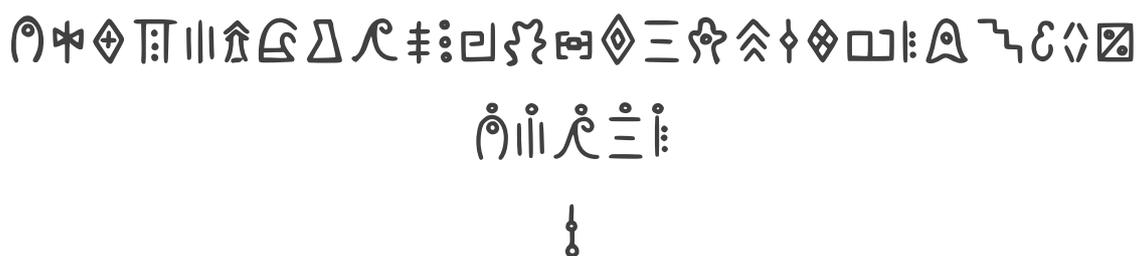


Figura 49. Tipografía del nuevo abecedario basada en el arte de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam.
Fuente: Elaboración propia.

Una cualidad del abecedario es que posee una línea gráfica que expresa informalidad, para que no se vea muy estructurado y es que, al tratarse de un juego, consideramos importante el elemento de la espontaneidad. Por ese motivo decidimos crear una gráfica que se vea notoriamente como escrita a mano alzada. Otro punto importante que debemos mencionar del abecedario nuevo es que el objetivo de los nuevos diseños no fue completamente estético, lo que no quiere decir que no se pensó que debía ser atractivo visualmente para quién recibiera la gráfica. En este caso la finalidad es mayoritariamente práctica, para poder saber de antemano cuál sería la recepción por parte del usuario para así continuar con la investigación.

En las tipografías agregamos un símbolo que reemplaza a las letras "a" y "o" (ǎ) en las tarjetas de la categoría de "característica", añadiendo el pronombre "la" o "el" al "sujeto" para que fuera más fácil para el usuario armar la frase y conocer las palabras chilenas tal y como son. Además, de la tarjeta "sujeto" depende el orden y la continuidad de las tarjetas de los grupos "acción" y "situación", para que las palabras de cada carta tengan sentido al incluir las frases que aparecen en los demás grupos de tarjetas. Otra observación que hicimos para evitar la confusión del usuario en la interpretación de los símbolos es que añadimos la tilde para las vocales que se agregan a las palabras de la misma manera que la tilde del abecedario latino.

Las frases escritas con la tipografía aparecen en todas las tarjetas porque estas son las que deben ser descifradas en cada una de las cuatro tarjetas del juego pertenecientes a cada categoría. Esta es una manera de comenzar a aprender el significado de los símbolos que aparecen en las diferentes categorías de las tarjetas.

Así, mientras más se juega, es más fácil de reconocer las letras de la frase de cada tarjeta. Lo anterior porque con la práctica se puede llegar a reconocer la letra a simple vista, igual como sucede con el símbolo (el que se asocia ya a la frase) haciendo que sea más fácil y rápida la interpretación de la frase completa y teniendo entonces más opciones para ganar.

Encuentro entre el público y el abecedario.

Siguiendo con la metodología del proyecto basada en el Design Thinking, y una vez confeccionado parte del diseño de nuestro proyecto, realizamos una experimentación con el nuevo abecedario con público en Chile, acción que se corresponde con la etapa de Prototipar y Testear. Consideramos importante también definir una estrategia de difusión basada en el diseño gráfico que involucrara al usuario para que este interactuara de forma directa con los diseños.

Para corroborar si una actividad participativa es una instancia adecuada para propagar el conocimiento es que realizamos un encuentro con público y mostramos diseños basados en el arte de los pueblos indígenas en la ciudad de Concepción de Chile (2019). Seguimos adelante con la propuesta en la primera instancia de actividad participativa, materializando la idea de difundir el arte de los pueblos indígenas. Para esto, primero diseñamos y luego testeamos con los símbolos que creamos para el abecedario. Hay que mencionar que los primeros diseños del abecedario no incluyeron las vocales con tildes ni el símbolo que representa la "a" y la "o" puesto que esos elementos se incorporaron después de la puesta en práctica. Los diseños que se presentaron en la actividad en Chile se pueden observar en la Figura 50.

	Z	A	B	C	D		
E	F	G	H	I	J	K	L
M	N	O	P	Q	R	S	T
U	V	W	X	Y	Z	a	b
c	d	e	f	g	h	i	j
k	l	m	n	o	p	q	r
s	t	u	v	w	x	y	z

Figura 50. Primer diseño del nuevo abecedario con símbolos indígenas.
Fuente: Elaboración propia.

Elaboramos los primeros bocetos del abecedario para tener un acercamiento entre el proyecto y un público real con el fin de conocer con anticipación si la actividad participativa obtendría un buen resultado y si los diseños atraían o no a los receptores. Así, al momento de desarrollar el diseño oficial de la propuesta final, tendríamos más antecedentes para involucrar al usuario al momento de entregar el conocimiento del arte de los pueblos indígenas.

La actividad participativa que se hizo en la Universidad de Concepción de Chile con el abecedario se hizo también con el fin de conseguir datos y antecedentes para continuar con el proyecto. Esta instancia estuvo dirigida a cualquier tipo de público, de forma espontánea y sin previo aviso.

Tomamos en consideración el lugar en el que desarrollamos la actividad, la Universidad de Concepción, un sitio público y céntrico en el que concurren diariamente diversas personas, no solamente universitarios, ya que es reconocido

como un lugar de esparcimiento en donde se reúne la familia, los amigos, los niños, etc. Al ser un espacio abierto resultó para nosotros interesante, ya que el público era heterogéneo. Pero, al ser una zona resguardada por guardias que se encargan de proteger el patrimonio de la universidad, esto complicaba la presentación del abecedario en cualquier lugar del recinto.

Finalmente conseguimos exhibir carteles con frases escritas con el nuevo abecedario basado en el arte de los pueblos indígenas chilenos: Mapuche, Diaguita, Rapanui y Selk'nam. En los carteles además agregamos un código QR (ver Figura 51) que direccionaría a los usuarios que lo activaran con su móvil hacia una publicación de Instagram que presenta una imagen con el significado de la frase. Esta cuenta fue creada únicamente para la experimentación y en esta publicamos también el abecedario completo para que quienes entraran al perfil de Instagram reconocieran cada una de las letras que fueron reemplazadas por los nuevos símbolos (ver Figura 52).

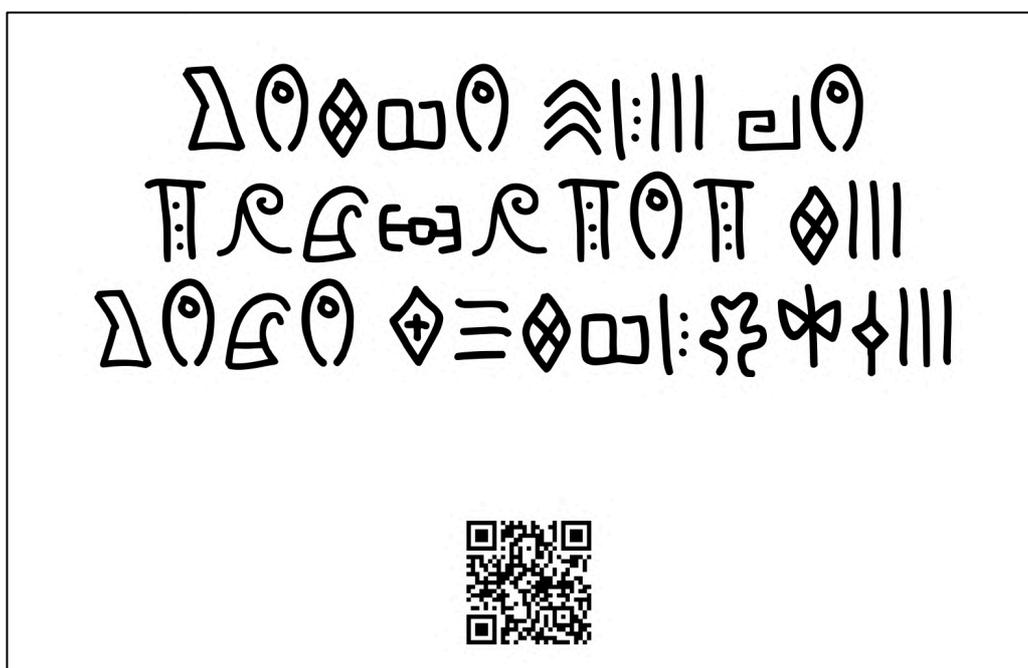


Figura 51 . Cartel con nueva la tipografía basada en los símbolos indígenas con la frase “Hasta que la dignidad se haga costumbre”.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 52. Imagen a la que direccionó el código QR a Instagram.
Fuente: Elaboración propia.

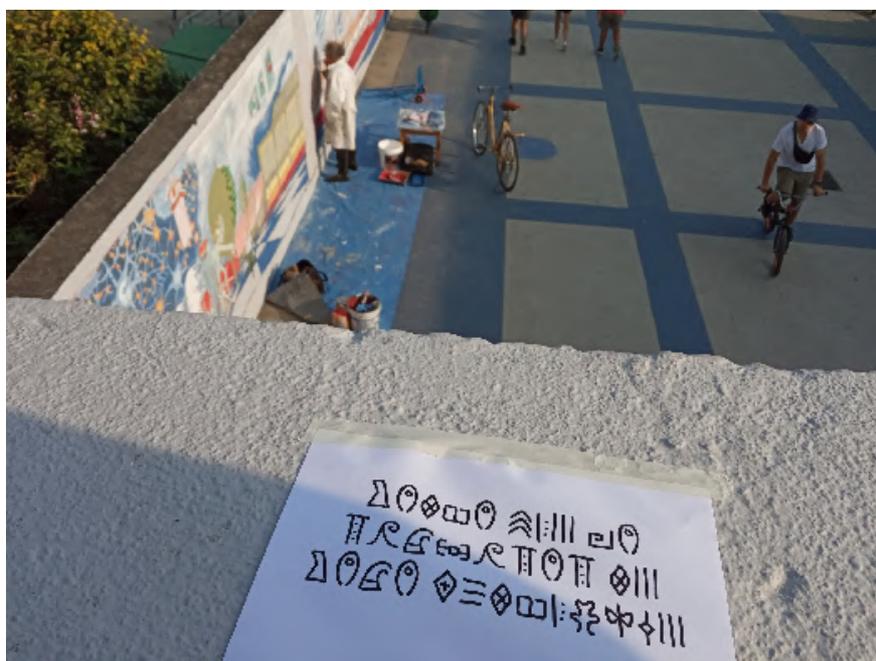


Figura 53. Cartel expuesto en la universidad de Concepción de Chile.
Fuente: Elaboración propia.

Decidimos exponer los carteles que se pueden ver en la Figura 53 sin invitar a las personas a que se acercaran, con la finalidad de saber si llamaría o no la atención el presentar frases con símbolos ilegibles. Aún así, debemos mencionar que agregamos un pequeño texto legible, indicando “Activa el código QR” porque pensamos que el no comunicar alguna instrucción confundiría al usuario.



Figura 54. Público usando el móvil para escanear el código QR.
Fuente: Elaboración propia.

Al comienzo de la actividad las personas se acercaron a mirar qué es lo que estaba pegado en el muro, luego observaron o tocaron los carteles un momento y en menos de un minuto ocuparon el móvil para capturar el código y ver qué aparecía en la pantalla (ver Figura 54). Algunos se quedaron mirando el móvil y compararon lo que estaba escrito en el cartel. En un principio pensamos que tardaríamos más tiempo en ver la respuesta del público, porque como mencionamos anteriormente, decidimos no intervenir para conocer el efecto que tendrían los carteles. Comprobamos que los diseños atraen al usuario a pesar de mostrar una frase sin más diseños además de las nuevas letras y estar en blanco y negro.

La cuenta de Instagram a la que direccionó el código QR obtuvo 50 seguidores en 3 días, lo que demuestra que la experimentación repercutió en el usuario. Como hubo respuesta por parte de los participantes al ingresar al enlace que dirigió el código observamos que el público se sintió atraído por los símbolos indígenas y sintió curiosidad por descifrar el contenido de los mensajes incomprensibles.

El efecto de esta actividad también resulta interesante al momento de mezclar elementos tangibles de la realidad (los carteles y el móvil) con elementos intangibles (los diseños). Esta manera de realizar parte de la investigación nos ha demostrado que incluir elementos tangibles atrae en un primer instante al público cuando se trata de observar e interactuar con los elementos gráficos.

En lo que se refiere a los diseños expuestos nos dimos cuenta con la actividad participativa que el abecedario abarca solamente un fragmento de lo que queremos dar a conocer, es decir, únicamente el legado indígena de las representaciones artísticas de los pueblos chilenos. Este no contiene elementos propios de la jerga chilena ni las características de los chilenos, elementos que también queremos difundir para acercar más al usuario y es que forman parte de la identidad contemporánea de ellos mismos. Sin duda el tema indígena tiene un rol importantísimo en lo que fueron, son y serán los chilenos, socioculturalmente hablando, pero existen también otros elementos contemporáneos que distinguen y diferencian a los chilenos de otras sociedades.

4.4.2. Marca.

En la creación de la marca hemos usado las formas resultantes en las conclusiones que obtuvimos al investigar morfológicamente los signos indígenas de cada pueblo y que unificamos gráficamente en la Figura 55.

- Diaguita: figuras angulares como triángulo y diseños en zigzag.
- Mapuche: figuras geométricas y regulares, predomina el rombo.
- Rapanui: figuras orgánicas para mostrar formas figurativas, sobre todo figuras humanas.
- Selk'nam: puntos, círculos y formas rectilíneas.

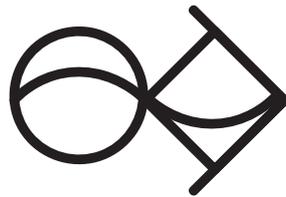


Figura 55. Logograma de la marca Legados.
Fuente: Elaboración propia.

Si descomponemos el símbolo y lo dividimos en colores podemos observar las figuras pertenecientes a cada pueblo indígena. Estas figuras son las que decidimos usar para demostrar las formas resultantes del análisis morfológico mencionado anteriormente y que podemos ver en la Tabla 12 y en la Figura 56.

Diaguita	Rapanui	Mapuche	Selk'nam
			

Tabla 12. Formas resultantes del análisis morfológico de los diseños de los pueblos indígenas.
Fuente: Elaboración propia.

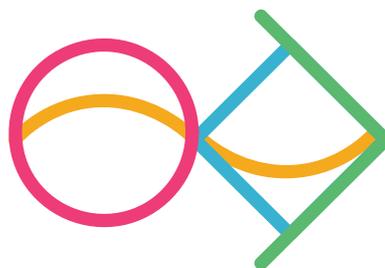


Figura 56. Unión formas resultantes del análisis morfológico.
Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, con la figura presentada, logramos unificar igualmente a los cuatro pueblos indígenas en un solo isotipo y no necesariamente usando diseños idénticos a los originales, abstrayendo hasta el elemento más simple de cada grupo. Todo con el objetivo de exponer que también podemos crear diseños originales teniendo como inspiración el arte indígena chileno. Este es un pequeño elemento y el único de este tipo en el proyecto, debido a que la finalidad es dar a conocer el patrimonio visual de los pueblos indígenas mayoritariamente a quienes no lo conocen o que tienen muy poca información sobre la temática.

Como pensamos en el juego como si fuera la materialización de una investigación, decidimos nombrarlo para que se identifique. Al entregarle el nombre de Legados le otorgamos también al juego una línea gráfica propia para presentarlo al público. Para desarrollar gráficamente la marca decidimos usar una tipografía legible, en este caso **Quicksand**, para mostrar el nombre del juego. Bajo este título usamos la tipografía creada en base a los signos indígenas chilenos. Así mostramos una parte de la idea del juego, el de descifrar los nuevos símbolos (ver Figura 57).



Figura 57. Marca Legados.
Fuente: Elaboración propia.

La palabra Legados que está escrita con nuestros símbolos es más pequeña que la tipografía legible. Decidimos hacerlo de esta manera porque quien juegue por primera vez no estará familiarizado con estos símbolos y lo primero que leerá serán las letras que puede entender.

Adicionalmente, a las tarjetas les añadimos el isotipo de la marca en la parte superior izquierda de estas, ya que el sustrato, al ser de material transparente, puede dificultar la identificación inmediata del lado de la tarjeta a la hora de jugar y manipularlas. Lo anterior ocurre sobre todo si se juega por primera vez, ya que los símbolos son desconocidos para los jugadores y existe la posibilidad de que, al sacar una tarjeta, esta se presente al revés. Esto puede dificultar también el descifrar las frases porque estas se verán escritas al revés. Nos percatamos de este detalle cuando testeamos el juego con público (como veremos más adelante) pues hubo instancias en las que los participantes descifraron al revés las frases o no encontraron los símbolos en el abecedario por tener las tarjetas invertidas.

4.4.3. Categorías de símbolos en las tarjetas.

Las tarjetas del juego están diseñadas sobre la base de tres categorías principales de la identidad chilena: los pueblos indígenas, la personalidad de los chilenos y el lenguaje. Sobre este último punto y tal y como hemos venido mencionando desde el análisis de los chilenos, estos tienen la particularidad de hablar justamente el “lenguaje chileno” (uno muy diferente al castellano tradicional). De este tema teníamos una noción superficial en comparación al enorme número de material dedicado a la temática que, una vez investigado en profundidad, nos percatamos de que este en sí mismo constituye un elemento cultural relevante. Dicho elemento fue integrado en el juego de cartas y así fue como buscamos aquellas palabras, dichos o frases que se usan cotidianamente en una conversación en Chile con expresiones que solamente fueran identificadas o entendidas por los chilenos y que no se hablaran en ningún otro país. Luego, para organizar los tópicos más representativos y que se repetían, buscamos diferentes formas de ordenar las palabras encontradas y, por esa razón, creamos un listado para conocer las que tenían relación entre ellas para así ir dividiéndolas en grupos.

Tal y como indicamos en el párrafo anterior, al analizar las palabras de la jerga chilena nos percatamos de que podemos agruparlas según categorías concretas que agrupan a las demás palabras, es decir, sujeto, característica, acción y situación (ver Tabla 13). Para llegar a ordenar las palabras fuimos escribiendo todas las que

recopilamos y luego unimos las que se relacionaban. Mediante la técnica etnosemántica, que vincula el lenguaje y la cultura y en la que no influyen únicamente los “aspectos anecdóticos, sino que da cuenta de por qué la lengua es como es y se usa como se usa en muchos de sus aspectos idiosincrásicos”¹⁴⁹, analizamos justamente la jerga poniendo énfasis en los significados para entender la cultura chilena. La etnografía semántica se preocupa de la comprensión de cómo viven, se comunican y conciben las sociedades o los grupos culturales en el mundo y su fin último es describir la cultura de dichos grupos culturales como un sistema interrelacionado de los significados desde el punto de vista de quienes viven en él¹⁵⁰. De esta manera, el estudio de las descripciones verbales da cuenta de la manera en la que los miembros dentro del grupo experimentan la cultura. Este sistema hizo que pudiéramos asociar las palabras para crear listas y agruparlas según las cualidades indicadas anteriormente.

Sujeto	Característica	Acción	Situación
Bendición	Agilao	Rallar la papa	A la chuña
Brocacochi	Aguja	La pasa chancho	A la waite
Cabro	Amurrado	Anda con los	A lo gringo
Cuica	Arrugón	turururu	A lo maldito
Cumpa	Asopao	Va mimir	A lo Schumacher
Gallo	Atorrante	Aperra	A pata pelá
Guachita	Avispao	Dá jugo	A toa raja
Guachita	Bacán	Queda raja	A todo chancho
Guacho	Barsa	Aperrar	A todo Morrison
Guacho	Buena tela	Apaga la tele	Al lote
Guagua	Cahuinero	Se saca la ñoña	Al tiro
Guarén	Caido del catre	Se cree la muerte	Al tuntun
Guatón	Capo	Peina la muñeca	Arriba de la
Jote	Carbonero	Se condorea	pelota
Mina	Care palo	Arruga	Co cuea
Patas negras	Carnaza	Carretea	Con pica
Pendejo	Cartucho	Aserrucha el piso	Copetiao
Perkin	Catete	Engrupe	El día del nispero
Peuca	Chanta	Pellizca la uva	En cana
Picante	Chato	Moja el potito	En el carrete
Pingüino	Choriflai	Está con la caña	En la pega
Pololo	Chorizo	Echa la talla	

¹⁴⁹ Martín (2018), p.591.

¹⁵⁰ Granz (2016), p.5.

Quiltro Saco de wea Walala	Choro Cuático Cuma Flojo Fome Hueón Macabeo Ñurdo Pajarón Pastel Patero Patuo Pelador Perno Picarón Pidigüeño Pinganilla Pulento Vaca Weta	Pasa piola Anda con los monos Se tira al dulce	En la punta del cerro En la quebrá del ají En la u En patota Pa callao
----------------------------------	---	---	--

Tabla 13. Organización de palabras en los grupos de "sujeto", "característica", "acción", "situación".

Fuente: Elaboración propia.

Al organizar cada una de las palabras en la categoría correspondiente nos dimos cuenta además de que podíamos unir palabras con otras pertenecientes a diferentes categorías. Igualmente, el ir ubicando las palabras en un orden específico, elaborábamos una frase u oración completa y con sentido.

Para la creación de símbolos buscamos también la manera de incluir símbolos que significasen conceptos para crear logogramas compuestos por símbolos individuales y no solamente reemplazar las letras del abecedario latino. En ese sentido, el proceso de la creación de nuestros símbolos comienza con el desarrollo de símbolos relacionados con las emociones. Lo definimos así porque actualmente es frecuente observar en el usuario el uso del lenguaje expresivo de manera indirecta, pues este no suele demostrar sus emociones o sentimientos (tal y como estudiamos en el apartado del análisis del usuario). Lo anterior se intensifica además con el uso de las redes sociales, ya que estas herramientas digitales han suplido justamente y con más facilidad la expresión de los estados anímicos hacia los demás. En ese sentido, para el sistema de comunicación

que quisimos crear, aprovechamos el código comunicativo actual del usuario, es decir, las redes sociales. Comenzamos específicamente con los emojis que se incluyen en las conversaciones dentro de las redes sociales. Además, tal y como lo hacen actualmente los emojis, intentamos diseñar símbolos que expresaran un sentimiento, pero no de forma tan explícita como en el emoji, sino más bien creando “símbolos emocionales” que no necesariamente aludieran a una expresión facial. Fue así como comenzamos con la elaboración de bocetos de símbolos en base a los diseños indígenas que no necesariamente utilizaran una cara con sentimientos (tal y como lo tendemos a relacionar actualmente). Esto lo decidimos así para permitir también al grupo objetivo comunicarse sin mostrar necesariamente sus sentimientos de manera evidente o explícita a otros grupos de usuarios a los que quizá no les interesa que perciban su estado de ánimo. Además, el uso de emojis no siempre representa el estado anímico real de una persona.

Durante el transcurso del estudio del usuario y de los chilenos nos fuimos dando cuenta de que no son las emociones las que debíamos plasmar en el proyecto porque el propio lenguaje chileno expresa principalmente rasgos de personalidad, dejando en segundo plano la expresión verbal de emociones. Nos percatamos de esto al momento de analizar las palabras que usan los chilenos en su diario vivir. De lo anterior inferimos además que las características de personalidad empleadas en la jerga chilena se corresponden con una de las cuatro categorías que logramos descubrir cuando intentamos agrupar las palabras para organizarla de manera esquemática.

Una vez identificadas las diferentes categorías de palabras que mencionamos fue que pensamos en la manera de unificar los tres elementos base de nuestro proyecto: el legado indígena, la personalidad de los chilenos y el lenguaje o jerga chilena. Ideamos entonces una estrategia de diseño que de a conocer el arte de los pueblos indígenas y que a la vez sea interactiva, sin obviar la comunicación directa. Después de varios meses de pensar, proponer y descartar diferentes alternativas (ver Anexo n°7) que no pasaran a llevar los intereses del usuario es que decidimos finalmente crear un juego que presenta los diseños indígenas y que mezcla, al mismo tiempo, el lenguaje y las características de los chilenos.

4.4.3.1. Clasificación por categorías.

El juego de cartas Legados se divide en cuatro categorías que corresponden a "sujeto", "característica", "acción" y "situación". Cada categoría posee en el juego una cantidad equilibrada de diseños indígenas que dependen de cada pueblo. La clasificación intentó ser lo más equitativa posible para que todos los diseños de cada pueblo sobresalieran. Por ejemplo, en la categoría "acción" son 5 Diaguita, 4 Rapanui, 4 Mapuche y 5 Selk'nam y en la categoría "situación" son 4 Diaguita, 5 Rapanui, 5 Mapuche y 4 Selk'nam.

Continuamos con la presentación y descripción de las diferentes categorías que usamos en la conformación de los grupos de tarjetas del juego (sujeto, característica, acción y situación). La primera categoría de los grupos de cartas es la de **"sujeto"** y que se identifica con el color negro (ver Figura 58). Estas tarjetas se vinculan con la jerga chilena y cada palabra que aparece en la parte inferior está escrita con signos indígenas. Lo realizamos de esta manera porque queremos resaltar de estas tarjetas únicamente los símbolos de las nuevas letras del abecedario. Además, como a estas tarjetas se les unirán las de otras categorías, optamos por no añadir más diseños para no saturar el diseño final. Las frases con la tipografía basada en el arte indígena no aparecen únicamente en este grupo de tarjetas "sujeto", se presentan en todas, ya que es una forma de entregar protagonismo a los nuevos símbolos del abecedario. En la Figura 59 podemos ver las palabras que representan al sujeto con la jerga chilena escrita con el abecedario diseñado para la propuesta.

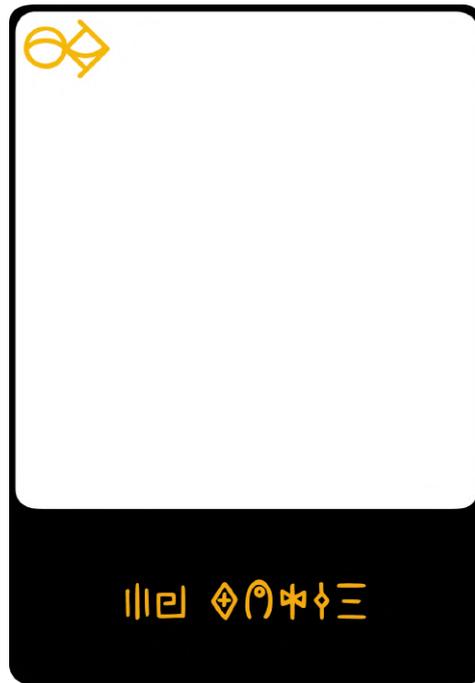


Figura 58. Ejemplo de carta de la categoría "sujeto".
Fuente: Elaboración propia.

- | | | |
|---|---|---|
| LA GURGUA
𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 | EL GALLO
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 | EL QUILTRO
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 |
| LA MINA
𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 | EL GUATÓN
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 | LA GUACHITA
𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 |
| EL CONCHITO
𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 | LA CUICA
𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 | EL FLAITE
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 |
| EL BROQUITA
𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 𐄌 𐄍 | EL POLOLO
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 | EL CABRO
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 |
| EL PINGÜINO
𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 𐄌 𐄍 𐄎 | EL ROTO
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 | EL PERKIN
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 |
| EL JOTE
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 | LA PEUCA
𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 | EL CUMPA
 𐄂 𐄃 𐄄 𐄅 𐄆 𐄇 𐄈 𐄉 𐄊 𐄋 |

Figura 59. Palabras correspondientes a la categoría "sujeto".
Fuente: Elaboración propia.

Las tarjetas de la segunda categoría de "característica" son de color celeste (ver Figura 60). Estas presentan un diseño indígena en el centro que tiene como significado la palabra escrita con la tipografía de símbolos indígenas en la parte inferior. Este grupo de tarjetas está subdividido en cinco partes que son el resultado del análisis de

la identidad chilena del Capítulo 2. Estas subcategorías se condicen entonces con características propias de los chilenos y que, al ser numerosas, optamos por englobar en los siguientes grupos: animado, malicioso, desidioso, torpe e irritable. Esto se obtuvo de la relación de las particularidades individuales con las demás.

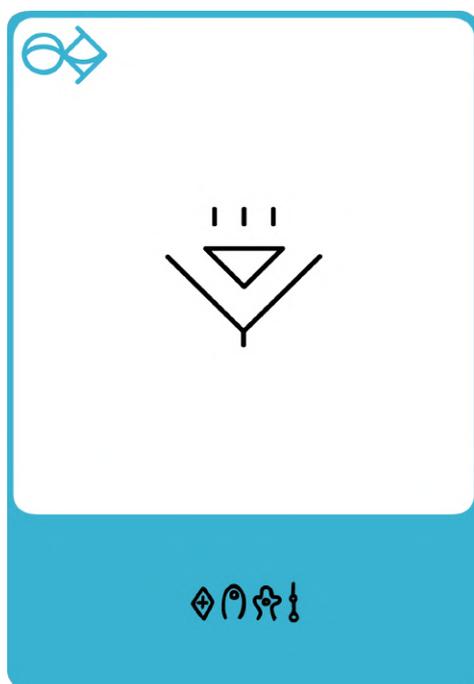


Figura 60. Ejemplo de carta de la categoría "característica".
Fuente: Elaboración propia.

Antes de continuar con la explicación de la creación de símbolos de esta categoría, nos gustaría profundizar un poco más en la forma en la que organizamos los subgrupos de esta categoría de "sujeto". Anteriormente en la investigación nos hemos referido al uso de los *emojis*, los que comúnmente reúnen las emociones de felicidad, tristeza, enojo, agobio o seriedad. Si bien este recurso resulta útil para agrupar palabras relacionadas con cada una de estas emociones nos percatamos de que mayoritariamente en las palabras chilenas sus significados tienden a expresar características calificativas y no de emociones. Entonces, de la misma manera en que analizamos las palabras de la jerga chilena para crear los diferentes grupos del juego de cartas, definimos finalmente las subcategorías de este grupo de tarjetas "características" sin usar la tradicional clasificación de los *emojis* asociadas, como su nombre lo indica, a emociones. Luego, fuimos escribiendo las palabras con las que los chilenos se refieren a alguien, usando la jerga chilena, y según el significado de

estas las fuimos reunimos en grupos. Después de obtener estos grupos fuimos definiendo conceptos más amplios que abarcan la particularidad de cada uno de ellos, es decir, llegamos a la conclusión de que existen las siguientes subcategorías para agruparlas a todas: animada, maliciosa, desidiosa, torpe e irritable. Es importante indicar que cada uno de estos subgrupos poseen cinco características de la personalidad o características chilenas (la visualización gráfica las subcategorías se presentan en este mismo apartado en las Figura 61).

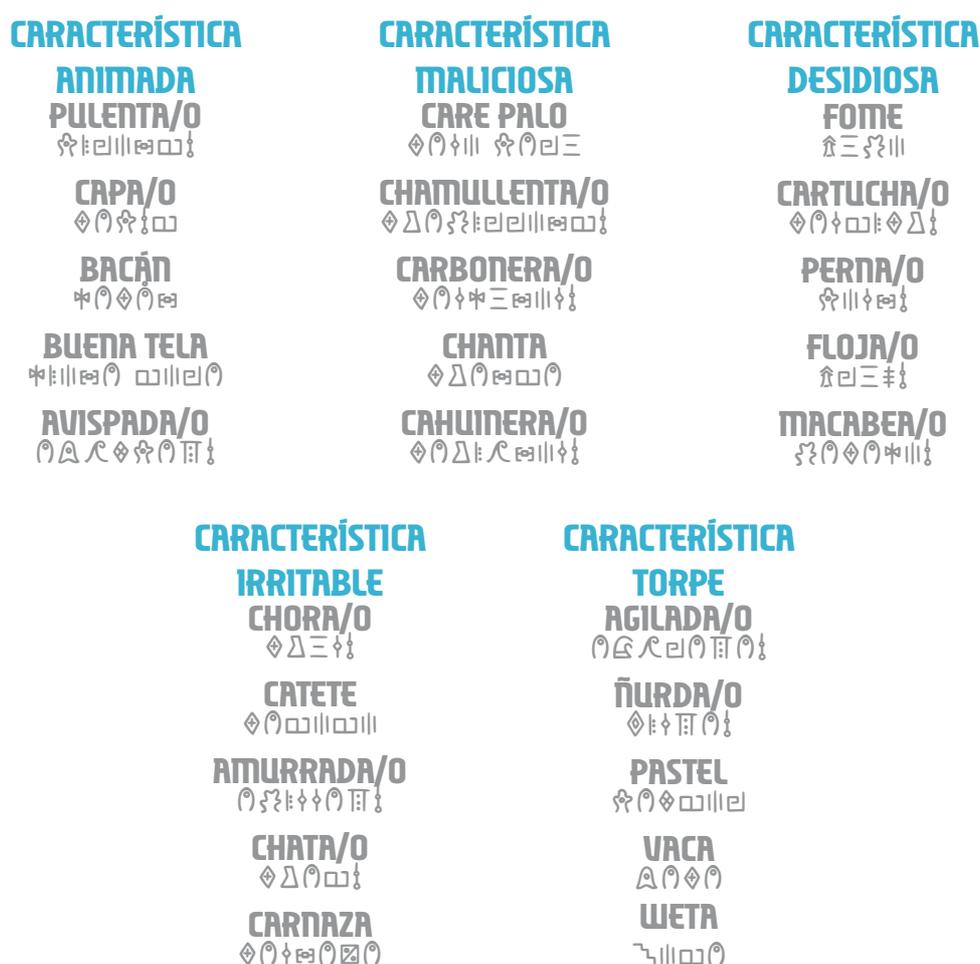


Figura 61. Subgrupos de la categoría “característica”.
Fuente: Elaboración propia.

Una vez identificado cada subgrupo con sus respectivas particularidades diseñamos un símbolo base que se diferencia en función de cada categoría de características. Buscamos un diseño entre las representaciones artísticas que incluyera los elementos de diseño que se repiten en símbolos o signos de los cuatro pueblos indígenas.

Después de analizar cada símbolo y simplificarlo al máximo fue que nos percatamos de que existe uno en particular que está presente morfológicamente en los cuatro pueblos indígenas. Este diseño es *Piwke*, un símbolo Mapuche que significa corazón. El símbolo mencionado no fue utilizado en su totalidad, ya que en nuestro proyecto optamos por seleccionar únicamente una parte de este para crear un nuevo símbolo al que le dimos el significado de persona o individuo. Es decir, creamos un nuevo significado para la palabra *Piwke*, pues su representación simbólica fue alterada también, aunque sin perder su estructura base. De todos modos, intentamos relacionar su significado "corazón" con "persona" (ver Tabla 14).

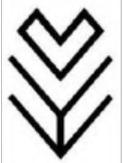
Símbolo "Piwke" del pueblo Mapuche	Símbolo "persona" en nuestro proyecto
	

Tabla 14. Comparación del símbolo original (corazón) y el nuevo símbolo con el significado de persona.

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños mapuches recopilados por Tim Podkul (2002).

Luego de crear el símbolo de persona basado en el Mapuche, agregamos otra figura en la parte superior. Así el significado de "individuo" varía dependiendo de los diferentes símbolos que lo acompañan. El símbolo de la parte superior cambia dependiendo también de la subcategoría de característica animada, maliciosa, desidiosa, torpe e irritable para diferenciar los subgrupos unos de otros. Los diseños de estos símbolos se basan en elementos de diseño de los pueblos indígenas estudiados previamente para el proyecto y que elegimos en función de su repetición (ver Figura 62).



Figura 62. Símbolos que diferencian a las categorías "animada", "maliciosa", "desidiosa", "torpe" e "irritable".

Fuente: Elaboración propia.

Entonces, de la unión del símbolo "persona" con el grupo que engloba a las características dependiendo de su similitud, cada grupo de características se representa en la Figura 63.

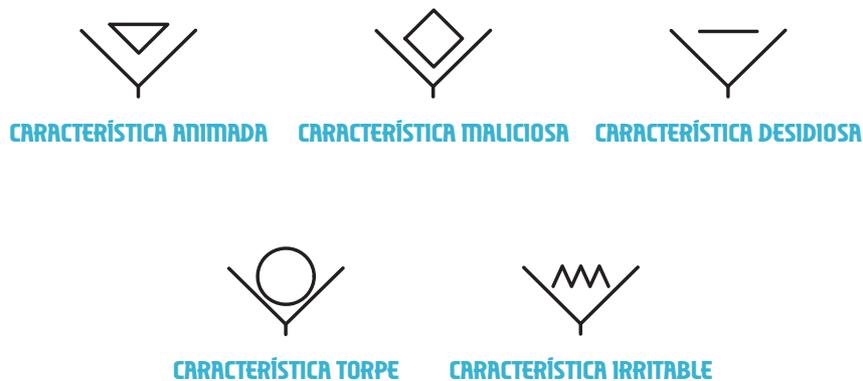


Figura 63. Símbolos que representan las categorías "animada", "maliciosa", "desidiosa", "torpe" e "irritable".

Fuente: Elaboración propia.

Ahora, a cada uno de estos grupos de características les otorgamos también un tercer elemento gráfico con un nuevo diseño de símbolo para entregarles un significado específico y así diferenciar a cada una de las palabras de las características que agrupamos en las diferentes categorías. Recordemos que cada una de estas categorías de clasificación agrupan cinco características, las cuales no pueden ser representadas todas del mismo modo. El tercer elemento gráfico se puede observar en la Figura 64.



Figura 64. Símbolos que se incluyen en las categorías "animada", "maliciosa", "desidiosa", "torpe" e "irritable" para diferenciar las subcategorías.

Fuente: Elaboración propia.

Cada símbolo de las diferentes categorías de las tarjetas de "característica" se concreta y representa finalmente en los diseños que podemos observar en las Figuras 65, 66, 67, 68 y 69.

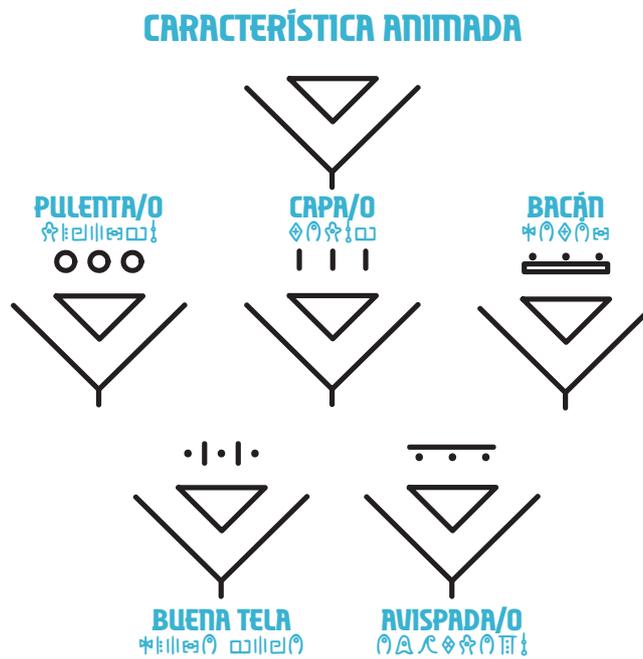


Figura 65. Categoría "animada" dentro del grupo de característica.

Fuente: Elaboración propia.

CARACTERÍSTICA MALICIOSA

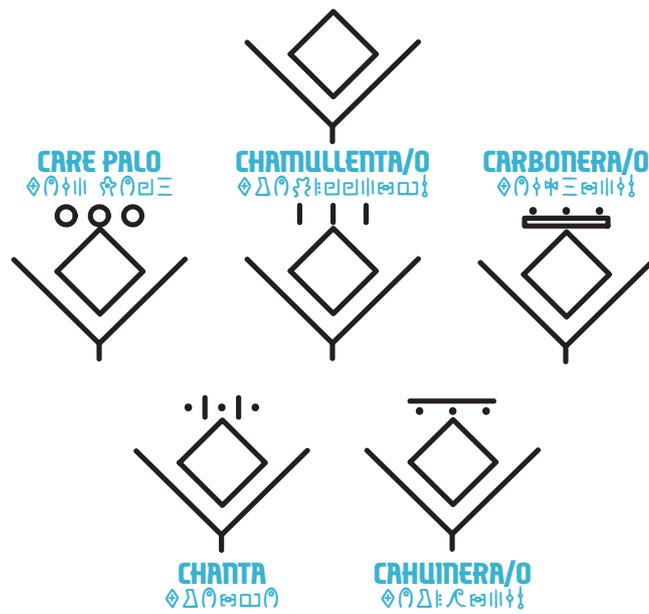


Figura 66. Categoría "Maliciosa" dentro del grupo de característica.
Fuente: Elaboración propia.

CARACTERÍSTICA DESIDIOSA

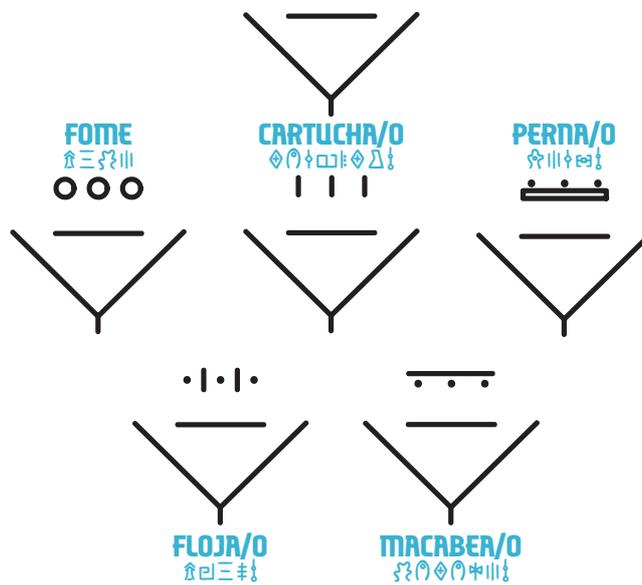


Figura 67. Categoría "desidiosa" dentro del grupo de característica.
Fuente: Elaboración propia.

CARACTERÍSTICA TORPE

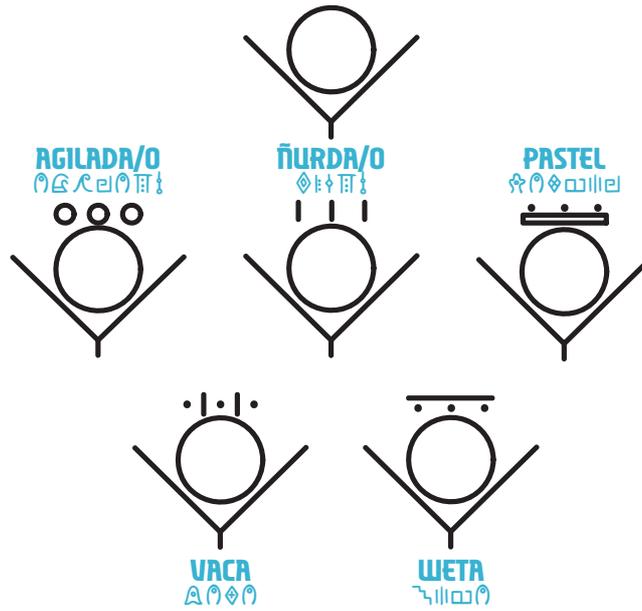


Figura 68. Categoría "torpe" dentro del grupo de característica.
Fuente: Elaboración propia.

CARACTERÍSTICA IRRITABLE

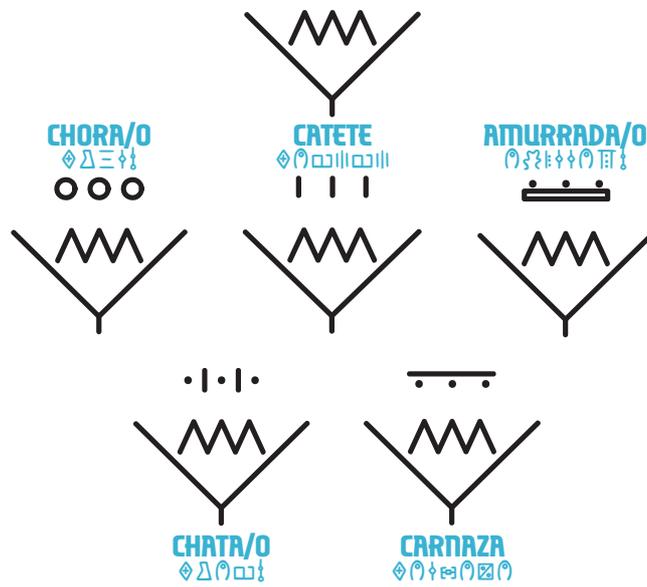


Figura 69. Categoría "irritable" dentro del grupo de característica .
Fuente: Elaboración propia.

Explicamos a continuación y gráficamente la manera en la que los diferentes símbolos de la categoría “característica” obtienen su significado. Usamos el ejemplo de la creación del símbolo que pertenece a una de las características que acompañan a “sujeto”, en este caso se refiere a la palabra “capo” que en la jerga chilena significa “inteligente” y que corresponde a la categoría “característica” y, específicamente, a “animado” (ver Tabla 15).

1: Diseño base (Símbolo de individuo).	
2: Elemento que pertenece a una característica animada.	
3: Elemento que distingue a cuál de las características del grupo “animada” pertenece.	

Tabla 15. Ejemplo de la creación del símbolo que representa la característica “capo” dentro de la categoría “animada”.
Fuente: Elaboración propia.

La tercera categoría del juego de cartas es la de “acción” de color rosa (Figura 70). Esta categoría, al igual que la anterior, presenta una palabra escrita con la tipografía de símbolos indígenas en la parte inferior y un diseño indígena en la parte superior, cuyo significado vinculamos a la palabra que muestra la tarjeta.

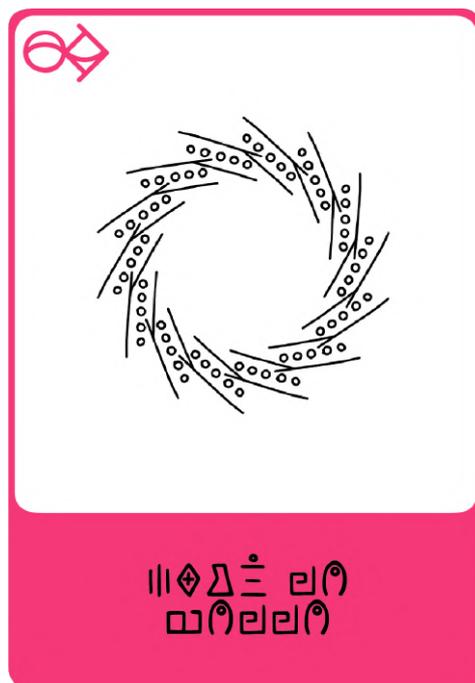


Figura 70. Ejemplo de carta de la categoría "acción".
Fuente: Elaboración propia.

Debemos mencionar nuevamente que los significados de los diseños originales no tienen relación con el significado que le otorgamos a las frases y símbolos del juego de cartas. Por esta razón el dibujo original se altera para entregarles un nuevo significado y al mismo tiempo para mostrarlos de forma atractiva y cercana, aunque sea estéticamente, ya que incluso la difusión y conocimiento de su forma es escasa. De esta forma damos a conocer el arte de los pueblos indígenas de Chile y acercamos también al usuario al reconocimiento de las figuras y formas de los diseños que posee cada uno de estos pueblos indígenas.

En esta categoría de "acción" usamos los diseños originales alterando la línea para unificar el estilo gráfico, de esta manera los símbolos se ven parejos, pero aun así se diferencian por los elementos de diseño que posee cada uno de los pueblos indígenas. Esta diferenciación logramos realizarla al usar la tabla de los elementos de diseño que creamos especialmente para conocer las particularidades gráficas que tienen los símbolos o signos indígenas escogidos para esta investigación (ver Anexo nº6).

Para crear los símbolos de esta categoría decidimos alterar la manera de presentar los diseños originales de la siguiente manera: el dibujo original de cada signo o símbolo indígena se repite 14 veces y se superpone en sentido de reloj, hasta formar una circunferencia. La cantidad de repeticiones de la figura la escogimos porque hasta ese punto se muestra claramente el diseño original y al mismo tiempo se alcanza a notar una trama compuesta e integrada por este diseño, que se ve como si fuera uno solo. Decidimos realizarlo de esta manera para mostrar que, con solo un diseño, por simple que parezca, se pueden hacer patrones más complejos y llamativos, así entregamos más movimiento a los diseños originales y al mismo tiempo otras posibilidades de dar a conocer el arte indígena. La forma circular compuesta por los diseños indígenas la elegimos porque resulta armonioso fusionar los diferentes elementos que tienen cada una de las categorías de las tarjetas. Lo anterior visualizado al momento de jugar y crear un símbolo al superponer las cuatro tarjetas que lo componen. En la Figura 71 podemos observar ejemplos del resultado del diseño y la diferencia de los elementos morfológicos que poseen los diferentes pueblos indígenas. Además, los diseños resultantes para los símbolos de la categoría de "acción" con sus respectivos significados se pueden ver en las Figuras 72, 73, 74 y 75.

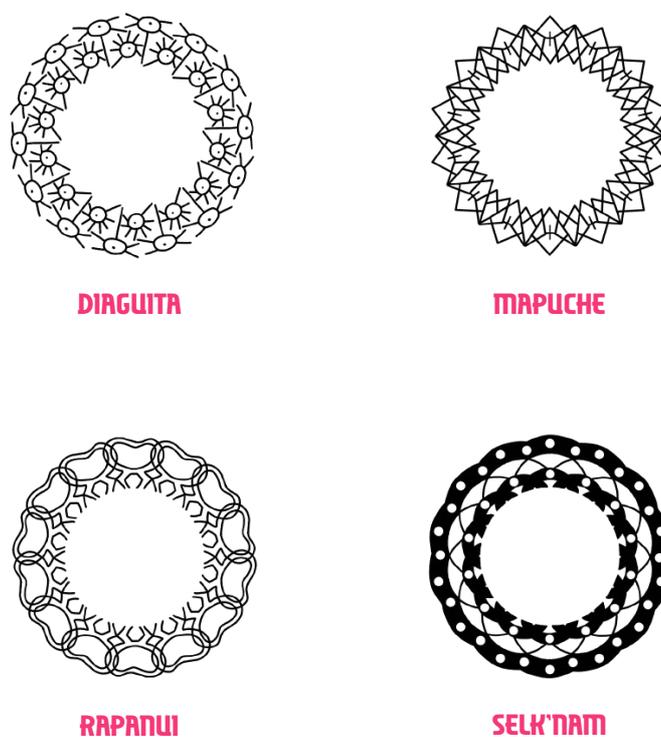
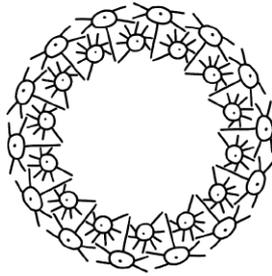


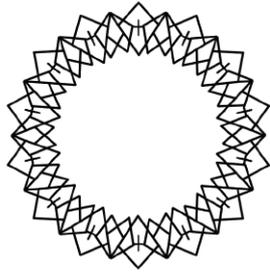
Figura 71. Ejemplo de diferencias morfológicas entre los 4 pueblos indígenas.
Fuente: Elaboración propia.

DIAGUITA

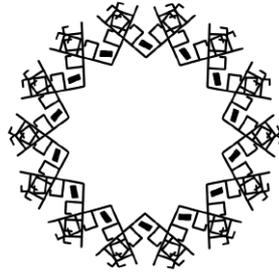


ANDA CON LOS TURURURU
 𐄂𐄃𐄄𐄅 𐄆𐄇𐄈𐄉𐄊𐄋𐄌𐄍𐄎𐄏𐄐𐄑𐄒𐄓𐄔𐄕𐄖𐄗𐄘𐄙𐄚𐄛𐄜𐄝𐄞𐄟𐄠𐄡𐄢𐄣𐄤𐄥𐄦𐄧𐄨𐄩𐄪𐄫𐄬𐄭𐄮𐄯𐄰𐄱𐄲𐄳𐄴𐄵𐄶𐄷𐄸𐄹𐄺𐄻𐄼𐄽𐄾𐄿𐅀𐅁𐅂𐅃𐅄𐅅𐅆𐅇𐅈𐅉𐅊𐅋𐅌𐅍𐅎𐅏𐅐𐅑𐅒𐅓𐅔𐅕𐅖𐅗𐅘𐅙𐅚𐅛𐅜𐅝𐅞𐅟𐅠𐅡𐅢𐅣𐅤𐅥𐅦𐅧𐅨𐅩𐅪𐅫𐅬𐅭𐅮𐅯𐅰𐅱𐅲𐅳𐅴𐅵𐅶𐅷𐅸𐅹𐅺𐅻𐅼𐅽𐅾𐅿𐆀𐆁𐆂𐆃𐆄𐆅𐆆𐆇𐆈𐆉𐆊𐆋𐆌𐆍𐆎𐆏𐆐𐆑𐆒𐆓𐆔𐆕𐆖𐆗𐆘𐆙𐆚𐆛𐆜𐆝𐆞𐆟𐆠𐆡𐆢𐆣𐆤𐆥𐆦𐆧𐆨𐆩𐆪𐆫𐆬𐆭𐆮𐆯𐆰𐆱𐆲𐆳𐆴𐆵𐆶𐆷𐆸𐆹𐆺𐆻𐆼𐆽𐆾𐆿𐇀𐇁𐇂𐇃𐇄𐇅𐇆𐇇𐇈𐇉𐇊𐇋𐇌𐇍𐇎𐇏𐇐𐇑𐇒𐇓𐇔𐇕𐇖𐇗𐇘𐇙𐇚𐇛𐇜𐇝𐇞𐇟𐇠𐇡𐇢𐇣𐇤𐇥𐇦𐇧𐇨𐇩𐇪𐇫𐇬𐇭𐇮𐇯𐇰𐇱𐇲𐇳𐇴𐇵𐇶𐇷𐇸𐇹𐇺𐇻𐇼𐇽𐇾𐇿𐈀𐈁𐈂𐈃𐈄𐈅𐈆𐈇𐈈𐈉𐈊𐈋𐈌𐈍𐈎𐈏𐈐𐈑𐈒𐈓𐈔𐈕𐈖𐈗𐈘𐈙𐈚𐈛𐈜𐈝𐈞𐈟𐈠𐈡𐈢𐈣𐈤𐈥𐈦𐈧𐈨𐈩𐈪𐈫𐈬𐈭𐈮𐈯𐈰𐈱𐈲𐈳𐈴𐈵𐈶𐈷𐈸𐈹𐈺𐈻𐈼𐈽𐈾𐈿𐉀𐉁𐉂𐉃𐉄𐉅𐉆𐉇𐉈𐉉𐉊𐉋𐉌𐉍𐉎𐉏𐉐𐉑𐉒𐉓𐉔𐉕𐉖𐉗𐉘𐉙𐉚𐉛𐉜𐉝𐉞𐉟𐉠𐉡𐉢𐉣𐉤𐉥𐉦𐉧𐉨𐉩𐉪𐉫𐉬𐉭𐉮𐉯𐉰𐉱𐉲𐉳𐉴𐉵𐉶𐉷𐉸𐉹𐉺𐉻𐉼𐉽𐉾𐉿𐊀𐊁𐊂𐊃𐊄𐊅𐊆𐊇𐊈𐊉𐊊𐊋𐊌𐊍𐊎𐊏𐊐𐊑𐊒𐊓𐊔𐊕𐊖𐊗𐊘𐊙𐊚𐊛𐊜𐊝𐊞𐊟𐊠𐊡𐊢𐊣𐊤𐊥𐊦𐊧𐊨𐊩𐊪𐊫𐊬𐊭𐊮𐊯𐊰𐊱𐊲𐊳𐊴𐊵𐊶𐊷𐊸𐊹𐊺𐊻𐊼𐊽𐊾𐊿𐋀𐋁𐋂𐋃𐋄𐋅𐋆𐋇𐋈𐋉𐋊𐋋𐋌𐋍𐋎𐋏𐋐𐋑𐋒𐋓𐋔𐋕𐋖𐋗𐋘𐋙𐋚𐋛𐋜𐋝𐋞𐋟𐋠𐋡𐋢𐋣𐋤𐋥𐋦𐋧𐋨𐋩𐋪𐋫𐋬𐋭𐋮𐋯𐋰𐋱𐋲𐋳𐋴𐋵𐋶𐋷𐋸𐋹𐋺𐋻𐋼𐋽𐋾𐋿𐌀𐌁𐌂𐌃𐌄𐌅𐌆𐌇𐌈𐌉𐌊𐌋𐌌𐌍𐌎𐌏𐌐𐌑𐌒𐌓𐌔𐌕𐌖𐌗𐌘𐌙𐌚𐌛𐌜𐌝𐌞𐌟𐌠𐌡𐌢𐌣𐌤𐌥𐌦𐌧𐌨𐌩𐌪𐌫𐌬𐌭𐌮𐌯𐌰𐌱𐌲𐌳𐌴𐌵𐌶𐌷𐌸𐌹𐌺𐌻𐌼𐌽𐌾𐌿𐍀𐍁𐍂𐍃𐍄𐍅𐍆𐍇𐍈𐍉𐍊𐍋𐍌𐍍𐍎𐍏𐍐𐍑𐍒𐍓𐍔𐍕𐍖𐍗𐍘𐍙𐍚𐍛𐍜𐍝𐍞𐍟𐍠𐍡𐍢𐍣𐍤𐍥𐍦𐍧𐍨𐍩𐍪𐍫𐍬𐍭𐍮𐍯𐍰𐍱𐍲𐍳𐍴𐍵𐍶𐍷𐍸𐍹𐍺𐍻𐍼𐍽𐍾𐍿𐎀𐎁𐎂𐎃𐎄𐎅𐎆𐎇𐎈𐎉𐎊𐎋𐎌𐎍𐎎𐎏𐎐𐎑𐎒𐎓𐎔𐎕𐎖𐎗𐎘𐎙𐎚𐎛𐎜𐎝𐎞𐎟𐎠𐎡𐎢𐎣𐎤𐎥𐎦𐎧𐎨𐎩𐎪𐎫𐎬𐎭𐎮𐎯𐎰𐎱𐎲𐎳𐎴𐎵𐎶𐎷𐎸𐎹𐎺𐎻𐎼𐎽𐎾𐎿𐏀𐏁𐏂𐏃𐏄𐏅𐏆𐏇𐏈𐏉𐏊𐏋𐏌𐏍𐏎𐏏𐏐𐏑𐏒𐏓𐏔𐏕𐏖𐏗𐏘𐏙𐏚𐏛𐏜𐏝𐏞𐏟𐏠𐏡𐏢𐏣𐏤𐏥𐏦𐏧𐏨𐏩𐏪𐏫𐏬𐏭𐏮𐏯𐏰𐏱𐏲𐏳𐏴𐏵𐏶𐏷𐏸𐏹𐏺𐏻𐏼𐏽𐏾𐏿𐐀𐐁𐐂𐐃𐐄𐐅𐐆𐐇𐐈𐐉𐐊𐐋𐐌𐐍𐐎𐐏𐐐𐐑𐐒𐐓𐐔𐐕𐐖𐐗𐐘𐐙𐐚𐐛𐐜𐐝𐐞𐐟𐐠𐐡𐐢𐐣𐐤𐐥𐐦𐐧𐐨𐐩𐐪𐐫𐐬𐐭𐐮𐐯𐐰𐐱𐐲𐐳𐐴𐐵𐐶𐐷𐐸𐐹𐐺𐐻𐐼𐐽𐐾𐐿𐑀𐑁𐑂𐑃𐑄𐑅𐑆𐑇𐑈𐑉𐑊𐑋𐑌𐑍𐑎𐑏𐑐𐑑𐑒𐑓𐑔𐑕𐑖𐑗𐑘𐑙𐑚𐑛𐑜𐑝𐑞𐑟𐑠𐑡𐑢𐑣𐑤𐑥𐑦𐑧𐑨𐑩𐑪𐑫𐑬𐑭𐑮𐑯𐑰𐑱𐑲𐑳𐑴𐑵𐑶𐑷𐑸𐑹𐑺𐑻𐑼𐑽𐑾𐑿𐒀𐒁𐒂𐒃𐒄𐒅𐒆𐒇𐒈𐒉𐒊𐒋𐒌𐒍𐒎𐒏𐒐𐒑𐒒𐒓𐒔𐒕𐒖𐒗𐒘𐒙𐒚𐒛𐒜𐒝𐒞𐒟𐒠𐒡𐒢𐒣𐒤𐒥𐒦𐒧𐒨𐒩𐒪𐒫𐒬𐒭𐒮𐒯𐒰𐒱𐒲𐒳𐒴𐒵𐒶𐒷𐒸𐒹𐒺𐒻𐒼𐒽𐒾𐒿𐓀𐓁𐓂𐓃𐓄𐓅𐓆𐓇𐓈𐓉𐓊𐓋𐓌𐓍𐓎𐓏𐓐𐓑𐓒𐓓𐓔𐓕𐓖𐓗𐓘𐓙𐓚𐓛𐓜𐓝𐓞𐓟𐓠𐓡𐓢𐓣𐓤𐓥𐓦𐓧𐓨𐓩𐓪𐓫𐓬𐓭𐓮𐓯𐓰𐓱𐓲𐓳𐓴𐓵𐓶𐓷𐓸𐓹𐓺𐓻𐓼𐓽𐓾𐓿𐔀𐔁𐔂𐔃𐔄𐔅𐔆𐔇𐔈𐔉𐔊𐔋𐔌𐔍𐔎𐔏𐔐𐔑𐔒𐔓𐔔𐔕𐔖𐔗𐔘𐔙𐔚𐔛𐔜𐔝𐔞𐔟𐔠𐔡𐔢𐔣𐔤𐔥𐔦𐔧𐔨𐔩𐔪𐔫𐔬𐔭𐔮𐔯𐔰𐔱𐔲𐔳𐔴𐔵𐔶𐔷𐔸𐔹𐔺𐔻𐔼𐔽𐔾𐔿𐕀𐕁𐕂𐕃𐕄𐕅𐕆𐕇𐕈𐕉𐕊𐕋𐕌𐕍𐕎𐕏𐕐𐕑𐕒𐕓𐕔𐕕𐕖𐕗𐕘𐕙𐕚𐕛𐕜𐕝𐕞𐕟𐕠𐕡𐕢𐕣𐕤𐕥𐕦𐕧𐕨𐕩𐕪𐕫𐕬𐕭𐕮𐕯𐕰𐕱𐕲𐕳𐕴𐕵𐕶𐕷𐕸𐕹𐕺𐕻𐕼𐕽𐕾𐕿𐖀𐖁𐖂𐖃𐖄𐖅𐖆𐖇𐖈𐖉𐖊𐖋𐖌𐖍𐖎𐖏𐖐𐖑𐖒𐖓𐖔𐖕𐖖𐖗𐖘𐖙𐖚𐖛𐖜𐖝𐖞𐖟𐖠𐖡𐖢𐖣𐖤𐖥𐖦𐖧𐖨𐖩𐖪𐖫𐖬𐖭𐖮𐖯𐖰𐖱𐖲𐖳𐖴𐖵𐖶𐖷𐖸𐖹𐖺𐖻𐖼𐖽𐖾𐖿𐗀𐗁𐗂𐗃𐗄𐗅𐗆𐗇𐗈𐗉𐗊𐗋𐗌𐗍𐗎𐗏𐗐𐗑𐗒𐗓𐗔𐗕𐗖𐗗𐗘𐗙𐗚𐗛𐗜𐗝𐗞𐗟𐗠𐗡𐗢𐗣𐗤𐗥𐗦𐗧𐗨𐗩𐗪𐗫𐗬𐗭𐗮𐗯𐗰𐗱𐗲𐗳𐗴𐗵𐗶𐗷𐗸𐗹𐗺𐗻𐗼𐗽𐗾𐗿𐘀𐘁𐘂𐘃𐘄𐘅𐘆𐘇𐘈𐘉𐘊𐘋𐘌𐘍𐘎𐘏𐘐𐘑𐘒𐘓𐘔𐘕𐘖𐘗𐘘𐘙𐘚𐘛𐘜𐘝𐘞𐘟𐘠𐘡𐘢𐘣𐘤𐘥𐘦𐘧𐘨𐘩𐘪𐘫𐘬𐘭𐘮𐘯𐘰𐘱𐘲𐘳𐘴𐘵𐘶𐘷𐘸𐘹𐘺𐘻𐘼𐘽𐘾𐘿𐙀𐙁𐙂𐙃𐙄𐙅𐙆𐙇𐙈𐙉𐙊𐙋𐙌𐙍𐙎𐙏𐙐𐙑𐙒𐙓𐙔𐙕𐙖𐙗𐙘𐙙𐙚𐙛𐙜𐙝𐙞𐙟𐙠𐙡𐙢𐙣𐙤𐙥𐙦𐙧𐙨𐙩𐙪𐙫𐙬𐙭𐙮𐙯𐙰𐙱𐙲𐙳𐙴𐙵𐙶𐙷𐙸𐙹𐙺𐙻𐙼𐙽𐙾𐙿𐚀𐚁𐚂𐚃𐚄𐚅𐚆𐚇𐚈𐚉𐚊𐚋𐚌𐚍𐚎𐚏𐚐𐚑𐚒𐚓𐚔𐚕𐚖𐚗𐚘𐚙𐚚𐚛𐚜𐚝𐚞𐚟𐚠𐚡𐚢𐚣𐚤𐚥𐚦𐚧𐚨𐚩𐚪𐚫𐚬𐚭𐚮𐚯𐚰𐚱𐚲𐚳𐚴𐚵𐚶𐚷𐚸𐚹𐚺𐚻𐚼𐚽𐚾𐚿𐛀𐛁𐛂𐛃𐛄𐛅𐛆𐛇𐛈𐛉𐛊𐛋𐛌𐛍𐛎𐛏𐛐𐛑𐛒𐛓𐛔𐛕𐛖𐛗𐛘𐛙𐛚𐛛𐛜𐛝𐛞𐛟𐛠𐛡𐛢𐛣𐛤𐛥𐛦𐛧𐛨𐛩𐛪𐛫𐛬𐛭𐛮𐛯𐛰𐛱𐛲𐛳𐛴𐛵𐛶𐛷𐛸𐛹𐛺𐛻𐛼𐛽𐛾𐛿𐜀𐜁𐜂𐜃𐜄𐜅𐜆𐜇𐜈𐜉𐜊𐜋𐜌𐜍𐜎𐜏𐜐𐜑𐜒𐜓𐜔𐜕𐜖𐜗𐜘𐜙𐜚𐜛𐜜𐜝𐜞𐜟𐜠𐜡𐜢𐜣𐜤𐜥𐜦𐜧𐜨𐜩𐜪𐜫𐜬𐜭𐜮𐜯𐜰𐜱𐜲𐜳𐜴𐜵𐜶𐜷𐜸𐜹𐜺𐜻𐜼𐜽𐜾𐜿𐝀𐝁𐝂𐝃𐝄𐝅𐝆𐝇𐝈𐝉𐝊𐝋𐝌𐝍𐝎𐝏𐝐𐝑𐝒𐝓𐝔𐝕𐝖𐝗𐝘𐝙𐝚𐝛𐝜𐝝𐝞𐝟𐝠𐝡𐝢𐝣𐝤𐝥𐝦𐝧𐝨𐝩𐝪𐝫𐝬𐝭𐝮𐝯𐝰𐝱𐝲𐝳𐝴𐝵𐝶𐝷𐝸𐝹𐝺𐝻𐝼𐝽𐝾𐝿𐞀𐞁𐞂𐞃𐞄𐞅𐞆𐞇𐞈𐞉𐞊𐞋𐞌𐞍𐞎𐞏𐞐𐞑𐞒𐞓𐞔𐞕𐞖𐞗𐞘𐞙𐞚𐞛𐞜𐞝𐞞𐞟𐞠𐞡𐞢𐞣𐞤𐞥𐞦𐞧𐞨𐞩𐞪𐞫𐞬𐞭𐞮𐞯𐞰𐞱𐞲𐞳𐞴𐞵𐞶𐞷𐞸𐞹𐞺𐞻𐞼𐞽𐞾𐞿𐟀𐟁𐟂𐟃𐟄𐟅𐟆𐟇𐟈𐟉𐟊𐟋𐟌𐟍𐟎𐟏𐟐𐟑𐟒𐟓𐟔𐟕𐟖𐟗𐟘𐟙𐟚𐟛𐟜𐟝𐟞𐟟𐟠𐟡𐟢𐟣𐟤𐟥𐟦𐟧𐟨𐟩𐟪𐟫𐟬𐟭𐟮𐟯𐟰𐟱𐟲𐟳𐟴𐟵𐟶𐟷𐟸𐟹𐟺𐟻𐟼𐟽𐟾𐟿𐠀𐠁𐠂𐠃𐠄𐠅𐠆𐠇𐠈𐠉𐠊𐠋𐠌𐠍𐠎𐠏𐠐𐠑𐠒𐠓𐠔𐠕𐠖𐠗𐠘𐠙𐠚𐠛𐠜𐠝𐠞𐠟𐠠𐠡𐠢𐠣𐠤𐠥𐠦𐠧𐠨𐠩𐠪𐠫𐠬𐠭𐠮𐠯𐠰𐠱𐠲𐠳𐠴𐠵𐠶𐠷𐠸𐠹𐠺𐠻𐠼𐠽𐠾𐠿𐡀𐡁𐡂𐡃𐡄𐡅𐡆𐡇𐡈𐡉𐡊𐡋𐡌𐡍𐡎𐡏𐡐𐡑𐡒𐡓𐡔𐡕𐡖𐡗𐡘𐡙𐡚𐡛𐡜𐡝𐡞𐡟𐡠𐡡𐡢𐡣𐡤𐡥𐡦𐡧𐡨𐡩𐡪𐡫𐡬𐡭𐡮𐡯𐡰𐡱𐡲𐡳𐡴𐡵𐡶𐡷𐡸𐡹𐡺𐡻𐡼𐡽𐡾𐡿𐢀𐢁𐢂𐢃𐢄𐢅𐢆𐢇𐢈𐢉𐢊𐢋𐢌𐢍𐢎𐢏𐢐𐢑𐢒𐢓𐢔𐢕𐢖𐢗𐢘𐢙𐢚𐢛𐢜𐢝𐢞𐢟𐢠𐢡𐢢𐢣𐢤𐢥𐢦𐢧𐢨𐢩𐢪𐢫𐢬𐢭𐢮𐢯𐢰𐢱𐢲𐢳𐢴𐢵𐢶𐢷𐢸𐢹𐢺𐢻𐢼𐢽𐢾𐢿𐣀𐣁𐣂𐣃𐣄𐣅𐣆𐣇𐣈𐣉𐣊𐣋𐣌𐣍𐣎𐣏𐣐𐣑𐣒𐣓𐣔𐣕𐣖𐣗𐣘𐣙𐣚𐣛𐣜𐣝𐣞𐣟𐣠𐣡𐣢𐣣𐣤𐣥𐣦𐣧𐣨𐣩𐣪𐣫𐣬𐣭𐣮𐣯𐣰𐣱𐣲𐣳𐣴𐣵𐣶𐣷𐣸𐣹𐣺𐣻𐣼𐣽𐣾𐣿𐤀𐤁𐤂𐤃𐤄𐤅𐤆𐤇𐤈𐤉𐤊𐤋𐤌𐤍𐤎𐤏𐤐𐤑𐤒𐤓𐤔𐤕𐤖𐤗𐤘𐤙𐤚𐤛𐤜𐤝𐤞𐤟𐤠𐤡𐤢𐤣𐤤𐤥𐤦𐤧𐤨𐤩𐤪𐤫𐤬𐤭𐤮𐤯𐤰𐤱𐤲𐤳𐤴𐤵𐤶𐤷𐤸𐤹𐤺𐤻𐤼𐤽𐤾𐤿𐥀𐥁𐥂𐥃𐥄𐥅𐥆𐥇𐥈𐥉𐥊𐥋𐥌𐥍𐥎𐥏𐥐𐥑𐥒𐥓𐥔𐥕𐥖𐥗𐥘𐥙𐥚𐥛𐥜𐥝𐥞𐥟𐥠𐥡𐥢𐥣𐥤𐥥𐥦𐥧𐥨𐥩𐥪𐥫𐥬𐥭𐥮𐥯𐥰𐥱𐥲𐥳𐥴𐥵𐥶𐥷𐥸𐥹𐥺𐥻𐥼𐥽𐥾𐥿𐦀𐦁𐦂𐦃𐦄𐦅𐦆𐦇𐦈𐦉𐦊𐦋𐦌𐦍𐦎𐦏𐦐𐦑𐦒𐦓𐦔𐦕𐦖𐦗𐦘𐦙𐦚𐦛𐦜𐦝𐦞𐦟𐦠𐦡𐦢𐦣𐦤𐦥𐦦𐦧𐦨𐦩𐦪𐦫𐦬𐦭𐦮𐦯𐦰𐦱𐦲𐦳𐦴𐦵𐦶𐦷𐦸𐦹𐦺𐦻𐦼𐦽𐦾𐦿𐧀𐧁𐧂𐧃𐧄𐧅𐧆𐧇𐧈𐧉𐧊𐧋𐧌𐧍𐧎𐧏𐧐𐧑𐧒𐧓𐧔𐧕𐧖𐧗𐧘𐧙𐧚𐧛𐧜𐧝𐧞𐧟𐧠𐧡𐧢𐧣𐧤𐧥𐧦𐧧𐧨𐧩𐧪𐧫𐧬𐧭𐧮𐧯𐧰𐧱𐧲𐧳𐧴𐧵𐧶𐧷𐧸𐧹𐧺𐧻𐧼𐧽𐧾𐧿𐨀𐨁𐨂𐨃𐨄𐨅𐨆𐨇𐨈𐨉𐨊𐨋𐨌𐨍𐨎𐨏𐨐𐨑𐨒𐨓𐨔𐨕𐨖𐨗𐨘𐨙𐨚𐨛𐨜𐨝𐨞𐨟𐨠𐨡𐨢𐨣𐨤𐨥𐨦𐨧𐨨𐨩𐨪𐨫𐨬𐨭𐨮𐨯𐨰𐨱𐨲𐨳𐨴𐨵𐨶𐨷𐨹𐨺𐨸𐨻𐨼𐨽𐨾𐨿𐩀𐩁𐩂𐩃𐩄𐩅𐩆𐩇𐩈𐩉𐩊𐩋𐩌𐩍𐩎𐩏𐩐𐩑𐩒𐩓𐩔𐩕𐩖𐩗𐩘𐩙𐩚𐩛𐩜𐩝𐩞𐩟𐩠𐩡𐩢𐩣𐩤𐩥𐩦𐩧𐩨𐩩𐩪𐩫𐩬𐩭𐩮𐩯𐩰𐩱𐩲𐩳𐩴𐩵𐩶𐩷𐩸𐩹𐩺𐩻𐩼𐩽𐩾𐩿𐪀𐪁𐪂𐪃𐪄𐪅𐪆𐪇𐪈𐪉𐪊𐪋𐪌𐪍𐪎𐪏𐪐𐪑𐪒𐪓𐪔𐪕𐪖𐪗𐪘𐪙𐪚𐪛𐪜𐪝𐪞𐪟𐪠𐪡𐪢𐪣𐪤𐪥𐪦𐪧𐪨𐪩𐪪𐪫𐪬𐪭𐪮𐪯𐪰𐪱𐪲𐪳𐪴𐪵𐪶𐪷𐪸𐪹𐪺𐪻𐪼𐪽𐪾𐪿𐫀𐫁𐫂𐫃𐫄𐫅𐫆𐫇𐫈𐫉𐫊𐫋𐫌𐫍𐫎𐫏𐫐𐫑𐫒𐫓𐫔𐫕𐫖𐫗𐫘𐫙𐫚𐫛𐫜𐫝𐫞𐫟𐫠𐫡𐫢𐫣𐫤𐫦𐫥𐫧𐫨𐫩𐫪𐫫𐫬𐫭𐫮𐫯𐫰𐫱𐫲𐫳𐫴𐫵𐫶𐫷𐫸𐫹𐫺𐫻𐫼𐫽𐫾𐫿𐬀𐬁𐬂𐬃𐬄𐬅𐬆𐬇𐬈𐬉𐬊𐬋𐬌𐬍𐬎𐬏𐬐𐬑𐬒𐬓𐬔𐬕𐬖𐬗𐬘𐬙𐬚𐬛𐬜𐬝𐬞𐬟𐬠𐬡𐬢𐬣𐬤𐬥𐬦𐬧𐬨𐬩𐬪𐬫𐬬𐬭𐬮𐬯𐬰𐬱𐬲𐬳𐬴𐬵𐬶𐬷𐬸𐬹𐬺𐬻𐬼𐬽𐬾𐬿𐭀𐭁𐭂𐭃𐭄𐭅𐭆𐭇𐭈𐭉𐭊𐭋𐭌𐭍𐭎𐭏𐭐𐭑𐭒𐭓𐭔𐭕𐭖𐭗𐭘𐭙𐭚𐭛𐭜𐭝𐭞𐭟𐭠𐭡𐭢𐭣𐭤𐭥𐭦𐭧𐭨𐭩𐭪𐭫𐭬𐭭𐭮𐭯𐭰𐭱𐭲𐭳𐭴𐭵𐭶𐭷𐭸𐭹𐭺𐭻𐭼𐭽𐭾𐭿𐮀𐮁𐮂𐮃𐮄𐮅𐮆𐮇𐮈𐮉𐮊𐮋𐮌𐮍𐮎𐮏𐮐𐮑𐮒𐮓𐮔𐮕𐮖𐮗𐮘𐮙𐮚𐮛𐮜𐮝𐮞𐮟𐮠𐮡𐮢𐮣𐮤𐮥𐮦𐮧𐮨𐮩𐮪𐮫𐮬𐮭𐮮𐮯𐮰𐮱𐮲𐮳𐮴𐮵𐮶𐮷𐮸𐮹𐮺𐮻𐮼𐮽𐮾𐮿𐯀𐯁𐯂𐯃𐯄𐯅𐯆𐯇𐯈𐯉𐯊𐯋𐯌𐯍𐯎𐯏𐯐𐯑𐯒𐯓𐯔𐯕𐯖𐯗𐯘𐯙𐯚𐯛𐯜𐯝𐯞𐯟𐯠𐯡𐯢𐯣𐯤𐯥𐯦𐯧𐯨𐯩𐯪𐯫𐯬𐯭𐯮𐯯𐯰𐯱𐯲𐯳𐯴𐯵𐯶𐯷𐯸𐯹𐯺𐯻𐯼𐯽𐯾𐯿𐰀𐰁𐰂𐰃𐰄𐰅𐰆𐰇𐰈𐰉𐰊𐰋𐰌𐰍𐰎𐰏𐰐𐰑𐰒𐰓𐰔𐰕𐰖𐰗𐰘𐰙𐰚𐰛𐰜𐰝𐰞𐰟𐰠𐰡𐰢𐰣𐰤𐰥𐰦𐰧𐰨𐰩𐰪𐰫𐰬𐰭𐰮𐰯𐰰𐰱𐰲𐰳𐰴𐰵𐰶𐰷𐰸𐰹𐰺𐰻𐰼𐰽𐰾𐰿𐱀𐱁𐱂𐱃𐱄𐱅𐱆𐱇𐱈𐱉𐱊𐱋𐱌𐱍𐱎𐱏𐱐𐱑𐱒𐱓𐱔𐱕𐱖𐱗𐱘𐱙𐱚𐱛𐱜𐱝𐱞𐱟𐱠𐱡𐱢𐱣𐱤𐱥𐱦𐱧𐱨𐱩𐱪𐱫𐱬𐱭𐱮𐱯𐱰𐱱𐱲𐱳𐱴𐱵𐱶𐱷𐱸𐱹𐱺𐱻𐱼𐱽𐱾𐱿𐲀𐲁𐲂𐲃𐲄𐲅𐲆𐲇𐲈𐲉𐲊𐲋𐲌𐲍𐲎𐲏𐲐𐲑𐲒𐲓𐲔𐲕𐲖𐲗𐲘𐲙𐲚𐲛𐲜𐲝𐲞𐲟𐲠𐲡𐲢𐲣𐲤𐲥𐲦𐲧𐲨𐲩𐲪𐲫𐲬𐲭𐲮𐲯𐲰𐲱𐲲𐲳𐲴𐲵𐲶𐲷𐲸𐲹𐲺𐲻𐲼𐲽𐲾𐲿𐳀𐳁𐳂𐳃𐳄𐳅𐳆𐳇𐳈𐳉𐳊𐳋𐳌𐳍𐳎𐳏𐳐𐳑𐳒𐳓𐳔𐳕𐳖𐳗𐳘𐳙𐳚𐳛𐳜𐳝𐳞𐳟𐳠𐳡𐳢𐳣𐳤𐳥𐳦𐳧𐳨𐳩𐳪𐳫

MAPUCHE



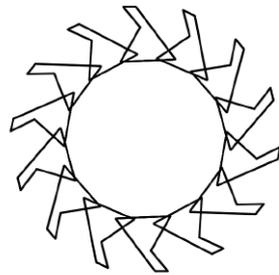
ESTÁ CON LA CAÑA
|||◆□◊◆◆三◆ ㄱㄹ◆◊◆◊



APERRÓ
ㄹ◆|||◆◆◆



SE SACÓ LA ÑOÑA
◆|||◆◊◆◆◆ ㄱㄹ◆◆◆◆



DIO JUGO
|||ㄱ三 非◆◆

Figura 74. Diseños resultantes del pueblo Mapuche en la categoría de acción.
Fuente: Elaboración propia.

La cuarta categoría del juego es la de "lugar" o "situación" de color verde (Figura 76). En esta categoría, al igual que en las de "característica" y "acción", se presenta un símbolo creado en base a los diseños indígenas cuyo significado, que nosotros le dimos, es la frase que aparece en la parte inferior de la tarjeta escrita con el abecedario indígena.

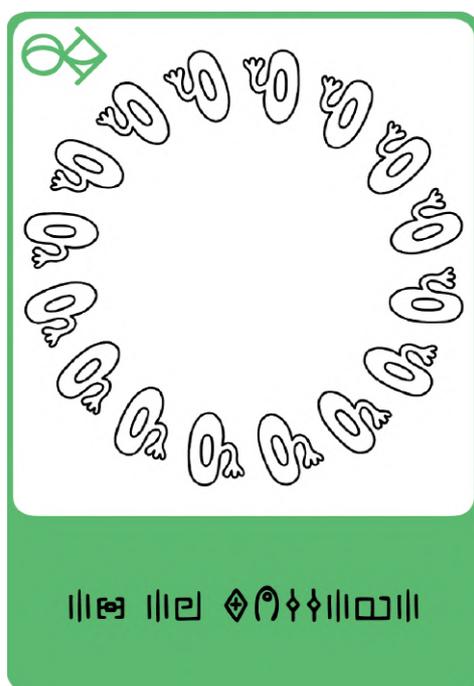
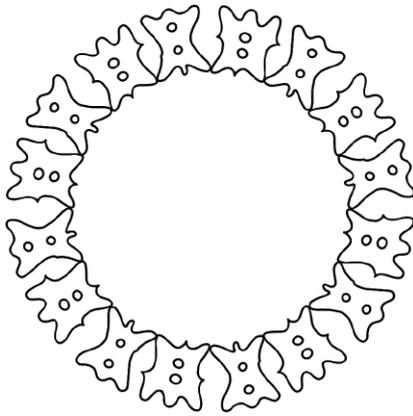


Figura 76. Ejemplo de carta de la categoría "situación".
Fuente: Elaboración propia.

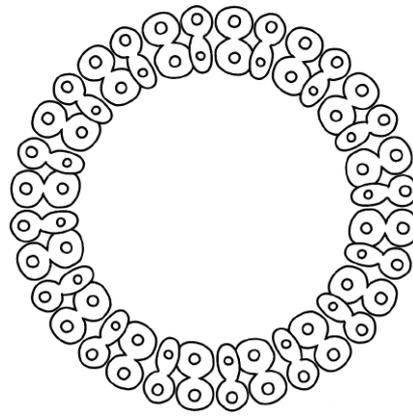
En esta ocasión creamos símbolos sin alterar los originales, es decir, repetimos la figura al igual que la categoría anterior para formar una circunferencia, pero sin superponerla. Lo hicimos de esta forma para mostrar claramente el diseño original. Dividimos la circunferencia en 16 partes y en cada espacio ubicamos el símbolo original (ver Figuras 77, 78, 79 y 80). Escogimos esta cantidad de repeticiones para que la forma circular se completara visualmente en un solo elemento, de esta manera los diseños no se verían dispersos o separados. El tamaño de la circunferencia formada por los diseños indígenas es mayor que la de la categoría de "acción" para evitar que cubran los elementos de las demás tarjetas y por eso la repetición del signo se hace 16 veces y no 14 como en la categoría anterior.

RAPANUI



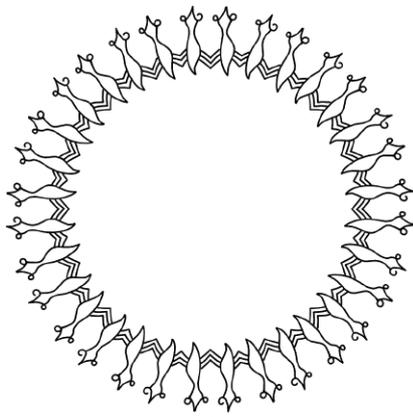
A LO GRINGO

᠙ 𐎎𐎗 𐎎𐎗𐎗𐎗𐎗𐎗𐎗



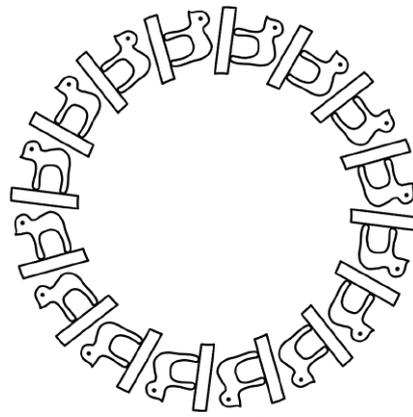
A TODA RAJA

᠙ 𐎎𐎗𐎗𐎗 𐎎𐎗𐎗 𐎎𐎗𐎗



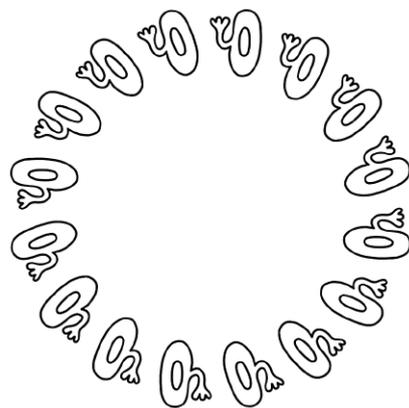
EN PATOTA

𐎎𐎗 𐎎𐎗𐎗𐎗𐎗𐎗



ARRIBA DE LA PELOTA

᠙ 𐎎𐎗𐎗𐎗𐎗 𐎎𐎗 𐎎𐎗 𐎎𐎗𐎗𐎗𐎗

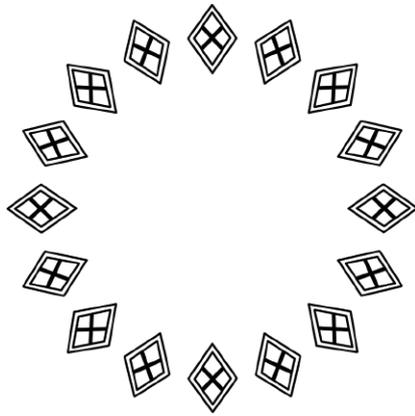


EN EL CARRETE

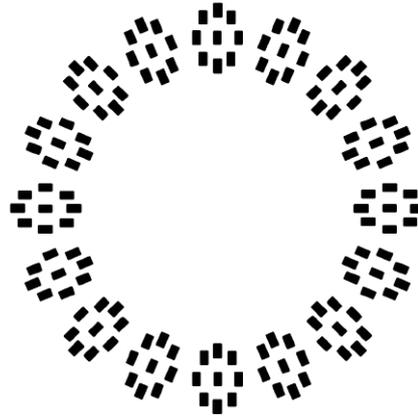
𐎎𐎗 𐎎𐎗 𐎎𐎗 𐎎𐎗𐎗𐎗𐎗

Figura 78. Diseños resultantes del pueblo Rapanui en la categoría de situación.
Fuente: Elaboración propia.

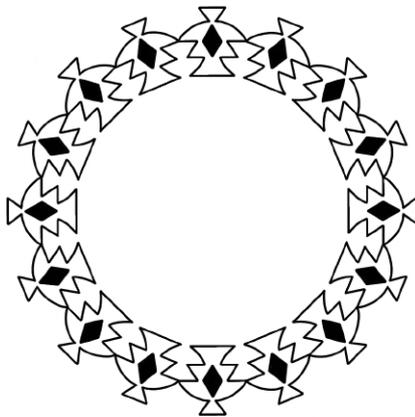
MAPUCHE



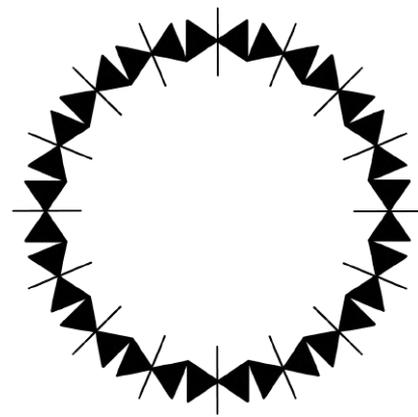
EN LA QUEBRÁ DEL AJÍ
 1111 211 31111111 111111 11111



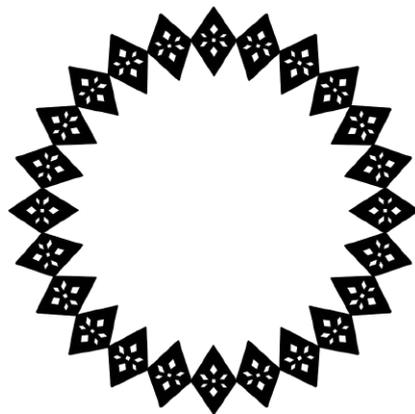
CON CUER
 1111 211 111111



EL DÍA DEL NISPERO
 1111 11111 111111 111111111111



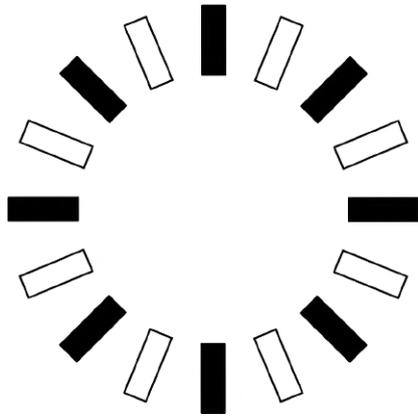
EN LA PEGA
 1111 211 11111111



CON PICR
 1111 211 111111

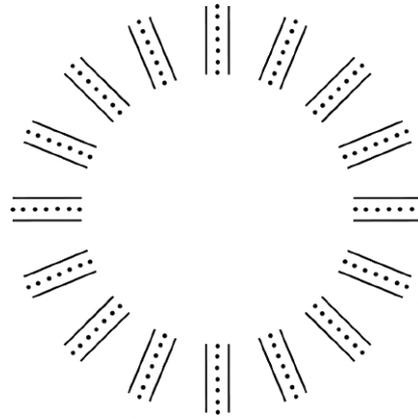
Figura 79. Diseños resultantes del pueblo Mapuche en la categoría de situación.
 Fuente: Elaboración propia.

SELK'NAM



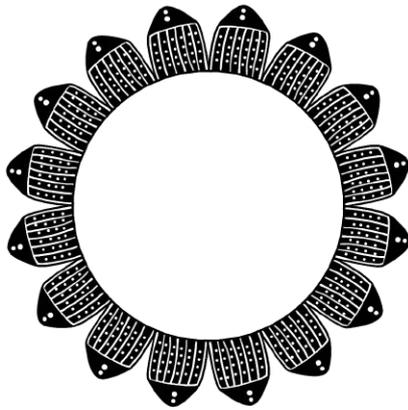
EN CANA

||| ❖ ㊦ ㊦



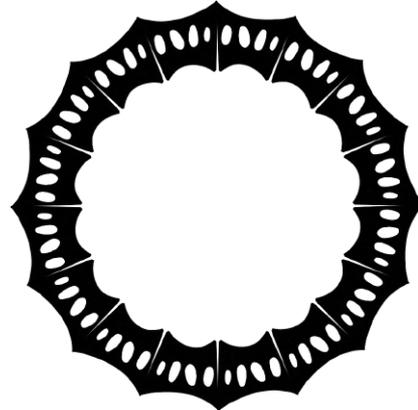
PA CALLAO

㊦ ㊦ ❖ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦



A TODO MORRISON

㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦



A LO MALDITO

㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦ ㊦

Figura 80. Diseños resultantes del pueblo Selk'nam en la categoría de situación.
Fuente: Elaboración propia.

4.4. Accesorios del juego.

En el juego de cartas hemos diseñado los diferentes accesorios que lo estructuran y estos son, además de las tarjetas en sí, los sobres que las contienen, el *packaging*, el manual de instrucciones y el dossier que muestra los diseños originales del arte de los pueblos indígenas con sus significados. Comenzaremos exponiendo los sobres de cada uno de los grupos de tarjetas.

4.4.1. Tarjetas.

En esta fase del Design Thinking prototipamos continuamente el proyecto de diseño a través del juego, la experiencia, la prueba y el error. De esta manera organizamos la forma, el tamaño y el sustrato definitivo de las tarjetas del juego (ver Anexo n°5).

El tamaño preciso para que los diseños de las tarjetas se muestren perfectamente es de 13x9 cm, que no es el tamaño habitual que se usa en los juegos de cartas (9x2 cm) (ver Figura 81). De igual manera el tamaño escogido es cómodo para manipular o llevar a cualquier lugar ya que el juego está pensado también para usarlo incluso en momentos donde no es necesario preparar un espacio físico específico para disfrutarlo.

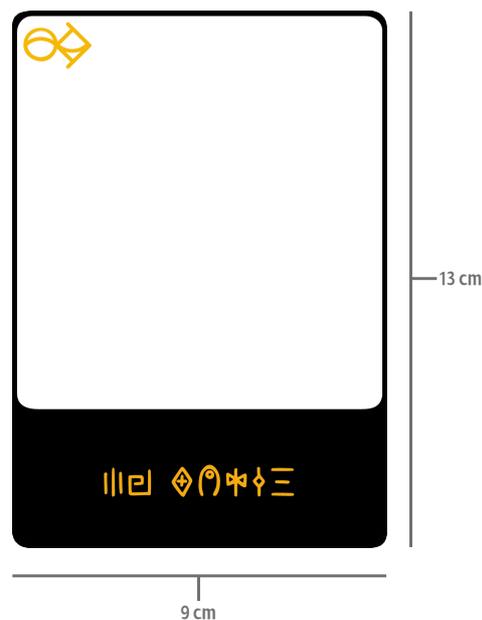


Figura 81. Ejemplo de tarjeta y su tamaño.
Fuente: Elaboración propia.

El material de las tarjetas es acetato semirrígido transparente de 300 micras (ver Figura 82). Este material es ideal para cumplir el requisito principal del juego, el de crear un símbolo al unir las tarjetas superponiendo una sobre la otra. Sobre el material imprimimos con inyección de tinta y los colores se plasmaron sin muchos cambios en comparación a los que se ven en pantalla.



Figura 82. Cartas transparentes del juego.
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los colores, el negro lo escogimos netamente porque tiene una utilidad y ventaja para nuestro diseño y es que al ser tarjetas transparentes este es el único color que no se mezcla al hacer la unión de las cuatro tarjetas para crear el símbolo. Además, las cartas negras son las primeras de los grupos y quedan por sobre las

demás, esto hace que estéticamente el espacio se vea más limpio (ver Figura 83). Otro punto importante es que las frases que se muestran en este grupo de tarjetas se ven de manera clara, sin dejar que se vean las frases que poseen las tarjetas que están por debajo.



Figura 83. Visualización de las cartas superpuestas.
Fuente: Elaboración propia.

Los otros colores, además del negro, los seleccionamos por su atractivo visual, ya que al ser colores brillantes atraen la atención de los jugadores. Además, los escogimos para sacar mayor provecho del sustrato en el que imprimimos. Con esto nos referimos a que, al hacer las pruebas de color en las transparencias, visiblemente los colores se mostraron notorios y llamativos a pesar de estar sobre un material transparente. Esto hace que no se pierda información, es decir, que no queda más claro de lo que se ve en la pantalla.

En cuanto a los espacios de los textos, estos dependen de si la frase queda en una o en dos líneas. Como podemos observar en la Figura 84 hay espacios en color azul para los de una línea de texto y otro en rojo para los de dos líneas (los espacios de color azul son más grandes que los de los rojos).

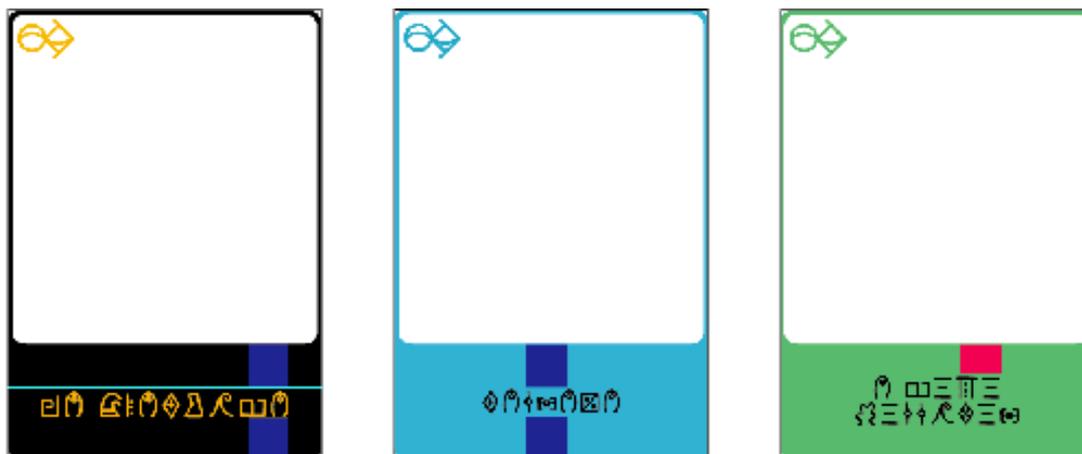


Figura 84. Maquetación de tarjetas.
Fuente: Elaboración propia.

Cada tarjeta está diseñada con herramientas gráficas digitales, pero maquetadas de forma manual. La definición de cada una de las especificidades técnicas, como se mencionó, está evaluada con la puesta en práctica del juego y la manipulación de sus diferentes elementos.

4.4.1.1. Tarjeta con el abecedario.

La tarjeta con el abecedario diseñado con nuevos símbolos es un apoyo para el jugador, pues le permite descifrar lo que está escrito en todas las cartas. Esta no es transparente y sirve para comparar las letras del abecedario latino y las letras diseñadas en base al arte indígena chileno. Es del mismo tamaño de las cartas del juego (13m x 9cm) y se puede observar en la Figura 85.

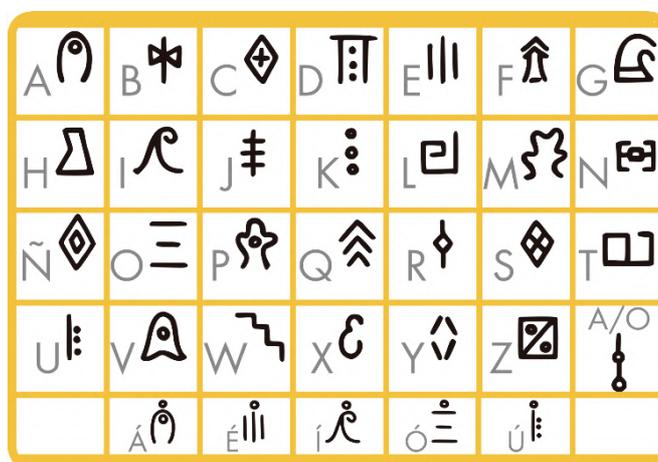


Figura 85. Tarjeta que contiene el abecedario.
Fuente: Elaboración propia.

4.4.1.2. Tarjeta comodín.

Para añadir más dinámica en el juego hemos incluido tarjetas que sirven como comodín, es decir, en cada conjunto de tarjetas añadimos una que reemplaza a otra para que quien la reciba no tenga que descifrar la frase escrita con símbolos indígenas. De esta manera se agiliza la partida y así también, quien recibe el comodín, tiene más posibilidades de ganar el símbolo final, ya que se salta el paso de descifrar la tarjeta específica que puede ser de sujeto, característica, acción o situación. En la Figura 86 presentamos únicamente la estética y gráfica de una tarjeta que muestra los diseños de los cuatro pueblos indígenas, sin su significado. Esto para apreciar de cerca el patrón de los diseños.

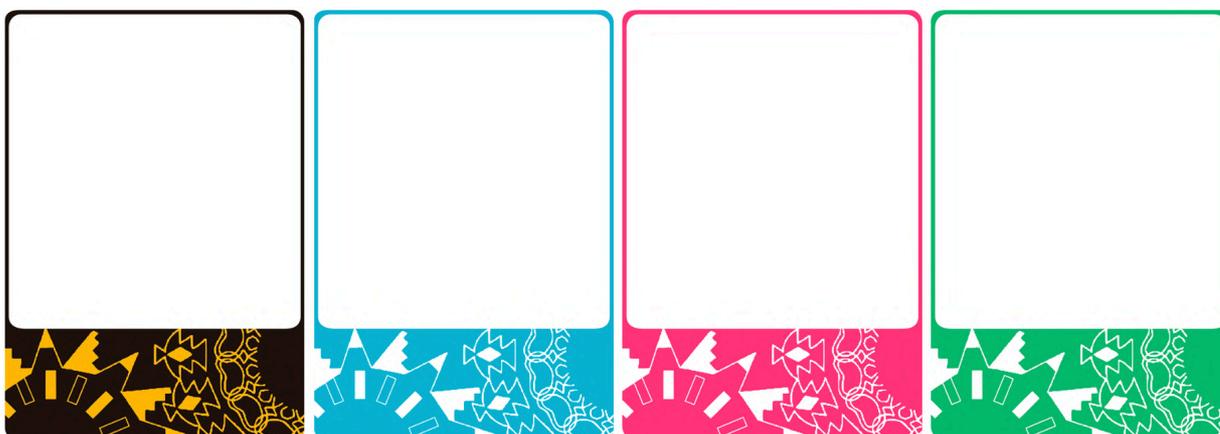


Figura 86. Diseños de las tarjetas comodín.
Fuente: Elaboración propia.

4.4.2. Sobres.

El diseño de los sobres está relacionado con cada categoría de las tarjetas: sujeto, característica acción, situación. Al dividir los grupos en los sobres es más simple sacar las tarjetas de cada categoría para luego crear el símbolo final. Además, es fácil de ordenar las tarjetas al terminar de jugar pues no se van mezclando. En los sobres hemos añadido un número en cada categoría para indicar el orden en que se deben resolver las frases de las tarjetas. Decidimos no entregar un nuevo símbolo a la numeración porque esto puede confundir al jugador, además se añade con la única intención de organizar estructuralmente el juego. Además, lo esencial para el proyecto es dar a conocer el legado indígena escrito y que el usuario lo descifre. Bajo el número

que aparece en la tarjeta escribimos la categoría que compone a un grupo específico con tipografía legible para el usuario, ya que asumimos que en un primer momento este no entendería lo que aparece en los símbolos. De igual manera incluimos la palabra escrita con los símbolos basados en el arte indígena.

Para diseñar los sobres usamos los colores de las tarjetas. El sobre del grupo de "sujeto" es el único que posee color naranja en el número y el título, ya que esta categoría de tarjetas posee ambos tonos. En cuanto al reverso del sobre, también usamos los mismos colores de los grupos de palabras, pero cambiamos el color negro de "sujeto" por naranja que es el color que está presente también en la misma tarjeta y que se visualiza específicamente en la frase que está en la base. Además, al utilizar colores vivos (celeste, rosa y verde) el negro tiende a destacar por sobre los demás. Esa fue otra razón por la que decidimos cambiarlo a naranja y es que, visualmente, los elementos no compiten entre sí.

A los sobres les añadimos igualmente diseños en la parte frontal con gráficas de cada pueblo indígena y esto se hizo con el fin único de ser decorativo (ver Figura 87 y 88). El resultado final de los sobres se puede observar en la Figura 89.



Figura 87. Maquetación del sobre de la categoría "sujeto"
Fuente: Elaboración propia.



Figura 88. Sobres del juego Legados.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 89. Fotografías de los sobres del juego Legados.
Fuente: Elaboración propia.

4.4.3. Packaging.

Para realizar el *packaging* pensamos en una manera de contener las tarjetas y anexos sin perder la característica de que el juego debe ser transportable y liviano. Por eso decidimos que la forma debía ser simple para poder guardarlo en cualquier parte. Hicimos diferentes intentos para lograr el tamaño preciso, es decir, lo suficientemente ajustada para sostener las tarjetas en orden y sin que sobrara mucho espacio en los extremos para quitarlas con facilidad. Además, buscamos la forma ideal para que el *packaging* abriera y cerrara sin que este se estropee o rompiera. Por ese motivo añadimos una cubierta que permita la realización de los anteriores movimientos de forma sencilla para el usuario. Todo esto lo consideramos a la hora de confeccionar el *packaging* en un solo plano, sin incorporar piezas externas que entorpecieran su funcionalidad (ver Figura 90). De este modo ese el único plano requiere de un solo corte (pensado también como si se enviara a alguna imprenta). El tamaño es de 9,8 cm x 2cm, 13 cm.

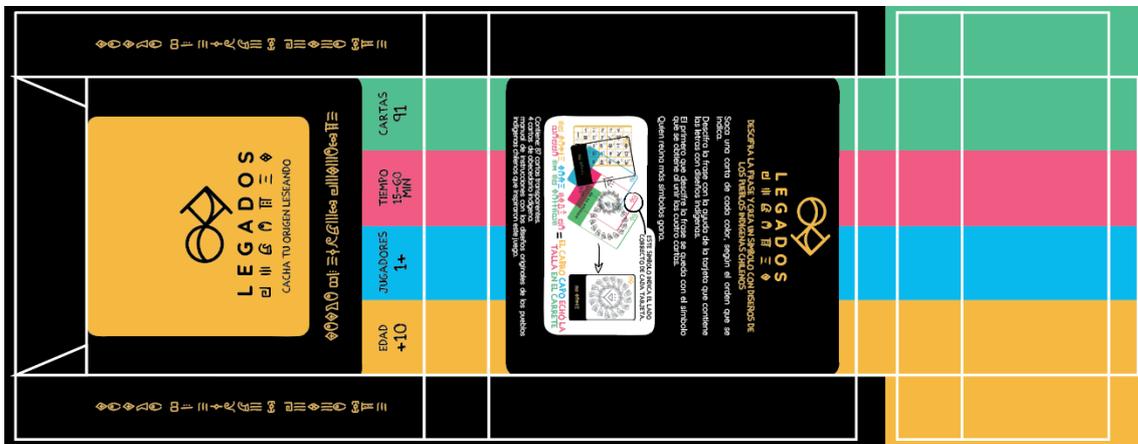


Figura 90. Maquetación del packaging del juego.
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los colores, seguimos con la misma línea gráfica que hemos venido mencionando. Usamos el naranja, celeste, rosa y verde con un fondo negro, los colores que se observan en todas las tarjetas del juego. La marca se presenta en el medio junto con una frase que lo acompaña y esta es “cacha tu herencia leseando”, que “traducido” al castellano del modismo chileno se podría entender como: descubre

tu herencia jugando. Este no es el significado literal y es que cada una de las palabras puede usarse de manera diferente en dependiendo del contexto. Esta frase es usada también de modo decorativo en los costados de la caja, los que contienen los símbolos indígenas resultantes en nuestra investigación y que sirven para llamar la atención del usuario.

En la caja incorporamos la información que normalmente contienen los *packaging* de juegos de mesa, es decir, el tiempo de duración de la partida, la cantidad de jugadores, la edad del público al que se dirige el juego, la cantidad de tarjetas que tiene y los elementos incorporados dentro de la caja. Además, decidimos hacer un resumen de las indicaciones de cómo jugar en la parte trasera del *packaging*. El resultado del diseño del *packaging* se puede observar en la Figura 91.



Figura 91. *Packaging* del juego Legados.
Fuente: Elaboración propia.

4.4.4. Manual de instrucciones y dossier con información de lo símbolos.

El manual de instrucciones se divide en ocho caras: dos corresponden a la portada y la contraportada; dos de estas contienen información sobre cómo jugar y cuatro con los diseños indígenas y sus significados. Las reglas están redactadas como si estuviésemos hablando directamente con el público, como una conversación cotidiana de igual a igual. Las reglas del juego son simples e intentamos explicarlas con pocas palabras. Lo fundamental del manual es que muestra gráficamente como unir las tarjetas para crear el símbolo, de la misma forma que lo hicimos en el *packaging* e incorporamos el diseño de las tarjetas comodines para conocer con anticipación su diseño y diferenciarlas de las demás. Con esto también prevenimos que el usuario se confunda si llega a aparecer una tarjeta diferente a las otras. Podemos observar en el manual de instrucciones que aparece en la Figura 92 que la línea gráfica sigue la continuidad del proyecto en general y es que usamos los mismos colores, tipografía y los signos de los pueblos indígenas. Cabe destacar que al doblar el manual de instrucciones este tiene las medidas exactas de una tarjeta, para que pueda contenerse en el *packaging* al igual que los demás elementos del juego.



Figura 92. Manual de instrucciones del juego en orden de maquetación.
Fuente: Elaboración propia.

En el reverso del manual de instrucciones (que se ve completo cuando este se abre) se encuentra la información de los signos indígenas originales y que inspiraron los diseños de los símbolos de nuestra investigación (ver Figura 93). Mostramos en este dossier a qué pueblo pertenece cada uno de los signos y cuál es su significado original para que los jugadores conozcan la diversidad de formas que hay en una parte de la herencia cultural artística de cuatro pueblos indígenas chilenos. Y, de este modo, el usuario se percate igualmente que los símbolos creados en el juego tienen una base estética ya existente y un significado propio.

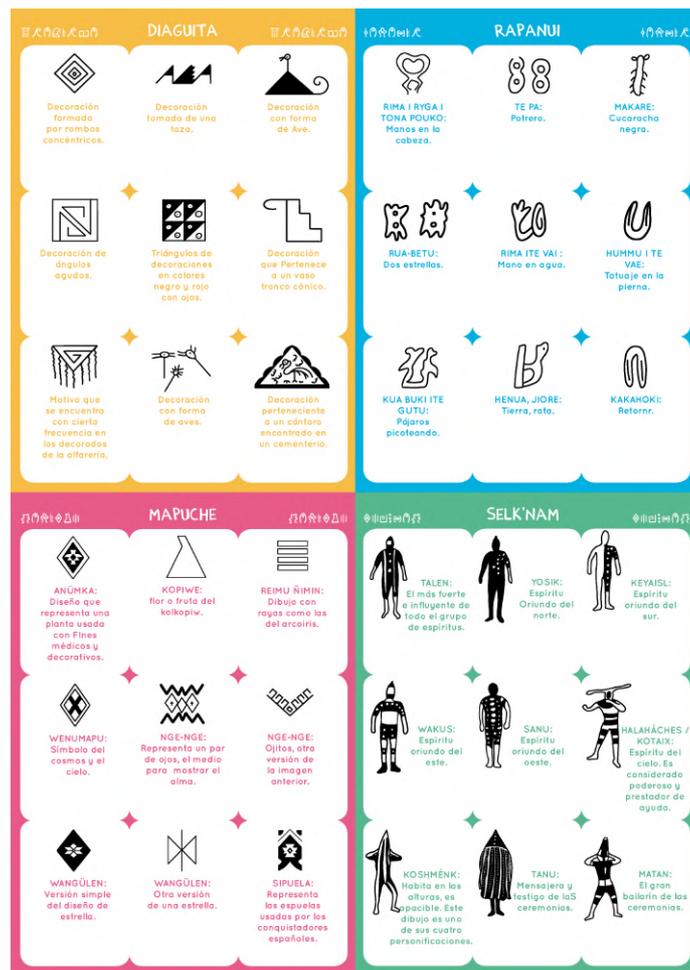


Figura 93. Muestra del dossier informativo con los diseños originales usados para crear el juego.
Fuente: Elaboración propia.

Para la elaboración del manual de instrucciones lo que hicimos fue organizar estructuralmente una cuadrícula simple con el signo en la parte superior del significado de cada uno de ellos. La única excepción de la explicación se hizo con el pueblo Selk'nam porque los signos son cuerpos pitados que idealmente mostramos por completo en la gráfica, es decir, desde la cabeza a los pies. Por esta razón también el espacio entre los signos Selk'nam es mayor dentro de la maqueta y su significado lo ubicamos al lado de cada uno de ellos. Por último, como en todos los demás complementos del juego, usamos los mismos colores y tipografía para mantener la continuidad de la línea gráfica. El orden de los grupos de gráficas de los pueblos indígenas se relaciona con su ubicación geográfica en el territorio de Chile, es decir, de norte a sur. El resultado final se puede observar en la Figura 94.



Figura 94. Fotografías del manual de instrucciones y dossier informativo.
Fuente: Elaboración propia.

4.5. Estructura gráfica de los diseños de símbolos: bases teóricas de las decisiones de diseño.

Para diseñar los nuevos símbolos creamos un modelo de clasificación y alteramos morfológicamente la línea de los signos indígenas originales. De esta manera organizamos los símbolos de acuerdo con su forma (geométrica, orgánica, irregular, simple, múltiple, compuesta y estructurada) para conocer las características más representativas de cada pueblo indígena.

4.5.1. Modelo de clasificación de los signos indígenas.

En esta fase de prototipar el proyecto y para el caso específico de la forma tomamos como referentes a Wucius Wong (1995) y a Elena Bartomeu (2011) con la finalidad de desarrollar un esquema objetivo como modelo de clasificación de los signos indígenas chilenos. El modelo de clasificación lo desarrollamos para conocer los

signos indígenas con las formas más repetitivas, con el fin de mantener uniformidad en cada uno de ellos e identificar fácilmente a qué pueblo pertenece cada figura.

Con respecto a Wong, destacamos el empleo de la clasificación de los elementos de diseño usando la forma como plano dentro del grupo de elementos conceptuales. Entre ellos se encuentran las siguientes formas: geométrica, orgánica, rectilínea, irregular, manuscrita y accidental. Optamos por usar las categorías geométrica, orgánica, rectilínea, irregular y no la de manuscrita y accidental. El caso de la manuscrita fue descartado porque se conoce la manera de elaboración de los diseños de los pueblos indígenas, a mano, como es el ejemplo de los de los Diaguita y Selk'nam, quienes pintaron directamente en los objetos o en el cuerpo, respectivamente. De esta manera, si se conoce explícitamente la manera de elaboración del signo, no necesita un estudio previo. Acerca de las formas accidentales, no es posible conocer si alguno de los elementos que componen los diseños se realizaron de manera espontánea, sobre todo en los diseños realizados en los cuerpos pintados del pueblo Selk'nam, debido a que estos poseen irregularidades al ser creados a mano alzada.

Elementos de diseño, la forma como plano. Wucius Wong.

Los elementos de diseño propuestos por Wucius Wong son las que presentamos a continuación¹⁵¹:

- **Geométricas:** construidas matemáticamente.
- **Orgánicas:** rodeadas por curvas libres, que sugieren fluidez y desarrollo.
- **Rectilíneas:** Limitadas por líneas rectas que no están relacionadas matemáticamente entre sí.
- **Irregulares:** Limitadas por líneas rectas y curvas que no están relacionadas matemáticamente.

¹⁵¹ Wong (1995), pp. 45-47.

Elementos base del signo, la forma. Elena Bartomeu Magaña.

Al modelo de clasificación de Wong le añadimos las categorías de forma que presenta Elena Bartomeu. La autora propone una manera de estudiar y clasificar los elementos morfológicos de la forma entre los cuales se encuentran la simple, múltiple, compuesta y estructurada¹⁵². Incorporamos los grupos a la categorización porque muchos diseños tienen como base módulos que se repiten para conformar patrones. La descripción de las categorías de Bartomeu se presenta a continuación:

- Simple: es aquella que, independientemente de la regularidad o irregularidad de su figura, línea o contorno es percibida como una unidad indivisible. Esta variable valora la apariencia de la forma irreductible.
- Múltiple: es aquella que tiene una apariencia divisible analíticamente. Utiliza un único tipo de módulo repetido, y la repetición habitualmente responde a operaciones de transformación geométrica por emparejamiento.
- Compuesta: es aquella que tiene una apariencia divisible en diferentes módulos repetitivos mediante diferentes operaciones de transformación.
- Estructurada: permite realizar el análisis del signo cuando éste tiene una apariencia más compleja que las definidas anteriormente. Su estructura puede integrar diferentes módulos que a su vez contienen formas múltiples o compuestas.

¹⁵² Bartomeu (2011), p. 99.

Finalmente, de los antecedentes de Wong y Bartomeu, los elementos que incluimos al modelo de clasificación de las figuras que estudiamos son los siguientes:

Geométrica

Orgánica

Irregular

Simple

Múltiple

Compuesta

Estructurada

Podemos observar el modelo de clasificación que elaboramos para analizar en profundidad los signos indígenas en el Anexo n° 6.

Observaciones de la clasificación.

Luego de estudiar y realizar la clasificación de los signos indígenas, obtuvimos las siguientes reflexiones:

En primer lugar, los diseños de los pueblos Diaguita y Mapuche poseen rasgos en común. Esto a pesar de ser de distintas zonas del país (zona norte y centro respectivamente). Con lo anterior queremos decir que ambos pueblos se ubican mayoritariamente en los mismos niveles de clasificación, es decir, disponen figuras geométricas y realizan patrones con formas compuestas.

Las formas del pueblo Diaguita son muy ordenadas y se organizan espacialmente para elaborar diseños más complejos. A pesar de que los dibujos son realizados a mano, poseen terminaciones impecables que dan la impresión de que los módulos de los patrones son todos iguales, pese a que no son completamente idénticos.

Los diseños mapuches mayoritariamente son muy organizados y se pueden elaborar incluso matemáticamente. Esto ocurre porque al ser diseños que se elaboran en telares deben tener como base formas geométricas.

El pueblo Selk'nam, aunque utiliza elementos con trazado a mano, crea figuras rectilíneas, pero no geométricas. También desarrolla un orden específico para generar patrones con formas múltiples y compuestas.

Las formas del pueblo Rapanui son mayoritariamente orgánicas, ya que presentan curvas libres. Además, son diseños compuestos y estructurados, pero que no crean patrones como los demás pueblos indígenas. Esto ocurre porque los signos escogidos del pueblo Rapanui pertenecen al arte rupestre, cuya finalidad principal no es la decoración, sino de tener un sentido narrativo para quien la lea.

Observar los diseños también resulta útil para conocer los tipos de formas que los diferencian sintácticamente. Además, al momento de encontrar las características que distinguen los diseños, se observa que estos identifican a cada uno de los pueblos. Todo esto se relaciona con el concepto de identidad analizado en el Capítulo 2 de esta investigación.

Adicionalmente, con las diversas maneras de expresión artística que se observa en las diferentes zonas de Chile, se demuestra la multiculturalidad que existe dentro un solo país. Multiculturalidad que se une, pero que no se fusiona, y que logra concebir una particularidad de la identidad chilena. Los diseños se agrupan finalmente de la siguiente manera:

- **Diaguíta:** figuras angulares como triángulo y diseños en zigzag.
- **Mapuche:** figuras geométricas y regulares, predomina el rombo.
- **Rapanui:** figuras orgánicas para mostrar formas figurativas, sobre todo humanas.
- **Selk'nam:** formas rectilíneas y puntos.

La información recopilada y analizada la empleamos para desarrollar las piezas gráficas que combinan los diseños de los pueblos para crear nuevos símbolos. De esta manera expondremos los elementos que destacan de cada uno, para luego

comprobar si es posible reconocer a qué pueblo pertenece cada sección que compone a los nuevos signos.

4.5.2. Modificación de signos.

La modificación de los signos indígenas chilenos se realiza mediante la experimentación y conforme se van alterando los elementos gráficos hasta el punto de reconocer hasta qué grado es posible de reconocer, o no, dichos elementos. Esto se relaciona con el objetivo de crear un modelo de clasificación de cada uno de los signos indígenas. A continuación, describiremos el proceso de la modificación de los signos.

4.3.1. Matriz analítica taxonómica del signo.

Decidimos usar una matriz analítica para experimentar visualmente con los símbolos indígenas y, de esta manera, conocer hasta qué punto podemos alterar los originales y si es posible distinguirlos cuando modificamos su morfología. Es importante mencionar que la matriz analítica está basada en su mayoría en el modelo de matriz analítica taxonómica del signo de la identidad visual corporativa propuesto por Elena Bartomeu¹⁵³ y seleccionamos algunos ítems específicos para modificar los diseños indígenas de acuerdo con los intereses de la investigación. Realizamos esta experimentación con un objetivo estético, es decir, únicamente para conocer si es posible aplicar nuevas maneras de presentar los símbolos en el proyecto final y si visualmente resultan atractivos.

Para realizar la modificación del símbolo tomamos los conceptos entregados por la matriz analítica y según nuestra percepción fuimos modificamos un diseño Mapuche. El símbolo escogido es "Wangülen", que representa una estrella. Decidimos utilizar esta figura porque posee formas que mayoritariamente se repiten en este pueblo indígena (figuras geométricas rectas y regulares).

¹⁵³ Bartomeu (2011), p. 163.

En todas las categorías de la matriz el diseño mapuche es reconocible. Aún así hay cambios más significativos en la categoría de forma orgánica, ya que todas las partes que componen este signo en particular son formas rectas y para identificarlo se necesita un mayor esfuerzo y atención. Aún así es útil conocer el tipo de figura que puede resultar al modificar un aspecto morfológico del diseño ya que nos da más posibilidades de jugar con la morfología de los símbolos indígenas.

Luego de realizar los cambios y experimentar visualmente con las diferentes categorías de la matriz nos dimos cuenta de que, a pesar de que lográbamos obtener nuevas formas de mostrar los símbolos indígenas, el resultado no convenció del todo porque no era reconocible. Por eso seguimos inclinados por la idea de que el diseño original ya es lo bastante atractivo para mostrarlo tal cual es originalmente. Sin embargo, gracias a la realización de esta experimentación también nos dimos cuenta de que sí podemos cambiar el trazo para luego unificar los diferentes símbolos de los cuatro pueblos indígenas seleccionados ya que son reconocibles a pesar de cambiar parte de su morfología. En la Figura 95 podemos observar los cambios que obtuvimos al modificar el símbolo original mapuche.

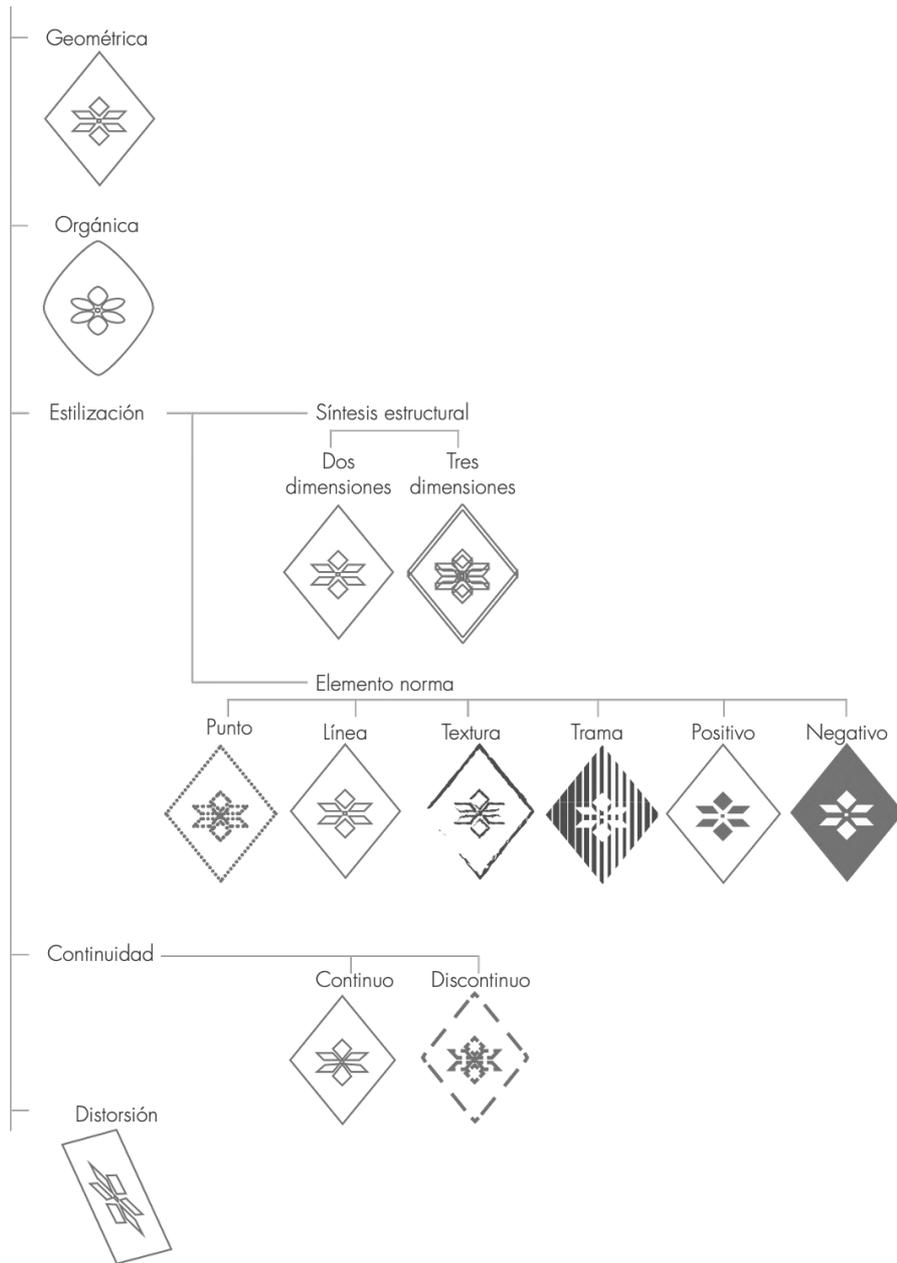


Figura 95. Experimentación morfológica de un símbolo mapuche.
Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. Modificación de signos mediante la alteración de la línea.

El segundo acercamiento con la modificación de signos indígenas, después de utilizar la matriz analítica taxonómica, fue la alteración de la línea de los signos. Lo anterior demostró que este procedimiento presenta formas discontinuas que van formando huecos de diferentes rangos de separación.

En la primera experimentación visual con la alteración de la línea se utilizó el punto como forma básica. La separación mínima fue de 2,5 puntos, ya que es el rango más bajo que permite el programa digital con el que se trabajaron los diseños (Adobe Illustrator) y que se usó como herramienta gráfica. En esta fase fue posible notar que hasta el número 13 de puntos de separación la figura original era reconocible, pero ya en el número 15 el diseño se desintegraba y la figura finalmente resultaba irreconocible. En proceso se puede observar en la Figura 96.

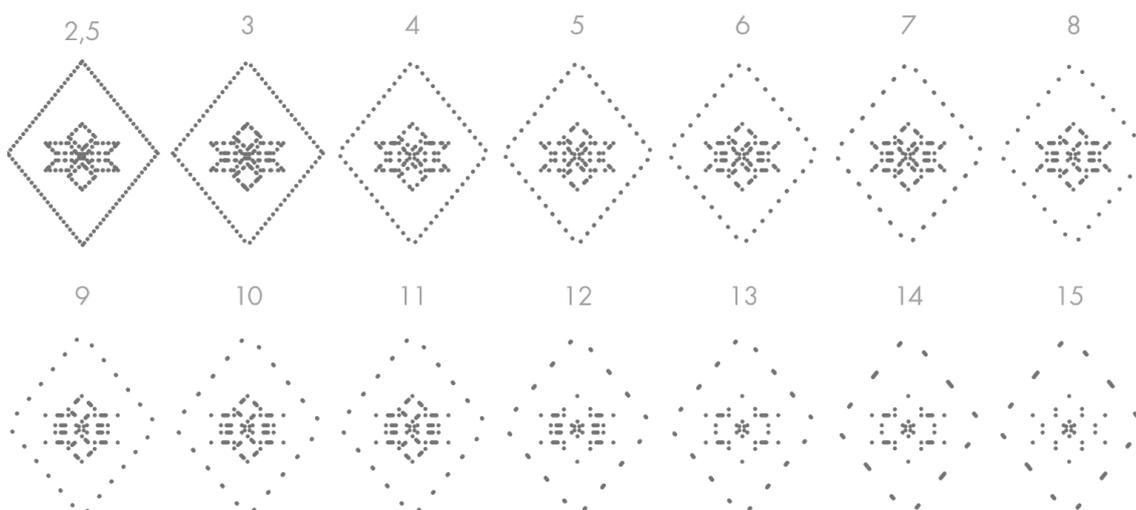


Figura 96. Experimentación visual alterando la línea mediante puntos.
Fuente: Elaboración propia.

En la segunda prueba de modificación se empleó la línea como forma básica, dejando también diferentes rangos de espacio de separación (ver Figura 97). En esta oportunidad la figura fue reconocible en todas las alteraciones. En el signo que se advirtió una mayor distancia entre las líneas fue en el que se aplicó una separación de línea de 15 puntos. Incluso en este último resultado se lograron completar las partes

faltantes de la figura. Lo anterior se explica a través de la ley de cierre de la Gestalt¹⁵⁴, en la que tendemos a completar perceptualmente aquello que falta en una figura. La modificación a través de la experimentación visual funciona y es que se puede uniformar la línea gráfica para que sea visible y atractiva sin alterar los elementos básicos de los signos indígenas. A esta conclusión llegamos luego de repetir continuamente el proceso y gracias a la experiencia crítica y la práctica como profesionales de diseño.

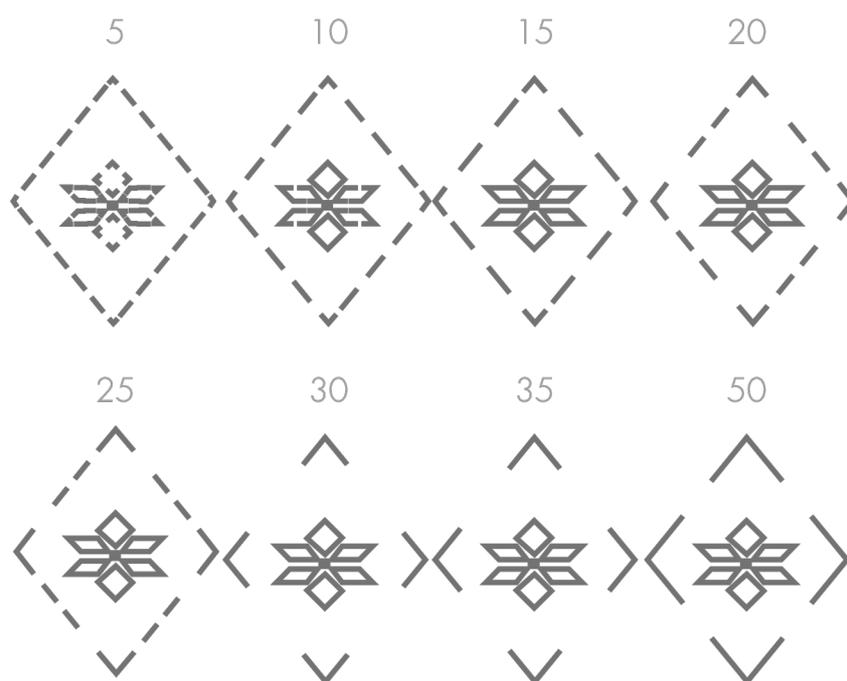


Figura 97. Experimentación morfológica alterando la línea, dividiéndola con espacios.
Fuente: Elaboración propia.

La elaboración morfológica de algunos de los nuevos diseños indígenas en las tarjetas, en las categorías de "acción" y "situación", se ideó a partir del significado de la frase a la que representan. Lo anterior se explica con el efecto "buba-kiki" que se enmarca en el sistema de comunicación. Este último se estructura en base a signos que permiten a las personas interactuar entre sí y fue en la década de 1920 cuando el psicólogo alemán Wolfgang Köhler llevó a cabo un estudio experimental para explicar que

¹⁵⁴ La Teoría o psicología de la Gestalt (palabra alemana que significa figura, patrón o forma) se refiere a un movimiento surgido en los años de 1920 en Berlín. El movimiento buscó explicar la manera en la que nuestras mentes perciben las cosas como un todo y no individualmente a través de los canales sensoriales o la memoria. Gestalt demostró finalmente que nuestro cerebro tiende a simplificar u organizar las imágenes complejas que nos rodean y, de esta manera, cuando se presenta una figura que no está delimitada por líneas, nuestra mente asocia igualmente una sensación de cierre, pues las formas cerradas se interpretan como estables.

existía una relación entre el significante y el significado¹⁵⁵. Köhler demostró empíricamente la “no arbitrariedad” del lenguaje con el simbolismo fonético, que se refiere a la existencia de una relación entre el sonido de una palabra y las cualidades físicas de los objetos y que fue expuesto a través del “efecto buba-kiki”¹⁵⁶.

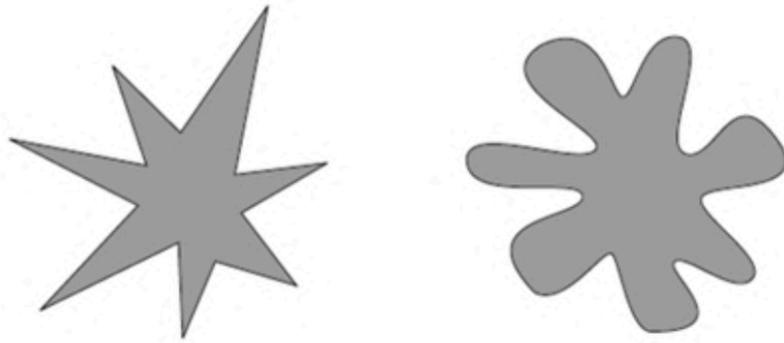


Figura 98. Figuras “kiki” (izquierda) y “bouba” (derecha).
Fuente: Córdoba, Gómez e Iborra (2014), p.34.

La mencionada correspondencia entre el sonido y la forma visual propone que dicha relación consistente se observa en diferentes lenguajes (inglés, español y alemán) y que no es un fenómeno aleatorio el denominar “kiki” a la estrella o forma puntiaguda y “buba” a la ameba o forma redondeada¹⁵⁷, sino que forma parte de la asociación cognitiva, sonoro-simbólica, de los seres humanos (las formas del “efecto buba-kiki” se pueden observar en la Figura 98). Este mismo efecto ocurre con algunos de los nuevos símbolos que elaboramos, donde relacionamos también la forma con el significado de la frase. Un ejemplo de lo mencionado lo hallamos en la Figura 99 en la que se observa que la frase “pasó piola” se vincula con el dibujo diaguaita que representa a las aves. Esto se da únicamente por el sonido de “pio” que se relaciona sonoramente con la palabra “piola”, pero que no tiene ese significado en concreto.

¹⁵⁵ Los experimentos del efecto “buba-kiki” fueron realizados por el psicólogo Wolfgang Köhler en la isla de Tenerife. Köhler mostró a una serie de personas dos tipos de figuras abstractas y dos palabras que no tienen significado (pseudopalabras). Las dos formas se referían a una puntiaguda y a una redondeada y las pseudopalabras “takete” y “baluba”. Los participantes eligieron qué pseudopalabra asociaban con las formas (puntiaguda o redondeada) obteniendo como resultado que la mayoría de las personas relacionaron “takete” con la figura puntiaguda y “baluba” con la redondeada.

¹⁵⁶ Martín, Pérez y Villén (2015), p.27.

¹⁵⁷ Córdoba, Gómez, e Iborra, (2014), p.33.

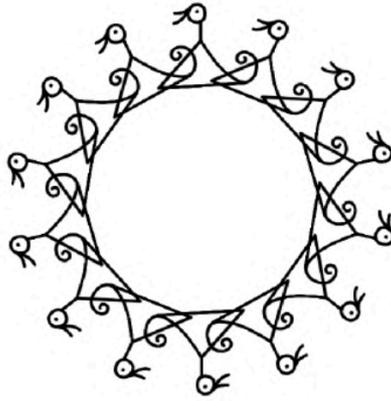


Figura 99. Pasó piola.
Fuente: Elaboración propia.

4.5.3. Retícula gráfica.

Para estructurar gráficamente los elementos base de los diseños de cada una de las tarjetas del juego creamos una retícula base. Ubicamos los símbolos en los espacios dispuestos para cada categoría de tarjetas y distribuimos los diferentes elementos que se presentan en las tarjetas transparentes. De este modo, las figuras no se sobrepondrían entre sí durante el juego, pues las tarjetas se unen para crear el símbolo.

En esta etapa de diseño excluimos únicamente la categoría de "sujeto" porque este grupo no posee un diseño de símbolo que signifique la palabra que se muestra en la parte inferior de la tarjeta, es decir, solamente se dan a conocer palabras escritas con el abecedario basado en los símbolos indígenas. En la Figura 100 presentamos la retícula estructural de la categoría de "característica" y, tal y como se observa, los elementos se ubican en el centro de la retícula.

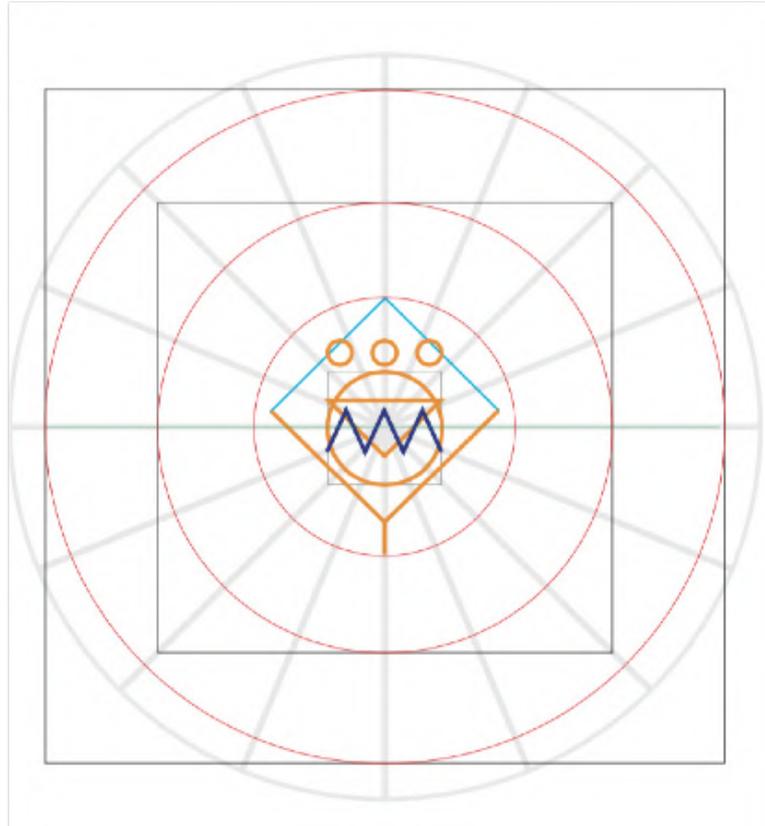


Figura 100. Retícula base para crear y organizar los nuevos símbolos.
Fuente: Elaboración propia.

La siguiente retícula muestra la ubicación de los elementos de la categoría de “acción” (Figura 101) en la que se puede observar de igual manera los elementos de la categoría de “característica”. Esto para visualizar de mejor manera los tamaños de todos los elementos.

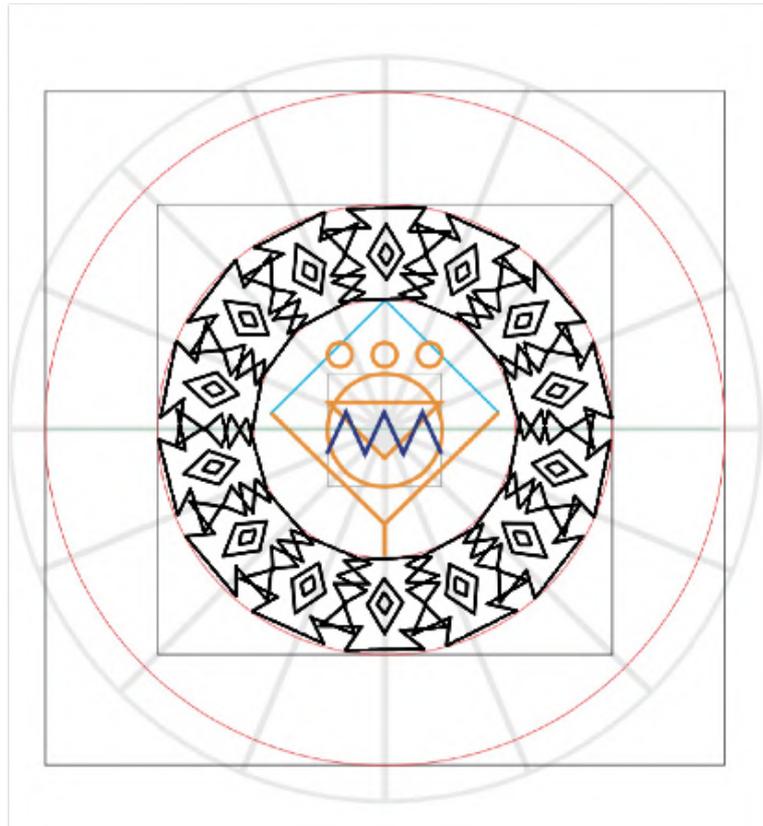


Figura 101. Retícula base con nuevo símbolo, ubicado en el espacio de "acción".
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la ubicación de los elementos de la categoría de "situación", nuevamente ubicamos en el medio los espacios ocupados por los diseños de la categoría de "característica", por la misma razón del ejemplo anterior, para visualizar los tamaños y ubicaciones del grupo de elementos que componen el diseño del símbolo final (Figura 102).

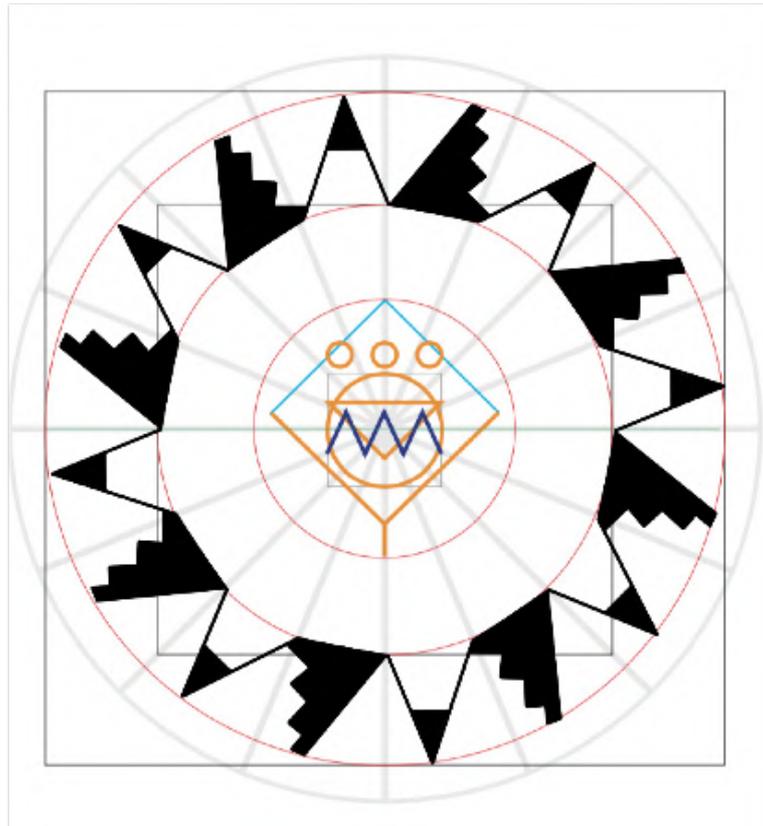


Figura 102. Retícula base con nuevo símbolo, ubicado en el espacio de "situación".
Fuente: Elaboración propia.

Para realizar la retícula estructural de los diseños de letras para la tipografía utilizamos la herramienta entregada por calligraphr.org. Esta herramienta permite generar automáticamente la tipografía dibujada para que parezca que está hecha a mano, pues nuestra intención es que la forma sea simple y no demasiado estructurada. En otras palabras, no pretendemos crear una tipografía encasillada morfológicamente, más bien queremos entregar una basada en el concepto de informalidad y espontaneidad, para entregar más dinamismo al juego.

Para desarrollar la tipografía utilizamos los espacios entregados por la plantilla descargable de la web. Esta plantilla muestra los espacios y ubica letras en baja opacidad para guiar la escritura y la creación de la nueva tipografía. De esta manera se obtiene un resultado óptimo desde nuestro punto de vista en cuanto a tamaños, interletrado e interlineado en la escritura de las frases. De igual manera, al momento de terminar la creación de las nuevas letras, si llegara a haber imprecisiones al escribir,

sería posible editar inmediatamente los espacios o los tamaños, sin tener que volver a diseñar desde el principio.

A pesar de que el objetivo es mostrar una tipografía aparentemente hecha a mano, rehicimos la primera que desarrollamos para el primer encuentro con público en Chile, ya que morfológicamente se ve imprecisa cuando se escriben las palabras o frases en las tarjetas del juego. Igualmente, en algunas ocasiones los espacios no se diferenciaron bien entre las palabras cuando las oraciones eran muy largas. Aun así, esto no significa que descartamos la tipografía en la totalidad de la estructura gráfica del juego, ya que algunos soportes de este sí la tienen. Lo anterior porque la tipografía funciona cuando se trata de relacionarla con el concepto de espontaneidad. En la Figura 103 presentamos la tipografía diseñada sobre la plantilla descargada en calligraphr.org.

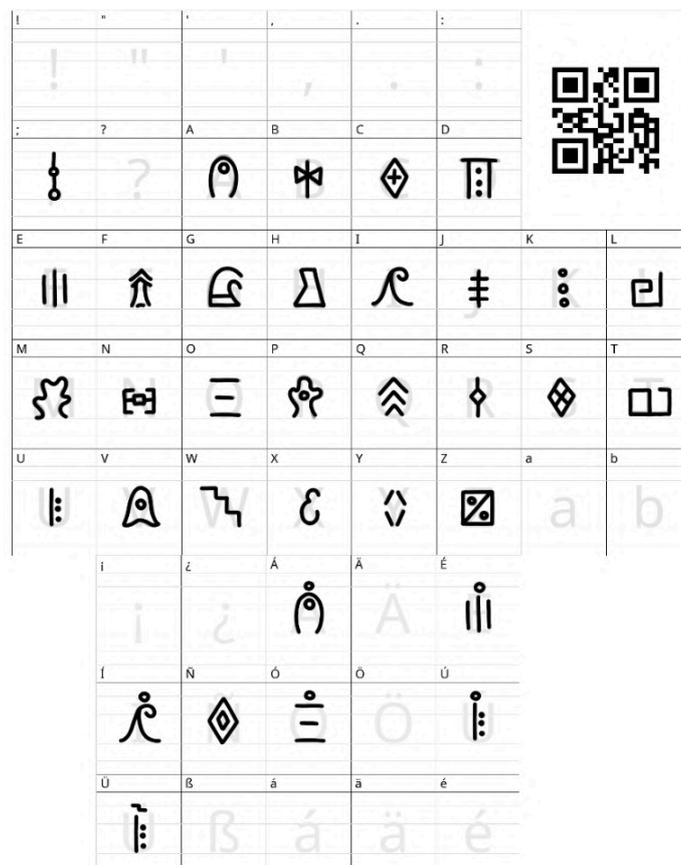


Figura 103. Plantilla base que sirvió para crear la nueva tipografía.
Fuente: Elaboración propia con la retícula entregada por calligraphr.org.

4.6. Diseños indígenas originales.

Durante el desarrollo de esta investigación hemos expuesto los distintos diseños pertenecientes a los Diaguitas, Rapanui, Mapuche y Selk'nam, pero hasta el momento solamente lo hemos presentado gráficamente. A continuación, daremos a conocer el significado y diseño original de cada signo indígena utilizado para la elaboración de los nuevos símbolos (ver los diseños originales en las Figuras 104 y 105). Recordemos que los significados cambian en los nuevos símbolos conforme se modifica también la forma, pero manteniendo la continuidad de la base. A estos nuevos símbolos les otorgamos conceptos de uso cotidiano para vincularlos a la identidad chilena actual y también para acercarlos al público contemporáneo. Los signos y sus significados los conseguimos de diferentes fuentes secundarias chilenas: para el pueblo Diaguita nos basamos principalmente en el libro de Abel Gutiérrez (1929)¹⁵⁸; para el pueblo Rapanui en el estudio de Tepano Jaussen (1894)¹⁵⁹; para el pueblo Mapuche utilizamos como fuente la investigación de Tim Podkul (2002)¹⁶⁰ y, para el pueblo Selk'nam el estudio de Itaci Correa y Carola Flores (2005)¹⁶¹. Los símbolos originales expuestos están redibujados y aunque solamente cambiamos la línea, esto lo hicimos para limpiar el dibujo original y presentamos con mejor resolución.

¹⁵⁸ Para más información véase Gutiérrez, Abel (1929). *Dibujos indígenas de Chile*. Santiago: Imprenta Universitaria.

¹⁵⁹ Para más información véase Jaussen, Tepano (1894). *L' Ile De Pâques: Historique Écriture Et Répertoire Des Signes Des Tablettes Ou Bois D'hibiscus Intelligents*. Obra póstuma escrita por Ildéfonse Alazard según las notas dejadas por el prelado. Recuperado de <https://archive.org/details/tepanojaussen.1894.liledepaqueshistoriqueecritureetrepertoiredestablett/page/n21/mode/2up>

¹⁶⁰ Para más información véase Podkul, Tim (2002). *Símbolos textiles mapuches*. Recuperado de <https://docplayer.es/26413159-Simbolos-textiles-mapuches.html>

¹⁶¹ Para más información, véase Correa, Itaci y Flores, Carla (2005). Estudio pintura corporal Selk'nam y su carácter iconográfico. *Revista Werken*, 7, 21 – 37.

 <p>Decoración formada por rombos concéntricos.</p>	<p>DIAGUITA</p>  <p>Decoración tomada de una taza.</p>	 <p>Decoración de ave.</p>
 <p>Decoración de ángulos Agudos.</p>	 <p>Triángulos de decoraciones en colores negro y rojo con ojos.</p>	 <p>Decoración que pertenece a un vaso tronco cónico.</p>
 <p>Motivo que se encuentra con cierta frecuencia en los decorados de la alfarería.</p>	 <p>Decoración de aves.</p>	 <p>Decoración perteneciente a un cántaro encontrado en un cementerio.</p>
RAPANUI		
 <p><i>Rima i ryga i tona pouko:</i> manos en la cabeza.</p>	 <p><i>Te pa:</i> Potrero.</p>	 <p><i>Makare:</i> Cucaracha negra.</p>
 <p><i>Rua-betu:</i> Dos estrellas.</p>	 <p><i>Rima ite vai:</i> Mano en agua.</p>	 <p><i>Hummu i te vae:</i> Tatuaje en la pierna.</p>
 <p><i>Kua buki ite gutu:</i> Pájaros picoteando.</p>	 <p><i>Henua, jiore:</i> Tierra, rata.</p>	 <p><i>Kakahoki:</i> Retornar.</p>

Figura 104. Diseños originales de los pueblos Diaguita y Rapanui.
Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Gutiérrez (1929) y Jaussen (1894).

MAPUCHE		
		
<i>Wenumapu:</i> símbolo del cosmos y el cielo.	<i>Kopiwe:</i> flor o fruta del kolkopiw.	<i>Reimu ñimin:</i> Dibujo con rayas como las del arcoiris.
		
<i>Anümka:</i> Diseño que representa una planta usada con fines médicos y decorativos.	<i>Nge-nge:</i> Representa un par de ojos, el medio para mostrar el alma.	<i>Nge-nge:</i> ojitos, otra versión de la imagen anterior.
		
<i>Wangülen:</i> Versión simple del diseño de estrella.	<i>Wangülen:</i> Otra versión de una Estrella.	<i>Sipuela:</i> representa las espuelas usadas por los conquistadores españoles.
SELK'NAM		
		
<i>Talen:</i> El más fuerte e influyente de todo el grupo de espíritus.	<i>Yosik:</i> Espíritu oriundo del norte.	<i>Keyais!:</i> Espíritu oriundo del sur.
		
<i>Wakus:</i> Espíritu oriundo del este.	<i>Sanu:</i> Espíritu oriundo del oeste.	<i>Halaháches / Kotaix:</i> Espíritu del cielo. Es considerado poderoso y prestador de ayuda.
		
<i>Koshménk:</i> Habita en las alturas, es apacible. Este dibujo es uno de sus cuatro personificaciones.	<i>Tanu:</i> Mensajera y testigo de las ceremonias.	<i>Matan:</i> El gran bailarín de las ceremonias.

Figura 105. Diseños originales de los pueblos Mapuche y Selk'nam.
Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Podkul (2002) y Correa y Flores (2005).

4.7. Diseño original y diseño modificado.

Hemos incluido en este apartado la comparación del diseño original y el resultado de la intervención gráfica. Además, para exponer la gran cantidad de diseños que podemos realizar con un único elemento indígena (por simple que parezca). Para rediseñar gráficamente utilizamos el mismo trazo en todos los dibujos, de esta manera homogeneizamos morfológicamente los diferentes elementos y ordenamos la presentación visual del diseño final. En algunos diseños usamos solamente la parte de un símbolo, especialmente cuando presentaban elementos combinados (aunque son minoritarios en nuestro estudio). Lo anterior para no crear un desorden gráfico al momento de repetir los elementos. En los demás diseños utilizamos el signo o símbolo completo. La explicación de cómo organizamos técnicamente los diseños está presentada en el Anexo nº 8.

Donde realizamos mayor cantidad de cambios es en los diseños del pueblo Selk'nam, ya que, el tipo de expresión artística que presenta es de cuerpos pintados. Para el rediseño no usamos los dibujos de un cuerpo completo, sino que hemos abstraído los elementos gráficos de alguna zona específica del cuerpo. La zona del cuerpo se escogió dependiendo del diseño que mostraba, es decir, consideramos los elementos más repetitivos y luego, cada uno de estos elementos los simplificamos. En las Figuras 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116 y 117 presentamos recuadros que contienen los diseños originales de los pueblos indígenas. También se observa el resultado de la intervención gráfica que empleamos en el juego de cartas y específicamente con las categorías de "acción" y "situación".

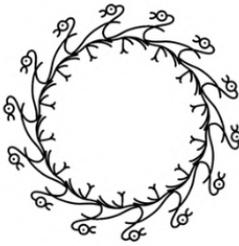
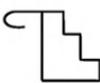
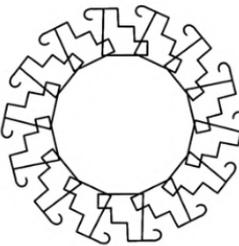
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 772 624 801">Diaguita</p>	
 <p data-bbox="555 1220 624 1249">Diaguita</p>	
 <p data-bbox="555 1668 624 1697">Diaguita</p>	

Figura 106. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Diaguita para la categoría "acción".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Gutiérrez (1929).

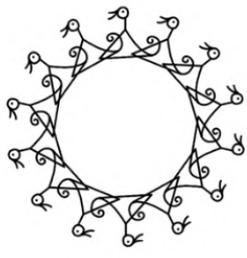
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 772 630 801">Diaguita</p>	
 <p data-bbox="555 1220 630 1249">Diaguita</p>	
 <p data-bbox="555 1668 630 1697">Rapanui</p>	

Figura 107. Comparación de diseños originales y los modificados de los pueblos Diaguita y Rapanui para la categoría "acción".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Gutiérrez (1929) y Jausen (1894).

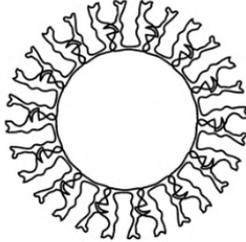
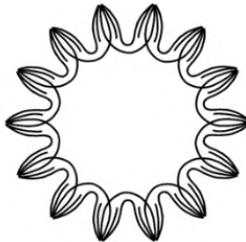
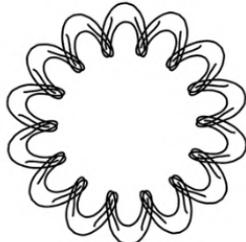
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 775 625 801">Rapanui</p>	
 <p data-bbox="555 1223 625 1249">Rapanui</p>	
 <p data-bbox="555 1671 625 1697">Rapanui</p>	

Figura 108. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Rapanui para la categoría "acción".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Jaussen (1894).

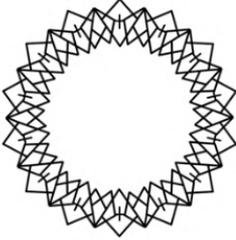
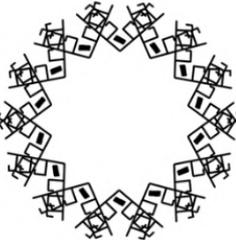
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 775 632 801">Mapuche</p>	
 <p data-bbox="555 1223 632 1249">Mapuche</p>	
 <p data-bbox="555 1671 632 1697">Mapuche</p>	

Figura 109. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Mapuche para la categoría "acción".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Podkul (2002).

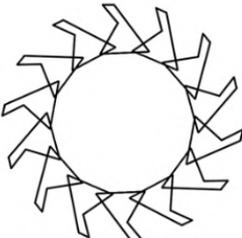
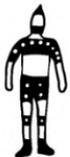
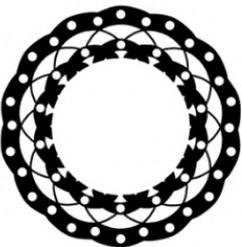
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 770 632 797">Mapuche</p>	
 <p data-bbox="555 1218 632 1245">Selk'nam</p>	
 <p data-bbox="555 1666 632 1693">Selk'nam</p>	

Figura 110. Comparación de diseños originales y los modificados de los pueblos Mapuche y Selk'nam para la categoría "acción".
Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Podkul (2002) y Correa y Flores (2005).

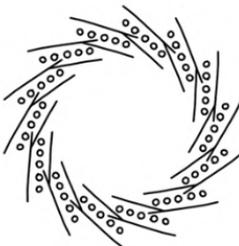
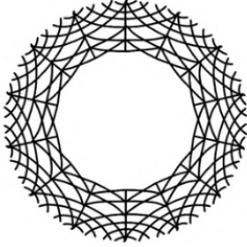
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 772 624 801">Selk'nam</p>	
 <p data-bbox="550 1220 630 1249">Selk'nam</p>	
 <p data-bbox="550 1668 630 1697">Selk'nam</p>	

Figura 111. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Selk'nam para la categoría "acción".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Correa y Flores (2005).

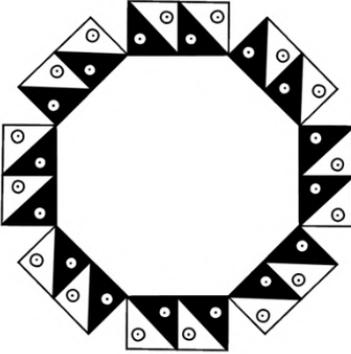
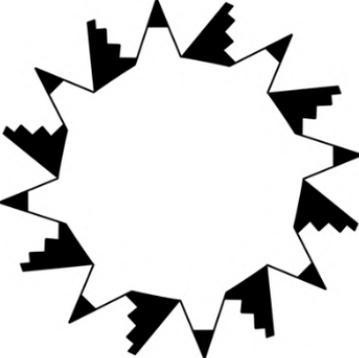
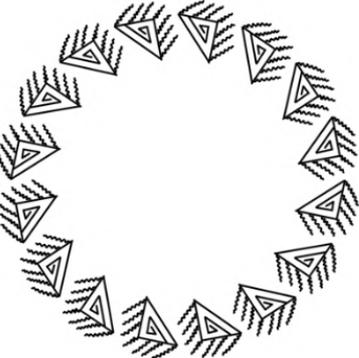
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 775 628 801">Diaguíta</p>	
 <p data-bbox="555 1223 628 1249">Diaguíta</p>	
 <p data-bbox="555 1671 628 1697">Diaguíta</p>	

Figura 112. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Diaguíta para la categoría "situación".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Gutiérrez (1929).

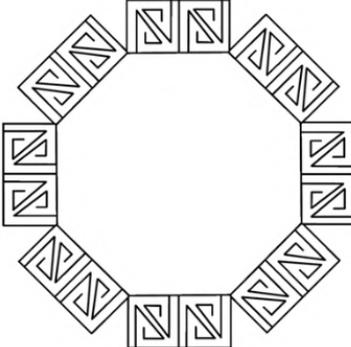
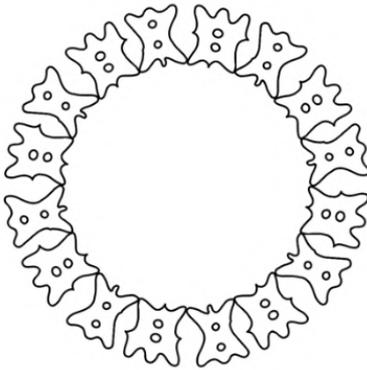
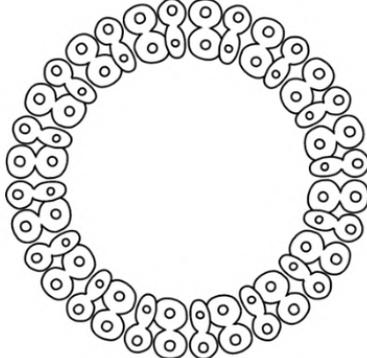
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 772 625 801">Diaguíta</p>	
 <p data-bbox="555 1220 625 1249">Rapanui</p>	
 <p data-bbox="555 1668 625 1697">Rapanui</p>	

Figura 113. Comparación de diseños originales y los modificados de los pueblos Diaguíta y Rapanui para la categoría "situación".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Gutiérrez (1929) y Jaussen (1894).

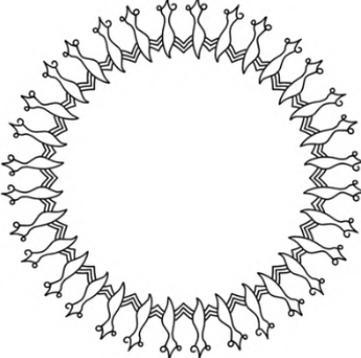
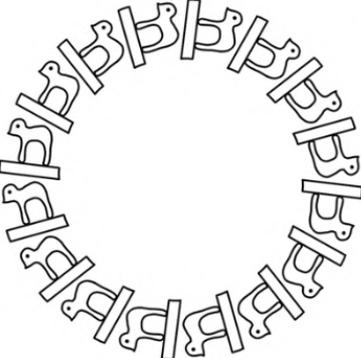
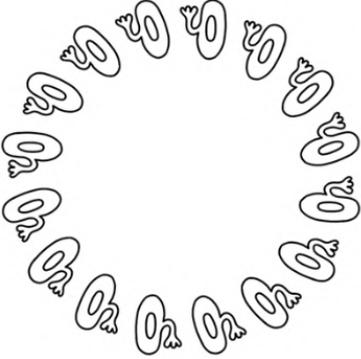
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="555 775 625 801">Rapanui</p>	
 <p data-bbox="555 1223 625 1249">Rapanui</p>	
 <p data-bbox="555 1671 625 1697">Rapanui</p>	

Figura 114. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Rapanui para la categoría "situación".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Jausen (1894).

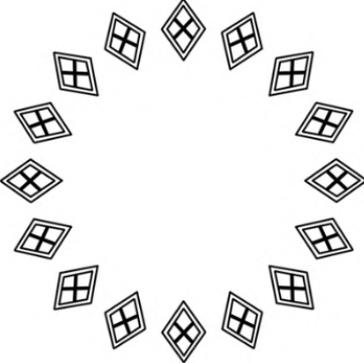
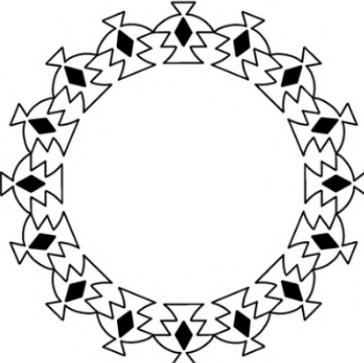
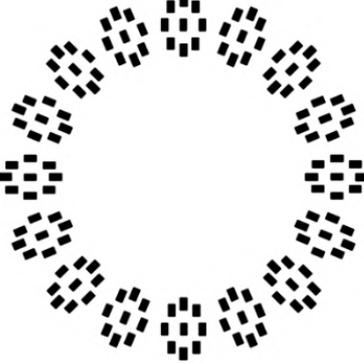
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="552 775 628 797">Mapuche</p>	
 <p data-bbox="552 1223 628 1245">Mapuche</p>	
 <p data-bbox="552 1671 628 1693">Mapuche</p>	

Figura 115. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Mapuche para la categoría "situación".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Podkul (2002).

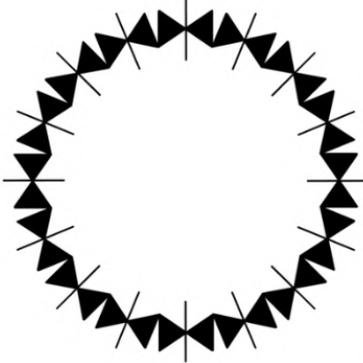
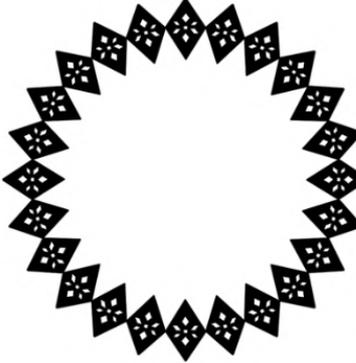
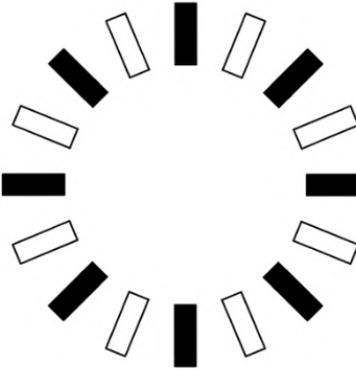
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="552 775 630 801">Mapuche</p>	
 <p data-bbox="552 1223 630 1249">Mapuche</p>	
 <p data-bbox="552 1671 630 1697">Selk'nam</p>	

Figura 116. Comparación de diseños originales y los modificados de los pueblos Mapuche y Selk'nam para la categoría "acción".
Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Podkul (2002) y Correa y Flores (2005).

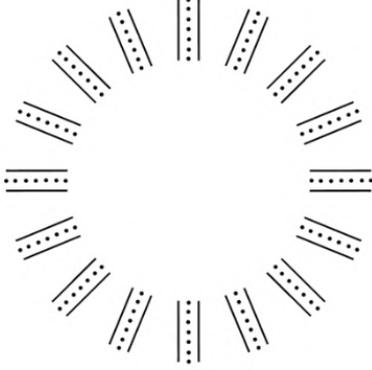
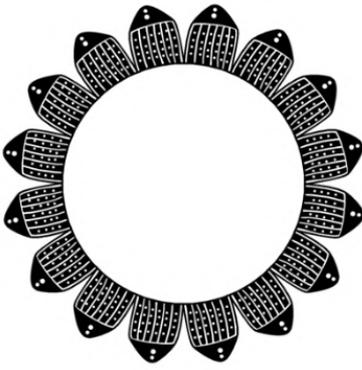
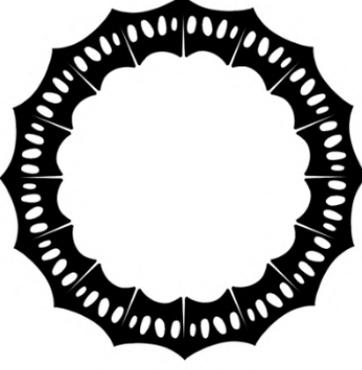
Diseño original	Rediseño
 <p data-bbox="552 775 636 801">Selk'nam</p>	
 <p data-bbox="552 1223 636 1249">Selk'nam</p>	
 <p data-bbox="552 1671 636 1697">Selk'nam</p>	

Figura 117. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Selk'nam para la categoría "acción".

Fuente: Elaboración propia a partir de los diseños que se encuentran en Correa y Flores (2005).

4.8. Legados y otros juegos de cartas.

Para analizar la efectividad de nuestro proyecto analizamos algunos juegos de cartas que se relacionan con Legados. La relación puede encontrarse en la jugabilidad, en las características morfológicas o en las estrategias de cercanía con el usuario, como podemos ver a continuación.

Monster Kit:

Es un juego de cartas en el que el usuario puede crear diferentes monstruos de acuerdo con las tarjetas que recoge. Para nuestra definición del proyecto de diseño, este juego resulta ser un referente interesante por las etapas y el uso que se le da a cada tarjeta, las que, unidas a otras, conducen a resultados únicos, gráficamente hablando. Monster Kit, a pesar de ser un juego infantil, su jugabilidad permite estructurar nuestro propio proyecto de diseño enfocado en un público joven. Lo anterior recae en el hecho de que, a través de las distintas etapas de Monster Kit, el jugador puede crear un diseño propio y, en ese aspecto, el juego posibilita al usuario participar directamente con el resultado.

En el juego de Monster Kit cada tarjeta tiene una parte de un monstruo que se va a obtener como resultado final. Las distintas partes del monstruo deben ser copiadas y dibujadas por el usuario en una hoja de papel (o cualquier soporte en el que pueda replicarlo). De esta manera, el jugador obtendrá un nuevo monstruo que incluso lleva un nombre único. Otro punto para resaltar es que, en este juego, a cada tarjeta se le asigna un puntaje, el que se suma al completar el dibujo. Entonces, para que el usuario se interese más por la competencia e intente finalizar el juego este podrá conocer el puntaje de su monstruo creado únicamente al terminar la partida (ver el juego Monster Kit en la Figura 118).



Figura 118. Juego Monster Kit
Fuente: Tranjis games (s.f.).

Slapzi:

Slapzi es un juego de reacción rápida en el que se prioriza la agilidad de los jugadores, es decir, entre más rápida es la persona, más posibilidades tendrá de ganar. La jugabilidad de Slapzi es un ejemplo importante de incorporación del usuario al juego ya que, estratégicamente, mantiene al usuario activo e interesado en ganar en todo momento. En Slapzi resaltamos también su gráfica que divide al juego en dos grupos de tarjetas: uno con palabras y otro con imágenes (estas últimas son las que se reparten a los jugadores). Las tarjetas con palabras se agrupan y se sacan al azar. En el momento en que se muestra la palabra que tiene escrita una tarjeta determinada, los jugadores superponen una tarjeta de su propio mazo relacionada con esa palabra. Gana el jugador que queda con menos tarjetas ya que el propósito es que las vaya perdiendo desde el momento mismo en que empareja su tarjeta con la que tiene la palabra (ver el juego Slapzi en la Figura 119).



Figura 119. Juego Slapzi.
Fuente: Lúdilo (s.f.).

Swish:

Swish se trata de combinar cartas transparentes. Cada carta tiene diferentes colores, algunas tienen círculos y otras circunferencias y, quién logra unir los círculos y circunferencias de un mismo color, gana los puntos. El jugador que consigue más combinaciones gana. Este juego presenta el mismo sustrato que hemos definido para crear nuestro propio diseño y, la manera en que Swish lo aprovecha, demuestra igualmente que es posible utilizarlo de forma atractiva para el usuario. El material es transparente y esto hace que la visualización de las imágenes se refleje a través del soporte que une las diferentes cartas que, al superponerlas, se van descubriendo resultados distintos. En el caso de este juego en específico, si las tarjetas son compatibles y se hace la combinación, se ganan los puntos (ver el juego Swish en la Figura 120).



Figura 120. Juego Swish.
Fuente: Think fun (s.f.).

Imagine:

Tiene como objetivo adivinar palabras o conceptos a través de imágenes. Lo particular de este juego es que tiene dos grupos de tarjetas: el primero grupo con tarjetas transparentes, que a su vez poseen diferentes íconos y, el segundo, con los conceptos que representan esos íconos. Este juego, al igual que nuestro proyecto de diseño, tiene un sustrato transparente que facilita la identificación de la gráfica. Y, a diferencia con el juego Swish, que también usa tarjetas transparentes, Imagine contiene íconos en sus tarjetas que se van uniendo para representar un concepto. Esta idea de enlazar un concepto a unos íconos hace que el usuario reflexione sobre la idea que se construirá.

Al comienzo del juego la tarjeta de conceptos la debe tener el jugador que presentará la imagen a los demás para que estos, a su vez, los vayan adivinando a lo largo de la partida. La imagen la crea el jugador principal aleatoriamente usando y uniendo las tarjetas transparentes que contienen los íconos. El jugador que adivina primero

Otra cualidad de Sharks are wild es que ayuda al usuario a aprender a enumerar, es decir, a través del juego, Sharks are wild, el usuario aprende. Este ejemplo de diseño a través del juego, que tiene fines pedagógicos, se puede usar también en otras áreas del conocimiento (ver el juego Sharks are wild en la Figura 122).



Figura 122. Juego Sharks are wild.
Fuente: Bicycle (s.f.).

4.9. Legados y jugabilidad.

Una vez maquetado el juego de cartas Legados decidimos que era hora de presentarlo a un público para que este lo manipulara y opinara sobre este, tanto en temas de jugabilidad como de la forma, uso, materiales y tamaño. El primer acercamiento se hizo en Barcelona, con un público extranjero y reducido, y la intención de este encuentro participativo estuvo enfocada principalmente en la funcionalidad general del juego. En este punto de la puesta en práctica del proyecto, que se corresponde con la etapa de testeo del Design Thinking, intentamos que se llevara a cabo en un ambiente casual, relajado y cotidiano para que la retroalimentación con los participantes se hiciera también de un modo espontáneo. En este aspecto consideramos también los procesos de desarrollo de los proyectos de los diferentes referentes del proyecto, especialmente de los casos “Creación de interacciones tangibles con el patrimonio cultural” y “Juegos de herramientas, cartas y juegos: una revisión de herramientas analógicas para la ideación colaborativa”. Lo anterior porque el primer contacto del público con Legados pretendía destacar el protagonismo del usuario y ser enteramente participativo y dinámico. En ese sentido, los dos casos mencionados, son los que más se acercaban metodológicamente a nuestro proyecto, pues potencian el análisis crítico de los participantes a través del diseño colaborativo en instancias interactivas.

En la Figura 123 se puede apreciar al primer encuentro de personas con Legados compuesto cuatro jugadores que emitieron sus opiniones después de jugar aproximadamente durante 45 minutos¹⁶². Mientras se jugaban las partidas (que fueron 4 de 10 minutos cada una aproximadamente) los participantes fueron comentando sus apreciaciones, pero al finalizar la reunión resumieron sus impresiones sobre el juego de cartas y las posibles mejoras. Con esta iteración nos dimos cuenta de la efectividad y fácil manipulación de las tarjetas con el contenido del juego, además nos percatamos de que este es dinámico, entretenido y despierta el interés de las personas por conocer más sobre la cultura indígena y chilena contemporánea. En lo que respecta al aspecto técnico del juego, luego de esta aproximación y comentarios

¹⁶² No todos los jugadores aceptaron que se les tomara fotografías.

del público, mejoramos algunos aspectos como el tamaño de las tarjetas (un poco más grandes), los colores de las tarjetas (diferenciados por categoría) e incorporamos un nuevo abecedario para cada jugador.

Una opinión interesante que resaltamos es la de Y.F. quien aseguró lo siguiente: “al comienzo, pensé que los símbolos eran atractivos únicamente desde una mirada superficial. Pero, mientras se avanzó con el juego y fuimos manipulando las diferentes tarjetas y los diseños, creo que todos nos dimos cuenta de que estos, que en un comienzo carecían de un significado, representaban también una idea que se relaciona con la identidad chilena”. Opinión que fue compartida por los participantes y complementada con la de L.A.: “nunca había tenido la oportunidad de aprender y a la vez de divertirme con un juego de cartas. Por eso al comienzo imaginé que era un juego de mesa más, pero ahora conozco parte de la cultura chilena. De hecho, me gustaría visitar Chile algún día”.



Figura 123. Testeo del juego con grupo ampliado.
Fuente: Elaboración propia.

Una vez modificado el juego de cartas, gracias a las opiniones y observaciones que recogimos de la experiencia anteriormente descrita, organizamos una segunda prueba con un público en Barcelona. Esta vez el público fue chileno, y participaron 5

personas¹⁶³. El juego de cartas tuvo una duración de 1 hora y 15 minutos y dejamos que el público decidiera cuándo acabar el encuentro. Esta vez los jugadores emitieron sus comentarios al finalizar todas las partidas (12 partidas de 7 minutos cada una aproximadamente) y nos dedicamos a observar y tomar nota de sus impresiones. Como podemos ver en la Figura 124 los resultados del juego fueron numerosos, conclusión a la que llegamos después de observar la cantidad de símbolos creados.

El público comentó de forma espontánea el estar completamente satisfechos con el juego y que, al ser chilenos, se sintieron también identificados con la experiencia y el contenido de este. Las personas reconocieron igualmente que desconocían el arte de los pueblos indígenas y que la experiencia les había permitido despertar su interés por el tema y por los elementos culturales de su sociedad, elementos de los que no eran conscientes en su cotidianidad. De hecho, B.A. resumió lo anterior del siguiente modo: “no me había dado cuenta de los elementos culturales que nos hacen sentir chilenos, hasta ahora. Personalmente yo no conocía prácticamente nada del arte indígena. Ahora, puede que haya algún símbolo indígena que logro identificar (principalmente Selk’nam), pero muy por encima, es simplemente porque ahora podemos ver alguna referencia en tiendas que venden productos con imágenes Selk’nam por redes sociales. Aún así, si no te has puesto a analizar este tema por iniciativa propia creo que es difícil que lo conozcas”. La afirmación anterior fue compartida por todos los jugadores quienes asintieron rápidamente cuando el B.A. acabó de compartir sus impresiones. A. J. complementó la opinión anterior añadiendo lo siguiente: “parece mentira que los chilenos tengamos elementos culturales tan propios y que no nos demos ni cuenta de lo que somos y lo que tenemos como sociedad. Nos falta mucho aún como país por valorar lo que incluso hemos estado perdiendo (refiriéndose a los indígenas)”.

De esta aproximación de Legados con el grupo de chilenos recibimos algunas recomendaciones estructurales como el incorporar un comodín. Esta observación surgió de quienes les costaba trabajo conseguir un símbolo dado que eran más lentos para descifrar las frases. Otro comentario estructural tuvo relación con el añadir un

¹⁶³ No todos los jugadores aceptaron que se les tomara fotografías.

elemento que facilitara a los jugadores reconocer el lado de la tarjeta, ya que, al ser transparentes, en algunos momentos los jugadores descifraron las frases al revés.



Figura 124. Segundo testeo con chilenas y chilenos.
Fuente: Elaboración propia.

En otras ocasiones la iteración con Legados se realizó con la participación de jugadores individuales, ya que el juego tiene la peculiaridad de ser también funcional para un único jugador. Esta experiencia se repitió en varias ocasiones y en diferentes ambientes para demostrar que el juego de cartas es, además de transportable, fácil de manipular en distintos sitios y contextos (ver ejemplos en las Figuras 125 y 126). Esta experiencia demostró que los cambios técnicos y físicos incorporados facilitaron la manipulación y la jugabilidad, ofreciendo al/los participantes, mayor fluidez y dinamismo. También que las partidas pueden ser entretenidas si se hacen de manera

individual, facilitando también la práctica e interacción con los símbolos indígenas, experiencia personal que ofrece al jugador más oportunidades de ganar en un posible encuentro con otros.



Figura 125. Jugando Legados en la oficina.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 126. Jugando Legados en una cafetería.
Fuente: Elaboración propia.

Como el grupo objetivo del estudio son los jóvenes chilenos, decidimos organizar un encuentro híbrido con el usuario y el proyecto, es decir, que el público chileno se reuniera de forma presencial para interactuar y que, al mismo tiempo, los jóvenes se comunicaran virtualmente con nosotros en Barcelona. El juego de cartas fue enviado a Chile, a la ciudad de Concepción, y este fue recibido por un grupo de 5 jóvenes de dicha ciudad. La reunión duró 1 hora y 30 minutos y en esta se realizaron 9 partidas de 10 minutos aproximadamente. En esta aproximación del usuario con Legados intervenimos únicamente al final para conocer sus impresiones sobre el juego. En el transcurso de las partidas los usuarios participaron sin ser guiados, al igual como sucedió con los demás encuentros descritos. Lo anterior porque nuestro propósito era conocer también si el juego era comprensible y si el manual de instrucciones era lo suficientemente claro.

Los jóvenes interactuaron con el conocimiento y al mismo tiempo se divirtieron (ver Figura 127) por lo tanto, los objetivos específicos del proyecto se consiguieron, especialmente el de desarrollar prácticas de diseño para que el usuario se involucre

en la adquisición del nuevo conocimiento y entregar también conocimiento visual. El usuario afirmó al concluir la actividad que el juego le pareció atractivo y cómodo de manipular. Además, que el conocimiento del arte indígena y de los elementos culturales contemporáneos de la sociedad chilena se transmitían fácilmente. Siguiendo con el contenido del juego, los participantes aseguraron que la manera en la que se este difunde los contenidos invita a continuar jugando y aprendiendo sobre los temas que presenta. Otro punto para destacar tiene relación con la estructura morfológica de Legados, la que impresionó al usuario por la continuidad de la línea gráfica y por lo atractivo de los diseños y los diferentes elementos y accesorios del juego.



Figura 127. Jóvenes chilenos jugando Legados.
Fuente: Elaboración propia.

En las experiencias participativas descritas los jugadores coincidieron en que la jugabilidad de Legados funciona, que la experiencia es entretenida y facilita el aprendizaje. Además, que el juego de cartas incentiva a chilenos y extranjeros a conocer sobre el tema cultural que transmite. Igualmente, que el arte indígena de los pueblos, al ser diverso y atractivo, podía llegar a ser usado en los objetos cotidianos (camisetas, fundas de teléfono, cuadernos o libretas y tatuajes). La incorporación del “lenguaje chileno” al juego fue especialmente interesante y entretenido para las personas, quienes afirmaron que incluso tenían la intención de incorporar la jerga a su vocabulario.

Otro aspecto relevante tiene relación con la estructura formal del juego, la que en general es cómoda, transportable y fácil de manipular. También que el manual de instrucciones y el dossier es informativo y no solamente agiliza la comprensión del juego, sino también favorece la transmisión de conocimiento de los pueblos indígenas chilenos. Los colores y las formas resultaron igualmente interesantes para los participantes, quienes resaltaron especialmente estos aspectos formales de las tarjetas. Las personas compartieron similar opinión de la composición gráfica de los demás elementos del juego como los sobres, la caja o las tarjetas en general, pues afirmaron que eran llamativos y cada uno de ellos se relacionaban y compartían una armonía y homogeneidad entre elementos y colores.

El usuario chileno, los jóvenes de Concepción, apreciaron que se crearan instancias participativas que permitieran la interacción directa entre ellos y potenciara el compañerismo con un elemento cultural. Los jóvenes afirmaron de manera espontánea que se sintieron atraídos por el arte de los pueblos indígenas y que un elemento identitario como este les hacía sentir identificados y cercanos con la herencia cultural de sus antepasados. Los jóvenes, al ignorar en su vida cotidiana los elementos culturales que conforman la sociedad chilena, aseguraron que se preocuparían de estar más atentos a las diferentes manifestaciones culturales y en especial al arte indígena, tema que en general desconocen, pero del que se interesaron por saber más gracias a la experiencia de diseño.

Las impresiones generalizadas las podemos resumir con el testimonio de B.S. quien afirmó lo siguiente: “es súper innovadora la idea porque rescata harto de la cultura y te hace pensar un poco más de los pueblos indígenas. La verdad es que es súper entretenido, principalmente la competencia y ver quién traduce más rápido. Además, los nuevos símbolos están bastante agradables. Creo que en general es un buen proyecto que despierta las ganas de seguir aprendiendo”. Los comentarios de B.S. los complementamos con los de A.P.: “así da gusto aprender, jugando y pasándola bien con los compañeros, en la sala o en el patio y no encerrados escuchando al profe. Esta manera de aprender sobre nuestra cultura y los pueblos indígenas me motivan”. Otra opinión que resaltamos es la de D.U.: “me acerqué a los indígenas estando lejos. Fue una bonita y enriquecedora experiencia. El juego es fácil de entender y aprendes rápido, me encanta. Me hubiera gustado haber aprendido algo del tema y de esta forma antes”. Los testimonios nos permiten igualmente conocer algunas críticas constructivas como la de A.S. quien indicó lo siguiente: “todo genial. Un único punto que mejorar podría ser que, desde mi punto de vista, el juego podría haber tenido más tarjetas para traducir más frases chilenas”.

Para finalizar quisiéramos mencionar que el juego de cartas Legados es el resultado de un largo y meticuloso estudio de la gráfica de los pueblos indígenas de Chile, en cuanto a su línea gráfica y tradición artística en general. Lo anterior sumado igualmente al análisis continuo de un usuario contemporáneo que, a pesar de tener el interés por conocer su pasado histórico vinculado con el tema de estudio, no ha tenido la oportunidad de conocerlo. La estructuración del proyecto final tiene como base al usuario y el legado artístico de los pueblos indígenas Diaguita Mapuche, Rapanui y Selk’nam, pero también los elementos propios del estudio de la identidad, la semiótica, los signos y la percepción. Por eso es fundamental para nosotros igualmente tener siempre presente el aspecto teórico de la investigación, la metodología de trabajo y el aporte de los referentes que guían esta investigación y que nos permiten no solamente organizar el proyecto, sino también resolver inquietudes y aprender de lo que otros han realizado previamente en temas que tienen cierta similitud con el nuestro.

El trabajo con un usuario contemporáneo chileno nos permite igualmente conocer otros aspectos de la diversa cultura chilena que se configura y diferencia de otras en aspectos tan propios como su jerga o características de un grupo social que, aunque heterogéneo, se percibe globalmente como único. En ese sentido el diseño participativo ha sido fundamental a la hora de enfrentarnos, personal y virtualmente, con un grupo de personas que tiene el interés de participar del proyecto, contribuir desde su experiencia individual y aprender de este.

Lo importante para nosotros es que el resultado obtenido, gracias al soporte trabajado con las herramientas propias del diseño gráfico, difunda de manera interactiva, cercana y fácil, un legado histórico al que, hasta el día de hoy, no se la ha dado la importancia y el aprecio que merece. Nuestra investigación no desconoce que hay esfuerzos actuales en Chile que comparten la misma iniciativa de dar a conocer el legado de los pueblos indígenas, pero lamentablemente el tema aún se mantiene relegado de la sociedad (de acuerdo con lo recopilado en nuestro trabajo con el público chileno). Lo esencial para nosotros es entonces contribuir en la generación de nuevos conocimientos que tratan sobre el arte de los pueblos Mapuche, Rapanui, Selk'nam y Diaguita y abrir también un campo de estudio que todavía es basto y necesita de más investigaciones. Y con esto no nos estamos refiriendo únicamente a los pueblos indígenas mencionados, sino también a todos los pueblos indígenas de Chile e incluso de Latinoamérica que poseen un rico pasado histórico que se mantiene a la espera de ser propagado a público contemporáneo para formar parte de la cultura e identidad de una sociedad determinada.



Figura 128. Legados.
Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones.

El arte de los pueblos indígenas chilenos tiene un valor patrimonial incuestionable que, por desgracia, es desconocido actualmente por las generaciones más jóvenes de chilenos y, con mayor razón, entre el público extranjero. Este último, de conocer este patrimonio, podría llegar incluso a identificar a Chile con un elemento cultural diverso y particular. El legado indígena de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam ha logrado prevalecer en el tiempo a pesar de los diferentes procesos de imposición cultural a lo largo de la historia. Teniendo en cuenta este antecedente, además de lo variado y relevante que ha sido su arte y cultura en general, es que este estudio busca precisamente potenciar y dar a conocer en nuestros días el arte indígena a la mayor cantidad de personas posible. Lo anterior a través de una estrategia de diseño cercana al público objetivo y con las herramientas teóricas precisas para conseguir unos resultados satisfactorios para la investigación y el proyecto, pero también que concuerden con el interés de los participantes.

Basándonos en la hipótesis de nuestra investigación nos planteamos que es posible rediseñar los signos de los pueblos indígenas chilenos. Afirmación que ha sido corroborada a lo largo del estudio como resultado del proyecto de diseño que, a pesar de haberse afectado con diferentes modificaciones morfológicas dada la intención de adaptarse a las circunstancias del usuario, logramos mostrar parte de ese legado artístico. La creación de un sistema de signos basado en la temática no sólo potencia el legado artístico indígena, sino que también hace partícipe a un usuario contemporáneo que forma parte del proceso de difusión e incorporación del nuevo conocimiento mediante la experiencia. Para el desarrollo de dicha experiencia hemos recurrido en un primer momento a las relaciones interpersonales y más tarde a los recursos digitales que han posibilitado la comunicación con el usuario. La elaboración del proyecto se desarrolló en medio de la pandemia de la Covid19 que de alguna manera interrumpió su avance, pero que finalmente resultó ser una oportunidad para replantear las estrategias de diseño. En ese sentido, lo anterior no fue un obstáculo determinante a la hora de sacar adelante un proyecto participativo que integró en todo momento al público contemporáneo y sus intereses, obteniendo como resultado

a Legados, un juego de cartas transparentes que al unirlos se crea un símbolo y una frase con sentido y basada en la jerga chilena.

El rediseñar la estrategia participativa nos llevó a pensar igualmente en las diversas e ilimitadas maneras de dar a conocer el legado indígena chileno, aprovechando la comunicación digital con el usuario. Esto porque, si bien en un comienzo el proyecto pretendía llevar a cabo los objetivos a través de una exposición participativa masiva, el escenario internacional nos llevó a trazar nuevos caminos y modificar las propuestas que parecían inalterables en un primer momento. El contexto vivido nos permitió reflexionar larga y tendidamente sobre las estrategias que nos permitirían llegar al usuario de manera efectiva, es decir, respetando sus necesidades, características y gustos. Respecto de este último punto hay que recordar que, si bien el usuario contemporáneo posee la particularidad de dedicar gran parte de su tiempo a los medios tecnológicos y las redes sociales, es un grupo que desea participar directamente con el conocimiento y sus pares, situación que se intensificó con el confinamiento. En ese sentido fue crucial elaborar un proyecto que nos mantuviera en continuo contacto con el grupo objetivo, a través de los medios digitales, pero teniendo siempre presente el hecho de que el proyecto final debía potenciar las relaciones sociales, el contacto directo y personal. Nos percatamos igualmente de la relevancia del contacto interpersonal en los dos viajes organizados a Chile y que se hicieron con la misma intención de conocer y estrechar lazos directos con los jóvenes chilenos.

Antes de abordar las reflexiones del proyecto en sí, es importante mencionar que, previo al desarrollo de este, fue crucial conocer las características de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam y atender al objetivo de mostrar dicha información a un público actual. Para conseguir este propósito fue imprescindible también acercarnos al usuario para conocer de primera fuente las particularidades que lo hacen diferente del resto de los posibles participantes. Para difundir el conocimiento del arte de los pueblos indígenas chilenos nos adentramos en los antecedentes históricos de cada pueblo estudiado, pero también en los gustos y estilo de vida del usuario al que va dirigido esa información. En un primer momento nos

detuvimos a analizar todo lo concerniente al grupo etario chileno de 14 a 16 años y, más tarde, en vista de que la información sobre los chilenos arrojaba otros ámbitos culturales interesantes, complementamos el estudio con la identidad chilena en general. Lo anterior se hizo también para crear un proyecto que comprendiera el legado indígena, las tendencias y el significado actual que podemos darle a la idea de "ser chileno". De esta forma, la investigación, el proyecto y el usuario se fueron conectando a través de la relación estrecha entre el conocimiento y sus propias peculiaridades, sin siquiera forzar a este último a tener que aprender una nueva información que, debido a diferentes circunstancias, no ha tenido la oportunidad de conocer.

Las metodologías que guiaron la investigación, es decir, el método cualitativo y especialmente el Design Thinking, permitieron que la investigación a través del diseño se potenciara para así desarrollar meticulosamente un proyecto. Proyecto que además se nutrió del diseño participativo y los distintos referentes, nacionales y extranjeros, que actuaron como una guía precisa para acercarnos e investigar en detalle todo lo concerniente a nuestro estudio y propuesta final. Teniendo como referencia el arte de los pueblos indígenas, las características del usuario al que principalmente va dirigido el proyecto y las particularidades de la identidad chilena, iniciamos la etapa de prototipar la estrategia de diseño que mejor se adaptara a los objetivos y necesidades de nuestra investigación y del usuario. Para desarrollar a cabalidad esta etapa comenzamos con la creación de un sistema de símbolos basados en el arte indígena. En ese sentido ejecutamos, con herramientas propias del diseño gráfico, los cambios morfológicos de los diseños originales. Es decir, modificamos y homogeneizamos el tipo de línea, el grosor y el color para que visualmente se mantuvieran dentro de la misma línea gráfica y fuera atractivo y reconocible para el usuario.

Es necesario resaltar que, en el proceso de confección de los nuevos diseños indígenas, los significados de los símbolos que se usaron en su tiempo no se aplican en la actualidad porque nuestra perspectiva del mundo ha cambiado. Vale decir, lentamente y con el paso de los años, hemos cambiado nuestro estilo de vida enriqueciéndonos también con la influencia cultural extranjera, pero olvidando parte

de nuestra identidad colectiva. En ese marco, fuimos trabajando con el legado de los signos indígenas para desarrollar un sistema de símbolos con concepciones propias del presente, para hacerla cercana a nuestro usuario. Lo anterior porque dicha herencia es un tema desconocido para el público objetivo y, de no intervenir este arte con estrategias contemporáneas, llegamos a la deducción de que continuaría en el olvido. Reflexionamos igualmente sobre los riesgos de cambiar la información visual del patrimonio, poniéndonos en el supuesto de que afectaría negativamente el diseño original, pero saltaba una y otra vez la pregunta de si mantener esa información guardada llegaría algún día al conocimiento del usuario. En nuestro caso pensamos decididamente que, el hacer modificaciones gráficas y exhibir parte del legado indígena es mucho más provechoso que mantenerlo en la indiferencia del público.

Si bien con lo expuesto en el párrafo anterior se corría el riesgo de alterar gráficamente el legado histórico de los pueblos indígenas de Chile, de igual modo lo intentamos. En ese aspecto, al comienzo, fueron pocos los límites que impusimos a la hora de pensar en ideas para crear algo nuevo basándonos en los diseños heredados. Conforme transcurrió el proyecto decidimos finalmente establecer ciertas demarcaciones en el proceso de confección de los nuevos diseños para entregar responsablemente la información. La opción más plausible para llevar a cabo el objetivo fue crear un modelo de clasificación de los elementos gráficos de los signos originales con el respaldo de la semiología, para luego modificar las figuras con herramientas digitales del diseño. De esta manera, fuimos experimentando hasta qué punto eran reconocibles los diseños desde la mirada morfológica y con criterio de diseño. El diseño original no tuvo grandes cambios, donde sí se presentaron algunos significativos fue en la creación de diseños originales basados en el arte indígenas y que se utilizaron en el proyecto para dar continuidad a los de cada pueblo. En este aspecto tuvimos presente igualmente el hecho de que el usuario no puede quedarse con la idea de que los nuevos significados son los mismos que los de los originales, de modo que presentamos explícitamente y en cada uno de ellos cuál corresponde al original y cuál es el modificado.

Al cabo de diferentes iteraciones de diseño, ligado también al hecho de que la identidad chilena era crucial para el estudio, optamos finalmente por crear un juego de cartas interactivo. La explicación de por qué nos inclinamos por un juego tiene que ver con las necesidades expuestas por el propio grupo objetivo de contactar con otras personas de modo directo, pero también porque el proyecto en sí mismo tiene el objetivo de incluir el diseño participativo. Además, el juego, a parte de crear un espacio de intercomunicación social, está diseñado igualmente para ser ejecutado de modo personal si el usuario lo prefiere e incluso si desea practicar la interacción con los símbolos antes del juego colectivo. Otra particularidad del proyecto es que, al tratarse de un juego de cartas, es fácil de transportar ya que ocupa un lugar reducido, es liviano y no involucra un esfuerzo físico considerable. Esa misma cualidad del juego hace que los escenarios de práctica sean cuantiosos, al igual que los momentos en los que cada persona desee divertirse. El jugador crea símbolos cuando juega, sumando los significados de las cartas, es así como Legados se convierte en un juego de diseño participativo.

Otro motivo por el que nos inclinamos finalmente por un juego tiene relación con una característica fundamental de nuestro proyecto y es que este se enfoca en ser participativo. Nuestro propósito es que nuestro estudio se acerque a los referentes de diseño participativo y se aleje de los que denominamos como "casi participativos", porque nuestro usuario juega un papel protagónico en el trascurso de las etapas vinculadas al proyecto y no únicamente al final de este. El resultado final tampoco está predispuesto por un profesional que guía al usuario hacia unas conclusiones definidas previamente, sino que el usuario es libre de jugar y sacar sus propias reflexiones sobre el proyecto. Además, este en sí mismo está elaborado sobre la base del intercambio recíproco, fluido y constante de las ideas del usuario, pues su punto de vista e intereses son cruciales tanto para la definición de la actividad, como para el desarrollo y la puesta en práctica de esta.

A través del juego potenciamos la capacidad del usuario de relacionar y reconocer el arte indígena y los nuevos símbolos gracias a la reiteración visual y su relación constante con estos. Es decir, en un primer instante la idea surgió precisamente por la

necesidad de incluir al usuario en el proceso de entrega del conocimiento y la conexión, idealmente repetitiva, con los nuevos símbolos. Lo anterior porque se pensaba que el usuario, entre más jugara con los símbolos, más rápidamente los identificaría y aprendería. Sorpresivamente, al instante de poner en marcha el proyecto y cuando los jugadores se pusieron en contacto con este, los jóvenes aprendieron los símbolos de memoria mucho más rápido de lo que habíamos estimado. Esto porque, el afán de ganar de los competidores y el deseo de adquirir más símbolos que sus compañeros los llevó a involucrarse activamente en la propuesta. En ese sentido, el objetivo de entregar al usuario un proyecto que fuera de su interés, se cumplió a cabalidad gracias a que seguimos meticulosamente las metodologías de trabajo. Consideramos que hemos diseñado un instrumento de entrega de conocimiento, cumpliendo las expectativas de la hipótesis de investigación.

Al crear nuestros propios símbolos para mostrar “algo” que signifique otro “algo”, lo que hicimos fue diseñar símbolos que, en un principio para el receptor, podría ser percibido únicamente como una gráfica aparentemente sin significado. Esto porque las imágenes visualizadas eran totalmente desconocidas y, por ende, carentes de comprensión. Lo anterior nos hizo pensar en que, al momento de escribir, no nos detenemos a preocuparnos porqué han sido escogidos determinados símbolos para representar las diferentes letras que usamos y que son las que dan sentido a las frases u oraciones que facilitan la comunicación. En ese sentido, reflexionamos también sobre el hecho de que estamos tan acostumbrados a usar estos símbolos lingüísticos, que no los vemos únicamente como decorativos (tal y como ocurrió en un principio con nuestros diseños con algunos de los participantes). En esta parte del proceso, el de presentar nuestros símbolos, fue beneficioso para el proyecto porque el receptor, al no comprender lo que estaba escrito, despertó su curiosidad por conocer de qué se trataba cada uno de los símbolos.

El reconocimiento de los símbolos lo observamos al momento de jugar y a medida que el usuario se fue acostumbrando a las tarjetas y su contenido. Incluso, entre más partidas de cartas se jugaron, los participantes casi no necesitaban de la tarjeta donde aparecen los nuevos símbolos con el abecedario latino. Eso sí, a la hora de identificar

los símbolos de cada tarjeta, el proceso se volvió un poco más lento. De todos modos, los participantes lograron reconocer lo que se les mostraba a través de la repetición constante y la visualización de los símbolos en el juego. Como podemos apreciar, logramos crear con el juego un modo de comunicación escrita basado en el arte indígena. En este proceso la percepción del usuario tuvo un rol protagónico, pues de este dependía la comprensión de lo que queríamos expresar en los mensajes.

La recepción positiva de nuestro juego, que se comprobó al momento de probarlo en público, nos demostró en primer lugar que la idea funcionó, es decir, que se materializó una práctica de diseño para entregar información de carácter histórico, social y patrimonial. Información que se relaciona con el estudio de los datos sobre la identidad chilena, los gustos de los jóvenes y el patrimonio indígena de los pueblos. En segundo lugar, conseguimos que se creara un ambiente interactivo espontáneo que no se vio afectado por las limitantes físicas de la pandemia, pues el juego potenció la unión de grupos reducidos y no de colectivos numerosos, en los que el público se sintió en confianza y como parte de la actividad en todo momento. La reducción del aforo como medida higiénica, más que una limitante, resultó ser una oportunidad para atender eficientemente a los requerimientos de cada miembro del grupo, conocer también sus impresiones y facilitar, en definitiva, la comunicación. Comunicación que se potenció no únicamente entre los organizadores del proyecto con el usuario, sino que también entre los mismos usuarios.

Lo que nos dejó más satisfechos con el juego de cartas fue que despertó el interés de los participantes por conocer más sobre los pueblos indígenas chilenos, y no únicamente en temas concernientes al arte, sino a su cultura en general. En ese aspecto, el propósito de potenciar la identidad chilena con elementos culturales contemporáneos y de los ancestros, fue en gran medida respondida por la reacción positiva del usuario. Otro punto relevante fue que, mediante la experiencia, el propio usuario se fue percatando de una necesidad de la que no era consciente en su cotidianeidad, en otras palabras, la de reconocer parte de su pasado histórico y darle valor en el presente.

En relación con la creación de los símbolos y el límite de reconocimiento del arte de los pueblos indígenas, lo que hicimos fue crear un modelo para ordenar morfológicamente los signos originales. De esta manera, obtendríamos como resultado elementos gráficos que caracterizan a cada uno de los pueblos indígenas seleccionados para el proyecto. Este modelo nos sirvió para crear nuestros propios símbolos. Nuestros diseños se dividen en dos grupos: el primero, símbolos completamente nuevos que usan las características obtenidas por el modelo de clasificación y el segundo, símbolos que utilizan elementos gráficos de los signos ya existentes de cada pueblo indígena. En este último grupo estudiamos hasta qué punto podíamos modificar morfológicamente los signos originales, etapa en la que nos percatamos, como profesionales del diseño, de que no es posible hacer grandes cambios para mostrarlos, de lo contrario no son reconocibles. Por ese motivo cambiamos únicamente el color y la línea con el fin de regular la línea gráfica del producto final. En ese sentido y, en relación con lo expuesto, escogimos la opción de no modificar el diseño original más allá del límite del reconocimiento.

A través del estudio y la experiencia, hemos rescatado con el proyecto que es posible ratificar la hipótesis y desarrollar los objetivos a cabalidad gracias al análisis detallado del tema de investigación y el usuario. El objetivo general de la investigación es dar a conocer el patrimonio artístico de los pueblos indígenas de Chile, objetivo que se alcanzó gracias a la propuesta de diseño que estuvo respaldada teóricamente por diferentes ramas del conocimiento. Con el juego de cartas que elaboramos y presentamos al público, tanto locales como extranjeros, visualizamos gráficamente la herencia cultural de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam. Además, al mostrar los resultados a un público chileno y extranjero, los que interactuaron directamente con el conocimiento, fue posible potenciar la imagen cultural de los antepasados chilenos al interior y exterior del país.

Los objetivos específicos de la investigación también se lograron y es que, en primer lugar, conseguimos sustentar teóricamente el estudio con referentes bibliográficos para conocer la riqueza cultural e histórica de los pueblos indígenas chilenos. Esto ocurre gracias a que recopilamos el material y analizamos las fuentes de información que

tuvimos al alcance, tanto virtuales como físicas, para reconstruir parte del pasado histórico.

En segundo lugar, analizamos la identidad chilena gracias a un estudio minucioso de los elementos constitutivos de la sociedad para después incorporar esos datos al proyecto final. Los mencionados datos se vinculan con los pueblos indígenas, la personalidad y el lenguaje y que analizamos gracias al análisis de referentes teóricos y el trabajo directo con el usuario en Chile.

En tercer lugar, hallamos las estrategias metodológicas pertinentes que nos permitieron conocer las características de los jóvenes chilenos como entrevistas con el usuario y con expertos, test de conocimientos y de personalidad, mapas de trayectoria y encuestas virtuales. Las mencionadas estrategias nos acercaron al usuario y con la información recopilada logramos finalmente incorporarla al diseño del proyecto final.

El cuarto lugar, elaboramos una guía de la investigación gracias al estudio de la semiótica, la gamificación, la educación experiencial y el diseño participativo, marcos teóricos que relacionamos con los referentes que dirigen el estudio para aproximarnos al usuario.

Respecto al objetivo general del proyecto, este también fue abordado en su totalidad y es que creamos un sistema de signos fundamentado en el patrimonio de los pueblos indígenas y la recontextualización del delgado cultural. Las herramientas de diseño que utilizamos para desarrollar este objetivo son los programas digitales en los que elaboramos el modelo de clasificación, la matriz analítica taxonómica y la alteración morfológica, y que trabajamos minuciosamente para definir una línea gráfica uniforme y atractiva para el público contemporáneo. Abordamos también las tareas específicas del proyecto para contestar al objetivo general de este:

En primer lugar, logramos crear el mencionado modelo de clasificación que permitió agrupar en una misma línea gráfica cada uno de los pueblos indígenas. Con esto definimos que en el arte indígena diaguita predominan las formas angulares, en las

mapuches las formas geométricas y regulares, en el pueblo Rapanui las formas orgánicas y en el pueblo Selk'nam las formas rectilíneas y los puntos. Esta información fue igualmente utilizada en la confección de los nuevos símbolos indígenas.

En segundo lugar, determinamos el límite de reconocimiento respecto a los nuevos símbolos a través de la modificación de la línea de los diseños originales, sin perder su significado, y que fueron utilizados en la confección de los nuevos diseños. Dicho proceso se llevó a cabo a través de un proceso detallado de modificación de la línea gráfica y el límite de reconocimiento y que definimos bajo el criterio de diseño basado en la experiencia profesional.

En tercer lugar, desarrollamos también las prácticas de diseño pertinentes para conseguir que el usuario se involucrara en el proyecto y lo hicimos después de detectar prácticas de diseño "casi participativas" entre el conjunto de referentes que se muestran como diseño participativo en nuestra sociedad. Para esto utilizamos todos los antecedentes teóricos de los que disponíamos para interactuar directamente con el usuario: intereses del público objetivo, su personalidad y actividades cotidianas. En cuanto a las prácticas de diseño nos referimos a las actividades llevadas a cabo con público en Chile y desde el extranjero como la interacción con el nuevo abecedario y la constante comunicación virtual y presencial con la que retroalimentamos el estudio y la confección del proyecto final.

En cuarto lugar, entregamos el nuevo conocimiento al usuario a través del proyecto de diseño para que interiorice los nuevos símbolos creados. Esto a través del juego de cartas estructurado sobre la base del arte de los pueblos indígenas y que permitió al público joven jugar y aprender. El aprendizaje interactivo presentó el arte indígena de una forma dinámica y atractiva para el usuario, permitiendo al mismo tiempo que este se acercara e interesara por el proyecto y el conocimiento adquirido.

Si bien la investigación intenta contribuir en el estudio del arte de los pueblos indígenas de Chile con las herramientas del diseño gráfico y el respaldo teórico de los símbolos, la comunicación visual, la identidad y el patrimonio, aún queda mucho trabajo por

hacer. Como limitantes de la investigación identificamos que esta, si bien se sustenta en la interdisciplinariedad, no aborda en su totalidad el contenido de las diferentes áreas del conocimiento que sostuvieron el estudio. Lo anterior ocurre porque no somos especialistas de cada rama del conocimiento y eso limita de alguna manera el estudio profundo de cada una de ellas para fortalecer de mejor manera nuestro trabajo. Además, sería conveniente mejorar, en un futuro, la comunicación con otras disciplinas del conocimiento que no necesariamente estén vinculadas con las humanidades o las ciencias sociales, porque la puesta en práctica del proyecto puede ser también útil para difundir contenido de otras disciplinas. Otro aspecto discutible tiene relación con la posible comercialización de Legados, es decir, si en un futuro llegara a ser vendido ¿estaríamos limitando el acceso al conocimiento? ○ ¿estaríamos facilitando la visibilidad de Legados en espacios frecuentados por todo tipo de usuarios?

El proyecto pretende, a corto plazo, tener un impacto en los estudiantes de determinados establecimientos educacionales de la ciudad de Concepción, ya que la mayoría de los trabajos que se realizaron con el usuario se llevaron a cabo en esa ciudad en específico. Los establecimientos educacionales en Chile son la unidad básica y fundamental del Sistema de Educación Pública y cuentan con autonomía para la definición de sus proyectos educativos. Basándonos en esa última cualidad es posible afirmar que el aprendizaje a través de juego es factible sobre todo si este es incorporado específicamente a la asignatura de Historia, Geografía y Ciencias Sociales. Si el proyecto llegara a tener un impacto significativo en la difusión del conocimiento de los pueblos indígenas de Chile en los establecimientos educacionales, a mediano plazo, se presentaría esta propuesta educativa a los Servicios Locales de Educación Pública (que actualmente reemplazan a las Municipalidades o corporaciones municipales) que se encargan de administrar la educación pública en los niveles parvulario, básico y secundario y fomentar proyectos educativos de formación ciudadana. En cada uno de los Servicios Locales de Educación Pública de Chile existe un Consejo Local de Educación que presenta ante el Director Ejecutivo los intereses de las comunidades educativas para adecuar la enseñanza a las necesidades y particularidades de la comunidad y, en ese mismo sentido, consideramos también que la colaboración con dicho Consejo es plausible

en la dominación oficial de Andalién Sur (que incluye las comunas de Concepción, Chiguayante, Hualqui y Florida) de la región del Bío-Bío. A largo plazo consideramos que el dar a conocer parte del pasado histórico de un pueblo es un ámbito del conocimiento basto en el que el diseño puede intervenir, con sus respectivas metodologías, en un sinnúmero de aspectos culturales. Lo anterior es extrapolable entonces a escenarios diversos que prácticamente no tienen límites temporales o espaciales y en los que futuros investigadores pueden seguir explorando. Lo particular de nuestro estudio es que el juego de cartas es aplicable también a otros ámbitos del conocimiento, es decir, puede perfectamente compatibilizar con la enseñanza escolar, el análisis histórico de los acontecimientos pasados, las estrategias comunicativas para generar conocimiento, e incluso para satisfacer el aspecto lúdico de la vida diaria.

Bibliografía.

- Aguas, Sofía (2016). *¿Qué es el co-design? Algunas ideas sobre esta beneficiosa práctica*. Centro Universitario Internacional de Barcelona. Recuperado el 19 de octubre de 2020 del <https://www.unibarcelona.com/es/actualidad/artes-graficas/co-design>
- Ahmadpour, Naseem; Loke, Lian y Peters, Dorian (2020). Toolkits, cards and games – a review of analogue tools for collaborative ideation. *CoDesign*, 17(4), 410-434.
- Ajito, Eduardo; Ascue, Rudy; Hopkins, Aranzazu; Montalván, Juan; y Soria, César (2019). *Guía de investigación en Arte y Diseño*. Perú: Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Ajuntament de Barcelona (2020). *Participación ciudadana, área de Derechos de Ciudadanía, Participación y Transparencia ¿Cómo se puede promover y participar en un proceso participativo?* Recuperado de el 2 de marzo de 2020 de https://ajuntament.barcelona.cat/participaciociudadana/sites/default/files/documents/fulleto_processos_0620_1_2.pdf
- Alberich, Jordi; Ferrer, Alba y Gómez, David (s.f.). *Percepción visual*. Cataluña: Universidad Oberta de Catalunya.
- Alcaraz, Virginia; Fernández, Jesús; Grimaldi, Moisés; Prieto, Ezequiel; y Sánchez-Oliver, Antonio (2018). Aprendizajes Significativos mediante la Gamificación a partir del Juego de Rol: "Las Aldeas de la Historia". *Espiral. Cuaderno del Profesorado* 11 (22),69-78.
- Álvarez, Humberto (2019). El puzzle como técnica de aprendizaje cooperativo para la enseñanza de la historia y el desarrollo de habilidades blandas. *Revista de la Escuela de Ciencias de la Educación* 2, (15), 45-47.
- Álvarez, Humberto (2020). Enseñanza de la historia en el siglo XXI: propuestas para promover el pensamiento histórico. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)* 26, (Número especial 2), 442-459.
- Álvarez, Humberto (2021). Evaluación del pensamiento histórico de los estudiantes de secundaria a través de la construcción de narrativas históricas sobre los pueblos originales de Chile. *Revista do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal do Rio Grande do Sul*, (28), 1-18.
- Alvira, Francisco (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Andelique Carlos (2011). La didáctica de la historia y la formación docente: ¿Qué profesor de historia necesitan las escuelas? *Clío & Asociados. La Historia Enseñada*, (15), 256-273.
- Aranda, Daniel; Gómez, Salvador; Navarro, Victor y Planells, Antonio (2015). *Game & Play. Diseño y análisis del juego, el jugador y el sistema lúdico*. Barcelona: UOC Press-Comunicación.
- Arévalo, Javier (2010) El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales. *Gazeta de Antropología*, 26 (1), 1-14.
- Arteaga, Belinda y Camargo, Siddharta (2014). *Educación histórica: una propuesta para el desarrollo del pensamiento histórico en el plan de estudios de 2012 para la formación de maestros de Educación Básica*. *Revista Templo y Argumento*, 6, (13), 110-140.
- Asensio, Mikel y Pol, Elena (2014). *Evaluación de la exposición permanente Cosmo Caixa*. Barcelona: Obra Social de "la Caixa". Recuperado de el 2 de marzo de 2020 de https://fundacionlacaixa.org/documents/10280/614053/evaluacion_expo_permanente_cosmocaixa_bcn_es.pdf/a291f05e-9937-44ed-938b-32bc562905b9
- Atelier lumieres (s.f.). *Un lieu d'Histoire*. Recuperado de <https://www.atelier-lumieres.com>
- Avram, Gabriela; Ciolfi, Luigina y Maye, Laura. (2019). Creating tangible interactions with cultural heritage: lessons learned from a large scale, long term co-design project, *CoDesign*, 16 (3), 251-266.
- Baena, Verónica (2019). *El aprendizaje experiencial como metodología docente*. Madrid: Narcea ediciones.
- Bañuelos, Jacob (2006). Aplicación de la semiótica a los procesos del diseño. *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica*, (15), 233-254.
- Barreto, Natalia (2018). *El primer museo de arte digital en París: L'Atelier des Lumières*. Recuperado el 25 de junio de 2021 de <https://www.traveler.es/experiencias/articulos/apertura-atelier-lumieres-primer-museo-digital-paris/12062>
- Bartomeu, Elena (2011). *La identitat visual corporativa a internet. Uniformització dels recursos gràfics en signes pol·linitzats*. Universidad de Barcelona (Tesis de doctorado)
- Bazaga, Rossana (2017). *El diseño gráfico como divulgador del patrimonio cultural. Exposición de casos*. XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo - VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural.

- Board game geek (2017). *Imagine – images*. Recuperado de <https://boardgamegeek.com/image/3612968/Imagine>
- Briceño, Liceth; Chuico, Edwin y Vélez, Estíbaliz (2021). La modernización iconográfica religiosa dentro de un modelo de emprendimiento. *Grafica*, 9 (17), 47-55.
- Brown, Tim (2008). *Design Thinking*. Harvard Business Review.
- Builes, Juan. *El abordaje de la educación experiencial*. Chía: Universidad de la Sabana.
- Buvinic, Paulina. (2015). *Diseño para Diseñar. Manual de Codiseño*. Recuperado el 17 de octubre de 2020 de https://issuu.com/paulinabuvinic/docs/dise_o_para_dise_ar_.pbuvinic
- Cadena, David (s.f.). *101 palabras chilenas y su significado*. Recuperado de <https://impulsoviajero.com/palabras-chilenas-y-su-significado/>
- Camusso, Mariángeles; Castaldo, Silvia; Marchetti, Viviana.; Menendez, Carina y Provens, Analía (2012). Introducción a la comunicación visual. *Comunicación visual gráfica*, 1, 1-38.
- Cano, Sandra (2016). *Propuesta Metodológica para el Diseño de Juegos Serios para Niños con Implante Coclear*. Universidad del Cauca (Tesis de doctorado).
- Carnelli, María Laura (2018). *Diseño participativo. La creación colaborativa de la identidad visual del Programa Redes*. Universidad de Palermo (Tesis de grado).
- Carrión, Mayra; Quispi, Belén; Lema, Santiago; Santorum, Marco y Aguilar, Jose (2019). Creando un juego serio educativo mediante un enfoque de diseño centrado en el usuario. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 23, 158-170.
- Casacuberta, David (2003) *Creación colectiva. En internet el creador es el público*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Castillo, Rocio y González, Dora (2016). *Design Thinking aplicado a procesos de investigación cualitativa. Experiencia con una tesis doctoral*. 5° Congreso Internacional de Gestión Tecnológica y de la Innovación. Bucaramanga, Colombia.
- Cataño, Carmen (2011). Jörn Rüsen y la conciencia histórica. *Historia y Sociedad*, 21, 221-243.
- Catells, Manuel (1997). *La era de la información. Economía sociedad y cultura. Volumen 2 El poder de la identidad*. Madrid: Alianza editorial.

- Concejo Nacional de la Cultura y las Artes (2011). *Conociendo la cultura Rapanui*. Valparaíso: Maval Ltda.
- Contreras, Ruth y Eguía, Jose (Eds.) (2016). *Gamificación en aulas universitarias*. Bellaterra: Instituto de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Córdoba, María; Gómez Emilio, E. e Iborra, Oscar. (2014). *El universo kiki bouba. Ideastesia, empatía y neuromarketing*. Granada: Ediciones Fundación Internacional Artecitta.
- Correa, Itaci y Flores, Carla (2005). Estudio pintura corporal Selk'nam y su carácter iconográfico. *Revista Werken*, 7, 21 – 37.
- Correa, Jorge (2012). *Semiótica*. México: Red Tercer Milenio.
- Cortés, Claudio (2012). Semiótica y Estética del Diseño. *Revista chilena de diseño*, (2), 61-7.
- Costa, Joan (2003). *Diseñar para los ojos*. La Paz: Grupo Design.
- Cruz, Andres; Franco de Paz, Lucía; Sánchez, Gloriana; Roig, Sara y Valencia, Jackeline (2020). *Encuentros y perspectivas de la apropiación cultural*. Prospectivas y Análisis de Proyectos Culturales. Máster Oficial en Gestión Cultural. Universidad de Barcelona.
- Del Olmo, Nuria (2012). *La construcción de la identidad colectiva entre los jóvenes de una sociedad multicultural*. Seminario valores educativos y ciudadanos: La interculturalidad en el entorno educativo, 78-98.
- Del Pozo, José (2016). *Isotype: Gerd Arntz, diseño de iconos e infografía*. Madrid: Waka. Recuperado de <https://www.somoswaka.com/blog/2016/06/diseño-de-iconos-e-infografía-gerd-arntz-isotype/>
- Depto51 (2014). *Nueva feria quien busca encuentra*. Recuperado de <https://depto51.cl/blog/2014/11/19/nueva-feria-quien-busca-encuentra/>
- Depto51 (s.f.). *Mantelería-Camino de mesa humedal*. Recuperado el 18 de enero de 2022 de <https://depto51.com/collections/manteles/products/camino-de-mesa-humedal>
- Díaz de Rada, Vidal (2002) *Tipos de encuestas y diseños de investigación*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.
- Diccionario chileno – El diccionario del pueblo. Recuperado de <https://diccionariochileno.cl>

Dinngo Lab (s.f.). *Design Thinking en español. ¿En qué consiste el proceso?* Recuperado el 4 de abril de 2017 de <http://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Eagleton, Terry (2001). *La idea de cultura*. Barcelona: Paidós.

Eco, Umberto (1976). *Signo*. Barcelona: Labor S. A.

Educando Juntos (2015). *Estadísticas y estudios para la comparación de los resultados Encuesta de salud: hábitos de actividad física, alimentación y sueño; sexualidad y consumo*. Chile: Astoreca Fundación.

El Mercurio On-Line (EMOL) (2015). *Exposición de Yayoi Kusama cierra convertida en una de las que más personas ha llevado en Chile*. Recuperado de <https://www.emol.com/fotos/34237/#1448931/Exposición-de-Yayoi-Kusama-ha-sido-la-más-exitosa-en-la-historia-de-Chile>

Enguita, Núria (s.f.) *Matt Mullican*. Recuperado de <https://coleccion.caixaforum.com/artista/-/artista/5001/MattMullican>

Espinar, Estrella y Viguera, José (2020). El aprendizaje experiencial y su impacto en la educación actual. *Revista Cubana Educación superior* [online], 39 (3).

Moranchel, Evelyn (2017). *Estudio y aplicación de la Teoría de Juegos para la asignación de costos*. Universidad Autónoma de Puebla (Tesis de grado).

Fabre, Noëlle (2018). *TINKERING, ¡pensemos con las manos!* Facultat de Psicologia, Ciències de l'Educació i de l'Esport. Recuperado de el 7 de mayo de 2020, de <http://www.tribunaeducacio.cat/tinkering-pensemos-con-las-manos/>

Fernández, Flory (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación. *Revista de Ciencias Sociales*, 2, (96), 35-53.

Flores, María (2016). La globalización como fenómeno político, económico y social. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, 12, (34), 26-4.

Frayling, Christopher (1993-1994). Research in art and design. *Royal College of Art Research*, 1, (1), 1-5.

Bicycle (s.f.). *Sharks are wild*. Recuperado de <https://bicyclecards.com/product/hoyle-sharks-are-wild/>

Fundación de Comunicaciones, Capacitación y Cultura del Agro (2014). *Diaguitas Chilenos*. Santiago: Imprenta Ograma.

Galeano, Susana (2021). *Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo (2021)*. Recuperado el 5 de marzo de 2021 de

<https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>

- Garcés, Eugenio y Seisdedos, Sebastián (2011). *Ruta Selknam. Territorios de caza y fuego*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- García-Mundo, Lilia; Genero, Marcela; Piattini, Mario y Vargas-Henríquez, Juan (2015). *Análisis de uso de la Gamificación en la Enseñanza de la Informática*. Actas de las XXI Jornadas de enseñanza Universitaria de la Informática, 105-112.
- García, Claudia y Granados Hedilberto (2016). El modelo de aprendizaje experiencial como alternativa para mejorar el proceso de aprendizaje en el aula. *Ánfora*, 23 (41), 37-54.
- García, Nestor (1993). Cultura y Sociedad. Homogeneización y Pluralidad Universalismos y Particularismos. *Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 3, 76-89.
- Gayo, Catalina. (2011). *Diseño de interiores y personalización posmoderna. Diseñar para Narciso, consumidor de nuestros tiempos*. Universidad de Palermo (Tesis de grado).
- Giddens, Anthony (1991). *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Ediciones Península.
- Gillian, Rose (2001). *Visual Methodologies*. London: SAGE publications.
- González, José (2015). La identidad étnica Mapuche en Chile en el contexto de la globalización: más allá del territorio. En: Tilley, Charles (coord.). *Antropología e Identidad. Reflexiones interdisciplinarias sobre los procesos de construcción identitaria en el siglo XXI*. Valladolid: Fundación para la Investigación y Formación en Interculturalidad y Educación para el Desarrollo, 32-50.
- González, Javier (2020). Sobre el dilema de la apropiación cultural: arte, diseño y sociedad. *Estudios sobre Arte Actual*, 8, 311-320.
- González, Pedro y Núñez, Luis (2012). El puzle de la historia. Una experiencia innovadora en Historia del mundo contemporáneo basada en el aprendizaje cooperativo. *Edetania: estudios y propuestas socio-educativas*, (42), 129-144.
- Granz, Galen (2016). *Ethnography for Designers*. New York: Routledge.
- Guix, Joan (2008). El análisis de contenido: ¿qué nos están diciendo? *Revista Calidad Asistencial*, 23, (1), 26-30.
- Gutiérrez, Abel (1929). *Dibujos indígenas de Chile*. Santiago: Imprenta Universitaria.

- Hernández, Roberto (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico D. F.: McGraw Hill Education.
- Hernández, Verónica; Herrera, Almudena y Ramiro, María (2014). *Procesos participativos en la recuperación del patrimonio de las obras públicas*. Congreso Latinoamericano sobre Patología de la Construcción, Tecnología de la Rehabilitación y Gestión del Patrimonio: REHABEND, 323-330.
- Hinojosa, Lola (s.f.). *(Sin título [Matt Mullican hipnotizado: Zúrich])*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Recuperado de <https://www.museoreinasofia.es/coleccion/obra/untitled-matt-mullican-under-hypnosis-zurich-sin-titulo-matt-mullican-hipnotizado>
- Huizinga, Johan (2007). *Homo ludens*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ibáñez, Elena; Cuesta, Martín; Tagliabue, Rosana y Zangaro, Marcela (2008). *La generación actual en la universidad: el impacto de los millennials*. V Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.
- International Work Group for Indigenous Affairs (IWGIA) (2021). *El Mundo Indígena 2021: Chile*. Recuperado el 24 de marzo de 2020 de <https://www.iwgia.org/es/chile/4127-mi-2021-chile.html>
- International Work Group for Indigenous Affairs (IWGIA) (2019). *Mundo Indígena 2019: Rapa Nui (Isla de Pascua)*. Recuperado el 24 de marzo de 2020 de <https://www.iwgia.org/es/chile/3406-mi2019-rapa-nui.html>
- Irigaray, Jorge (2021). *Design thinking: qué es y cuales son sus características*. Barcelona y Madrid: EAE Bussines school: <https://retos-directivos.eae.es/design-thinking-que-es-caracteristicas-y-fases/>
- Jaussen, Tepano (1894). *L' Ile De Pâques: Historique Écriture Et Répertoire Des Signes Des Tablettes Ou Bois D'hibiscus Intelligents*. Obra póstuma escrita por Ildefonse Alazard según las notas dejadas por el prelado. Recuperado de <https://archive.org/details/tepanojaussen.1894.liledepaqueshistoriqueecritureetrepertoiredessignesdestablett/page/n21/mode/2up>
- Jones, Fiona; Pöstges, Heide; Micklethwaite, Paul; Tino, Stefan y Townsend, Rousmery. (2019) A gift from experience: co-production and co-design in stroke and self-management. *Design for Health*, 3, (1), 98-118.
- Martín, José (2018). *La Etnolingüística como disciplina científica. Propuesta de definición y ámbitos de estudio*. Actas del XIII Congreso Internacional de Lingüística Xeral, Vigo, 584-591.

- Juul, Jesper (2005). *Half-Real. Video Games between real rules and fictional worlds*. Cambridge: MIT Press.
- Kolodziej, Nadine (2018). *The Undrawn Drawing Tour*. Recuperado de <https://nadinekolodziej.com/theundrawndrawing>
- Kusama, Yayoi (s.f.) *Biografía*. Recuperado de <http://yayoi-kusama.jp/e/biography/index.html>
- Larraín, Jorge (2001). *Identidad chilena*. Santiago: LOM.
- Larraín, Jorge (2010). Identidad chilena y el bicentenario. *Estudios Públicos*, (120), 5-30.
- Lúdilo (s.f.). *Slapzi*. Recuperado de <https://www.ludilo.es/producto/slapzi/>
- Marambio y Rojas (2010) *Procesos prácticos e identitarios de apropiación cultural — carnavales de Valparaíso 2001-2010*. Universidad de Chile (Tesis de máster).
- Marca Chile (2016). *Informe final. Estudio Identidad Chilena*. Santiago: Fundación imagen de Chile.
- Marcelino, Georgina (2015). Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Icono*, 14 (13), 48-72.
- Martín, Ana; Pérez, Francisco.y Villén, José. (2015). ¿Es realmente arbitraria la relación entre las palabras y sus significados? *Ciencia Cognitiva*, 9, (2), 26-29.
- Molano, Olga (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *OPERA*, 7, (7), 69-84.
- Morales, Joan (2013). El diseño de serious games: una experiencia pedagógica en el ámbito de los estudios de Grado en Diseño. *Digital Education Review*, (23), 99-115.
- Moranchel, Evelyn (2017), *Estudio y aplicación de la teoría de juegos para la asignación de costos*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (Tesis de grado).
- Morris, Charles (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona: Paidós.
- Muñoz, Rosario (2018). *L'Atelier des Lumières Proyectos expositivos de inmersión*. Recuperado de <https://www.ocimagazine.es/latelier-des-lumieres/>
- Museo Chileno de Arte Precolombino (s.f.). *Arte diaguita*. Recuperado el 15 de febrero de 2022 de <http://precolombino.cl/culturas-americanas/culturas-precolombinas/chile/diaguita-2/#!prettyPhoto>

- Museo Chileno de Arte Precolombino (s.f.). *Pueblos originarios de Chile: Selk'nam*. Recuperado el 15 de febrero de 2021 de <http://precolombino.cl/culturas-americanas/pueblos-originarios-de-chile/selk'nam/nggallery/page/1>
- Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona (s.f.). *Matt Mullican M.I.T. Project, 1990-2009*. Barcelona: MACBA recuperado de <https://www.macba.cat/es/arte-artistas/artistas/mullican-matt/mit-project>
- Museo Mapuche de Cañete (s.f.). *El arte textil en el Lavkenmapu de Nawelbuta*. Recuperado el 15 de febrero de 2022 de <https://www.museomapuchecanete.gob.cl/galeria/el-arte-textil-en-el-lavkenmapu-de-nawelbuta>
- Museo Rapanui (s.f.). *Piezas restituidas al Museo Rapa Nui*. Recuperado el 15 de julio de 2022 de <https://www.museorapanui.gob.cl/galeria/piezas-restituidas-al-museo-rapa-nui>
- Namioka, Aki y Schuler Douglas (ed.) (1993). *Participatory Design: Principles and Practices*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Nieto-Galán, Agustí (2011). *Los públicos de la ciencia. Expertos y profanos a través de la historia*. Barcelona: Marcial Pons.
- Onitas (2021). *Colección 5 Muñecos de tela, inspirados en los Espíritus Selk'nam*. Recuperado el 15 de junio mayo de 2021 de <https://www.onitas.cl/producto/coleccion-onitas/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (s.f.) *¿Qué es Patrimonio cultural inmaterial?* Recuperado el 25 de enero de 2019 de <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (s.f.) *Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Recuperado el 25 de enero de 2019 de <https://ich.unesco.org/es/convenci%C3%B3n>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2014). *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo*. París: UNESCO.
- Ortiz, Roberto (2011). *Cólata. Valora tu identidad*. Ecuador. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/2124734/COLATE>
- Oviedo, Leonardo (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, (18), 89-96.

- Padierna, Juan y Gonzalez, Enoc (2013). La metodología experiencial en la Educación Superior. *Itinerario educativo*, (62), 151-168.
- Pelta, Raquel (2007). Diseñar con la gente. *Diseño Crítico*, (24), 27-34.
- Planells, Antonio (2018). Uso de juegos de mesa en el diseño de videojuegos: una experiencia universitaria. *Estudios Pedagógicos*, 44 (1), 415-426.
- Podkul, Tim (2002). *Símbolos textiles mapuches*. Recuperado de <https://docplayer.es/26413159-Simbolos-textiles-mapuches.html>
- Project SD (s.f.). *Matt Mullican - Representing the work*. Recuperado de <https://projectesd.com/artist/matt-mullican/>
- Ramírez (2021). Moda y apropiación cultural: reflexiones críticas desde la identidad y el Diseño. *Revista Chilena de Diseño*, 6 (10), 1-13.
- Ramírez, Jaime (2010). Aproximación al diseño intercultural desde la fotografía documental. El caso Porfía del Sur. *Congreso Latinoamericano de Diseño Universidad de Palermo*, 5, 227-228.
- Rauch, Marcos y Tucki, Enrique (s.f.). *Patrimonio cultural en las áreas silvestres protegidas de Chile*. Santiago: CONAF, Ministerio de Agricultura.
- Revista Paula (2013). *Las cerámicas de Ignacia Murtagh en Casas de Lo Matta*. Recuperado el 13 de junio de 2021 de <https://www.latercerVa.com/paula/las-ceramicas-de-ignacia-murtagh-en-casas-de-lo-matta/>
- Rhisiart, Martin (2018). Case 1: Cultural heritage research and the future. En: Miller, Riel (ed.) (2018). *Transforming the future*. Paris: Routledge, 110-117.
- Riveros, Loreto (2020). *11+ Expresiones Esenciales que Tienes que Dominar Antes de Visitar Chile*. Recuperado de <https://matadornetwork.com/es/expresiones-esenciales-que-tienes-que-dominar-antes-de-visitar-chile/>
- Romero, Marta (2010). El aprendizaje experiencial y las nuevas demandas formativas. *Revista de Antropología Experimental*, (10), 89-102.
- Rüsen, Jörn (1992) El desarrollo de la competencia narrativa en el aprendizaje histórico. Una hipótesis ontogenética relativa a la conciencia moral. *Propuesta Educativa*, (7), 27-36.
- Rowe, Peter (1991). *Design Thinking*. Cambridge: The MIT Press.
- Royale Studios (2016). *Escudos de América Latina*. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/35041169/Escudos-de-Amrica->

Latina?fbclid=IwAR2ZfNM_xAOiXxKJixEKm-O-dhuXOk9wstFoNfM8F-ZMk4sidssZwVvd6ch0

Saco, Patricia (2019). *Codiseño*. Recuperado el 19 de octubre de 2020 de <http://www.patriciasaco.com/index.php/2019/05/02/codiseño/>

San Segundo, Rosa (2003). Constitución de la Realidad en la era Tecnológica de la Posinformación. *Razón y palabra*, (31), 1-14. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n31/rsansegundo.html>

Sánchez, María y Mejía, Jorge (2005). *Material de la asignatura de Teoría del Diseño Licenciatura en arquitectura*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Instituto de Ciencias Básicas e Ingenierías.

Sandí, Juan y Bazán, Patricia (2020). *A systematic literature review of methodologies used for the design of serious games. A comparative analysis*. International Conference on Education and New Developments, Zagreb, Croacia, 358–362.

Sandí, Juan y Bazán, Patricia (2021). Diseño de Juegos Serios. Análisis de metodologías. *E-Ciencias de la Información*, 11, (22), 1-24.

Sastre, Jaume (2016) La inocencia de pulsar un botón. Una mirada crítica a los orígenes de la interactividad en los museos de ciencia. *Investigación y ciencia*. Recuperado el 5 de marzo de 2020 de <https://www.investigacionyciencia.es/revistas/investigacion-y-ciencia/antepasado-misterioso-670/la-inocencia-de-pulsar-un-botn-14145>

Sepúlveda, Paulina. (2017). *¿Cómo somos los chilenos?* La Tercera [online]. Recuperado el 25 de octubre de 2018 de <https://www.latercera.com/noticia/somos-los-chilenos>

Silvestre, Paola. (2013). *Malí Iluminarias*. Exposición Santiago Diseño. Recuperado el 20 de agosto de 2021 de <https://www.behance.net/gallery/8605619/MALI-by-Paola-Silvestre-and-Kartess>

Taylor, Charles (1993). *El Multiculturalismo y la "política del reconocimiento"*. México: Fondo de Cultura Económica.

Tetzner, Dominique (2015) *Isotype hoy: ¿Continúa vigente? ¿Cómo se expresa su legado en la actualidad?* Weimar: Bauhaus-Universität.

Think fun (s.f.). *Swish*. Recuperado de <https://www.thinkfun.com/products/swish/>

Tranjis games (s.f.). *Monster Kit*. Recuperado de <https://tranjisgames.com/tienda/monster-kit/>

- Valderrama, Beatriz (2015). Los secretos de la gamificación: 10 motivos para jugar. *Capital Humano*, (295), 72-78.
- Vitale, Alejandra (2004). *El estudio de los signos. Peirce y Saussure*. Buenos Aires: Eudeba.
- Wong, Wucius (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Yeromiyán, Tania (2022). *Los seis tipos de caracteres chinos*. Recuperado de <https://studycli.org/es/chinese-characters/types-of-chinese-characters/>
- Zecchetto, Victorino (2002). *La danza de los signos*. Barcelona: Abya-Yala.
- Zúñiga, Vanessa (2006). *Aproximación a un vocabulario visual básico andino*. Universidad de Palermo (Tesis de máster).
- Zúñiga, Vanessa (2014). *Crónicas Visuales de Abya Yala*. Ecuador: Amuki Studio.

Índice de esquemas.

Esquema 1. Proceso cualitativo.....	22
Esquema 2. Mapa conceptual con temas de la investigación.....	26
Esquema 3. Design thinking.....	29
Esquema 4. Fases de la investigación.....	35
Esquema 5. Características de los Jóvenes Chilenos.....	86
Esquema 6. Modelo aprendizaje experiencial de John Dewey.....	108
Esquema 7. Proceso de comunicación.....	117
Esquema 8. Componentes del signo.....	117
Esquema 9. Semiótica.....	119
Esquema 10. El signo.....	120
Esquema 11. Percepción.....	123
Esquema 12. El mensaje.....	126
Esquema 13. Ciclo de aprendizaje de Dewey.....	145
Esquema 14. Curva de aprendizaje.....	145
Esquema 15. Fases de diseño participativo del Ajuntament de Barcelona.....	166

Índice de figuras.

Figura 1. Fragmento del esquema de organización de contenido.....	27
Figura 2. Mapa de Chile.....	47
Figura 3. Diseño Diaguita en cerámica.....	49
Figura 4. Arte rupestre Rapanui.....	50
Figura 5. Diseño textil Mapuche.....	51
Figura 6. Cuerpos pintados Selk'nam.....	52
Figura 7. Atributos que definen la identidad chilena.....	54
Figura 8. Atributos que definen la identidad chilena ordenado en categorías.....	55
Figura 9. Características de personalidad de los chilenos.....	56
Figura 10. Características que definen a las personas de su región.....	57
Figura 11. Promotores de su región (Región Metropolitana y Zona Norte).....	58
Figura 12. Promotores de su región (Zona Centro y Zona Sur).....	59
Figura 13. Hitos e íconos que identifican a los chilenos.....	60
Figura 14. Características que identifican a los chilenos (gráfico 1).....	61
Figura 15. Características que identifican a los chilenos (gráfico 2).....	62
Figura 16. Características que identifican a los chilenos (gráfico 3).....	62
Figura 17. Características que identifican a los chilenos (gráfico 4).....	63
Figura 18. ¿Cómo somos los chilenos? Características de personalidad.....	64
Figura 19. ¿Cómo somos los chilenos? Los chilenos y su forma de ver el mundo.....	64
Figura 20. ¿Cómo somos los chilenos? Chilenos y su vida sana.....	65
Figura 21. Respuestas de usuarios en Instagram.....	69
Figura 22. Resultados en YouTube al buscar "chilenos".....	72
Figura 23. Capturas del diccionario chileno y blogs con significados de las palabras en la jerga chilenas.....	74
Figura 24. Ejemplo gráfico que reúne las características de las tendencias en Chile.....	75
Figura 25. Ejemplo de atmosfera artesanal de las tendencias en Chile.....	77
Figura 26. Actividades realizadas por los jóvenes chilenos.....	98
Figura 27. Actividades que les gustaría realizar con más frecuencia a los jóvenes chilenos.....	99
Figura 28. Fases del codiseño.....	105
Figura 29. Luminarias inspiradas en la artesanía de Quinchamalí.....	133
Figura 30. Cerámica que une el diseño contemporáneo y las técnicas mapuches.....	133
Figura 31. Peluches "Onitas" inspirados en los Selk'nam.....	134
Figura 32. Ejemplo de actualización de diseños indígenas.....	136
Figura 33. Ilustraciones resultantes del rediseño iconográfico de la Virgen El Cisne.....	138
Figura 34. Detalles de la portada del libro Crónicas visuales del Abya Yala.....	140

Figura 35. Rediseño de los Escudos de México, Puerto Rico y Chile.....	141
Figura 36. Interior del libro del proyecto editorial "La ruta del Guarapo".....	142
Figura 37. Diseños de algunas de las ilustraciones del proyecto Cólote.....	143
Figura 38. Ejemplo de las herramientas y juegos para la ideación colaborativa.....	158
Figura 39. Ejemplo de accesorios de utilería usados para crear espacios ficticios.....	161
Figura 40. Etapas del estudio de aprendibilidad.....	172
Figura 41. Exposición The Undrawn Drawing Tour, Frankfurt.....	178
Figura 42. Exposición Atelier Lumieres inspirada en Gustav Klimt.....	179
Figura 43. Exposición Obsesión infinita de Yayoi Kusama en el Centro de las Artes 660 / CA 660, Santiago de Chile.....	180
Figura 44. Algunos íconos que Gerd Arntz diseñó para el sistema Isotype de Otto Neurath...	182
Figura 45. Ejemplos de obras de Matt Mullican.....	185
Figura 46. Ejemplo de cartas del juego Legados.....	196
Figura 47. Cartas divididas por categoría.....	197
Figura 48. Unión de 4 cartas para crear el símbolo final.....	199
Figura 49. Tipografía del nuevo abecedario basada en el arte de los pueblos Diaguita, Rapanui, Mapuche y Selk'nam.....	202
Figura 50. Primer diseño del nuevo abecedario con símbolos indígenas.....	204
Figura 51. Cartel con nueva tipografía basada en los símbolos indígenas con la frase "Hasta que la dignidad se haga costumbre".....	205
Figura 52. Imagen a la que direccionó el código QR a Instagram.....	206
Figura 53. Cartel expuesto en la universidad de Concepción de Chile.....	206
Figura 54. Público usando el móvil para escanear el código QR.....	207
Figura 55. Logograma de la marca Legados.....	209
Figura 56. Unión formas resultantes del análisis morfológico.....	209
Figura 57. Marca Legados.....	210
Figura 58. Ejemplo de carta de la categoría "sujeto".....	216
Figura 59. Palabras correspondientes a la categoría "sujeto".....	216
Figura 60. Ejemplo de carta de la categoría "característica".....	217
Figura 61. Subgrupos de la categoría "característica".....	218
Figura 62. Símbolos que diferencian a las categorías "animada", "maliciosa", "desidiosa", "torpe" e "irritable".....	220
Figura 63. Símbolos que representan las categorías "animada", "maliciosa", "desidiosa", "torpe" e "irritable".....	220
Figura 64. Símbolos que se incluyen en las categorías "animada", "maliciosa", "desidiosa", "torpe" e "irritable" para diferenciar las subcategorías.....	221
Figura 65. Categoría "animada" dentro del grupo de característica.....	221
Figura 66. Categoría "Maliciosa" dentro del grupo de característica.....	222
Figura 67. Categoría "desidiosa" dentro del grupo de característica.....	222
Figura 68. Categoría "torpe" dentro del grupo de característica.....	223
Figura 69. Categoría "irritable" dentro del grupo de característica.....	223
Figura 70. Ejemplo de carta de la categoría "acción".....	225
Figura 71. Ejemplo de diferencias morfológicas entre los 4 pueblos indígenas.....	226
Figura 72. Diseños resultantes del pueblo Diaguita en la categoría de acción.....	227
Figura 73. Diseños resultantes del pueblo Rapanui en la categoría de acción.....	228
Figura 74. Diseños resultantes del pueblo Mapuche en la categoría de acción.....	229
Figura 75. Diseños resultantes del pueblo Selk'nam en la categoría de acción.....	230
Figura 76. Ejemplo de carta de la categoría "situación".....	231
Figura 77. Diseños resultantes del pueblo Diaguita en la categoría de situación.....	232
Figura 78. Diseños resultantes del pueblo Rapanui en la categoría de situación.....	233
Figura 79. Diseños resultantes del pueblo Mapuche en la categoría de situación.....	234
Figura 80. Diseños resultantes del pueblo Selk'nam en la categoría de situación.....	235
Figura 81. Ejemplo de tarjeta y su tamaño.....	236
Figura 82. Cartas transparentes del juego.....	237
Figura 83. Visualización de las cartas superpuestas.....	238
Figura 84. Maquetación de tarjetas.....	239
Figura 85. Tarjeta que contiene el abecedario.....	239
Figura 86. Diseños de las tarjetas comodín.....	240

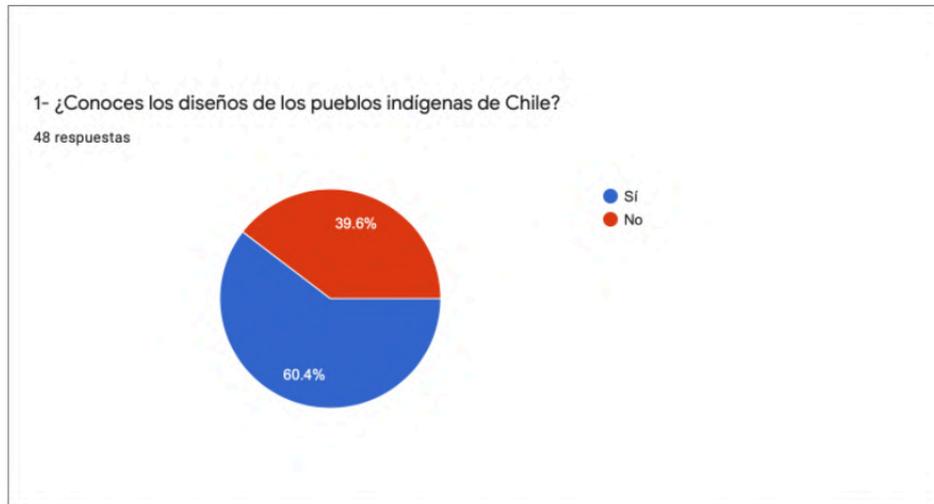
Figura 87. Maquetación del sobre de la categoría "sujeto"	241
Figura 88. Sobres del juego Legados.	242
Figura 89. Fotografías de los sobres del juego Legados.	242
Figura 90. Maquetación del packaging del juego.	243
Figura 91. <i>Packaging</i> del juego Legados.	244
Figura 92. Manual de instrucciones del juego en orden de maquetación.	246
Figura 93. Muestra del dossier informativo con los diseños originales usados para crear el juego.	247
Figura 94. Fotografías del manual de instrucciones y dossier informativo.	248
Figura 95. Experimentación morfológica de un símbolo mapuche.	255
Figura 96. Experimentación visual alterando la línea mediante puntos.	256
Figura 97. Experimentación morfológica alterando la línea, dividiéndola con espacios.	257
Figura 98. Figuras "kiki" (izquierda) y "bouba" (derecha).	258
Figura 99. Pasó piola.	259
Figura 100. Retícula base para crear y organizar los nuevos símbolos.	260
Figura 101. Retícula base con nuevo símbolo, ubicado en el espacio de "acción".	261
Figura 102. Retícula base con nuevo símbolo, ubicado en el espacio de "situación".	262
Figura 103. Plantilla base que sirvió para crear la nueva tipografía.	263
Figura 104. Diseños originales de los pueblos Diaguita y Rapanui.	265
Figura 105. Diseños originales de los pueblos Mapuche y Selk'nam.	266
Figura 106. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Diaguita para la categoría "acción".	268
Figura 107. Comparación de diseños originales y los modificados de los pueblos Diaguita y Rapanui para la categoría "acción".	269
Figura 108. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Rapanui para la categoría "acción".	270
Figura 109. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Mapuche para la categoría "acción".	271
Figura 110. Comparación de diseños originales y los modificados de los pueblos Mapuche y Selk'nam para la categoría "acción".	272
Figura 111. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Selk'nam para la categoría "acción".	273
Figura 112. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Diaguita para la categoría "situación".	274
Figura 113. Comparación de diseños originales y los modificados de los pueblos Diaguita y Rapanui para la categoría "situación".	275
Figura 114. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Rapanui para la categoría "situación".	276
Figura 115. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Mapuche para la categoría "situación".	277
Figura 116. Comparación de diseños originales y los modificados de los pueblos Mapuche y Selk'nam para la categoría "acción".	278
Figura 117. Comparación de diseños originales y los modificados del pueblo Selk'nam para la categoría "acción".	279
Figura 118. Juego Monster Kit.	281
Figura 119. Juego Slapzi.	282
Figura 120. Juego Swish.	283
Figura 121. Juego Imagine.	284
Figura 122. Juego Sharks are wild.	285
Figura 123. Testeo del juego con grupo ampliado.	287
Figura 124. Segundo testeo con chilenas y chilenos.	289
Figura 125. Jugando Legados en la oficina.	290
Figura 126. Jugando Legados en una cafetería.	291
Figura 127. Jóvenes chilenos jugando Legados.	292
Figura 128. Legados.	296
Figura 129. Jóvenes chilenos jugando Legados.	384
Figura 130. Jóvenes chilenos jugando Legados en el parque.	385
Figura 131. Jóvenes chilenos reunidos para jugar Legados.	386

Índice de tablas.

Tabla 1. Proceso cualitativo en nuestra investigación.	25
Tabla 2. Respuestas de los jóvenes hacia la pregunta ¿Te interesa conocer el arte de los pueblos indígenas? ¿Por qué?	31
Tabla 3. Etapas de la encuesta a lo jóvenes sobre el arte indígena y sus intereses.	98
Tabla 4. Resumen del caso 1	148
Tabla 5. Resumen del caso 2	152
Tabla 6. Resumen del caso 3	156
Tabla 7. Resumen del caso 4	159
Tabla 8. Resumen del caso 5	162
Tabla 9. Resumen del caso 6	165
Tabla 10. Resumen del caso 7	168
Tabla 11. Comparación entre el diseño participativo y el "casi participativo".	177
Tabla 12. Formas resultantes del análisis morfológico de los diseños de los pueblos indígenas.	209
Tabla 13. Organización de palabras en los grupos de "sujeto", "característica", "acción", "situación".	213
Tabla 14. Comparación del símbolo original (corazón) y el nuevo símbolo con el significado de persona.	219
Tabla 15. Ejemplo de la creación del símbolo que representa la característica "capo" dentro de la categoría "animada"	224

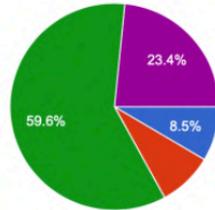
Anexos.

Anexo n°1: encuesta a los jóvenes



4- Si tu respuesta es Sí en la pregunta 1, indica a qué pueblo indígena pertenece el siguiente diseño:

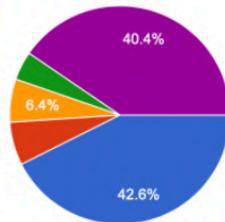
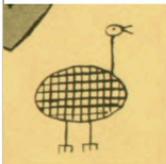
47 respuestas



- Diaguita
- Rapanui
- Mapuche
- Selk'nam
- No lo sé

5- Si tu respuesta es Sí en la pregunta 1, indica a qué pueblo indígena pertenece el siguiente diseño:

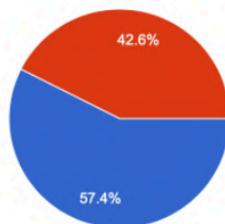
47 respuestas



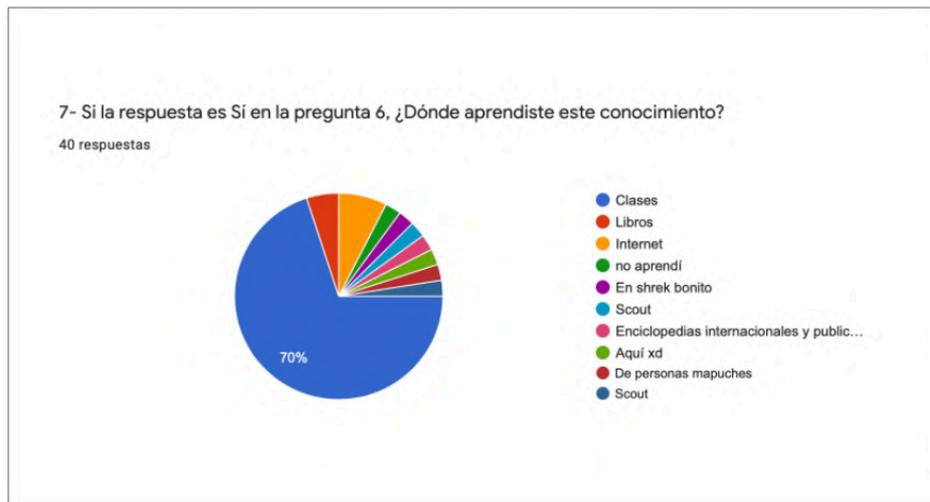
- Diaguita
- Rapanui
- Mapuche
- Selk'nam
- No lo sé

6- ¿Alguna vez has estudiado o adquirido conocimientos del arte de los pueblos indígenas chilenos?

47 respuestas



- Sí
- No



9- ¿Crees que es importante conocer el arte de los pueblos indígenas chilenos? ¿Por qué?

- "Si ya que es cultura y de esta forma puedo aprender más sobre mis raíces".
- "No es importante".
- "Considero que es importante ya que podrían aportar conocimientos importantes a la sociedad chilena actual".
- "No".
- "Considero que es muy importante conocer el arte de los pueblos indígenas chilenos, ya que es fundamental adquirir ciertos conocimientos provenientes de nuestra propia cultura".
- "Si ya que son nuestros antepasados".
- "Considero que es bastante importante saber sobre el arte de los indígenas".
- "Por que pertenecen a nuestra cultura".
- "Si porque son nuestros antepasados".
- "Si, claramente son los pueblos indígenas y es necesario tener conocimiento de nuestra cultura".
- "Si, por que un pueblo sin cultura es un pueblo sin memoria".

- "Si, porque es historia".
- "No creo que sea muy necesario, que es muy interesante".
- Porque se parece al ambiente de shrek".
- "Sí, porque son bacanes".
- "Si, ya que gracias a ellos somos quienes somos".
- "Si, es parte de todos los chilenos".
- "Si porque no sabemos mucho del arte de los pueblos indígenas".
- "No podemos permitir que la cultura se muera".
- "Sí, porque aprendemos mas de la cultura".
- "Sí, porque aprendo más sobre nuestra cultura".
- "Si porque te hace pensar mucho más e investigar".
- "Si yo creo porque es interesante".
- "Yo creo que sí porque es nuestra cultura inicial".
- "Si, porque es necesario tener cultura sobre nuestro país".
- "No, porque ya pasó".
- "Si".
- "Si porque te enseña mas sobre tus orígenes".
- "Si porque debe ser parte de nuestra cultura".
- "Si porque aprendes mas de tu cultura".
- "Si Porque saber los orígenes de los pueblos indígenas".
- "Sí".
- "Si Porque es cultura".
- "Si porque es bueno saber tus orígenes".
- "Si, porque realmente es todo lo que estuvo antes que nosotros y es la cultura de nuestro país que se dejó en el olvido".
- "Si, porque es importante conocer nuestras raíces y todo lo que ello implica, incluso el arte".
- "Que flojera".
- "Si porque es nuestro pasado y antepasados".
- "Por cultura general y para que el arte y en general la cultura indígena pertenezca en el tiempo".
- "Si ya que pertenece a nuestra cultura y si es tan importante la cultura de otros países primero deberíamos saber la nuestra".
- "Si hay que darle la importancia que se merece".
- "Si, porque es parte de nuestra cultura".

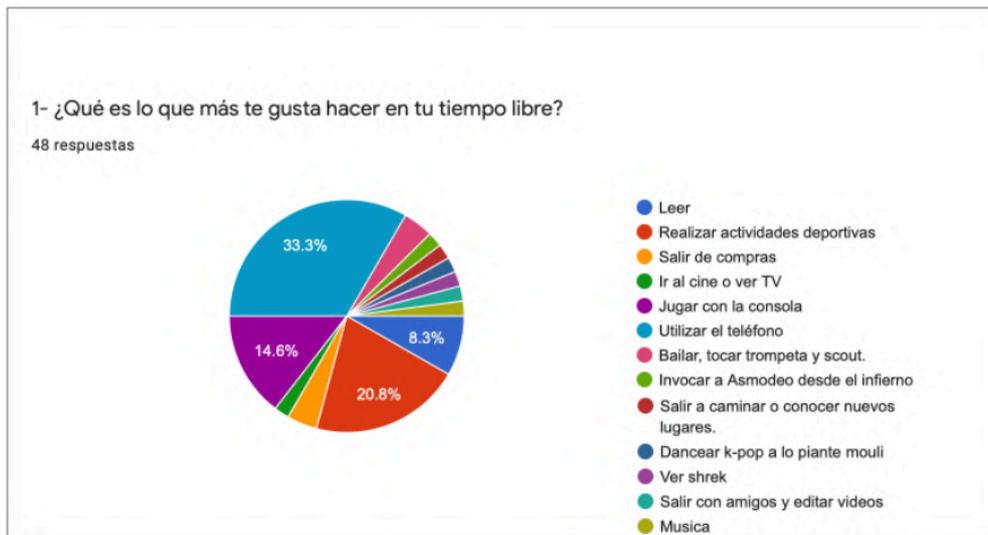
10- ¿Te interesa el arte de los pueblos indígenas de Chile? ¿Por qué?

- "Si porque es lindo y llamativo y se nota que tiene historia de por medio.
- "No".

- "No".
- "Honestamente no".
- "No, porque no lo considero algo necesario dentro de mis conocimientos".
- "La verdad es que en algunos momentos me interesa mucho el arte de los pueblos indígenas, principalmente al momento de ir a museos, debido a que me permitiría poder conocer y comprender la cultura de mis antepasados".
- "Si porque lo encuentro lindo".
- "Considero que es interesante y así podríamos valorarlos".
- "Si, porque me llama la atención saber como viven y esos tipos de cosas".
- "Solo el de los selknam es como bizarro y misterioso, me atrae".
- "No mucho porque no los conozco bien y a veces me aburren".
- "Me parece muy tierno".
- "Porque shrek era mapuche".
- "Si, porque es cultura".
- "Si, me gusta viajar al pasado con algo tan lindo como lo es el arte".
- "Si, para saber sobre nuestras raíces".
- "Si porque es parte de la historia de nosotros".
- "Porque nos ayuda a entender y conocer el mundo y vida de nuestros pueblos aborígenes".
- "Si, porque es nuestra cultura".
- "Sí, ya que me gusta aprender nuevas cosas".
- "Si me gusta porque hay que aprender".
- "Si porque se ve interesante".
- "Si porque tiene significados y hay una cultura detrás".
- "Si, porque es muy interesante".
- "Si, me gusta mucho el arte".
- "Si".
- "Si porque me parece un arte extravagante y creativo".
- "Si porque es importante saber de los pueblos".
- "Si porque me parece extravagante e interesante".
- "Si Porque es interesantes saber el significado del arte de los pueblos".
- "Porque es parte de nuestra historia".
- "Si porque tenemos que aprender de nuestros antepasados y comprender el problema por el que están pasando actualmente".
- "Si porque es interesante aprender el arte de los indígenas".
- "Si, porque el arte puede expresar como veían las cosas".
- "Si, porque sus diseños, a pesar de que no tengo demasiado conocimiento teórico de ellos, poseen una gran variedad y todos son diferentes por ende me gustaría conocer de donde sacaban su inspiración y porque había una diversidad entre cada pueblo".

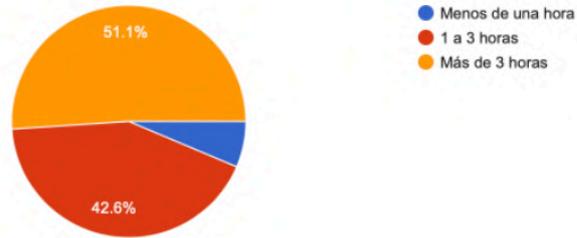
- "Que flojera".
- "Si, porque son nuestros orígenes".
- "Si, porque encuentro interesante aprender más de diferentes culturas".
- "Si ya que detrás de cada línea o escultura hay una historia y una tradición".
- "Si, me parece una linda manera de conocer la cultura".
- "No, porque no se nada de ellos".

Ocio y tiempo libre



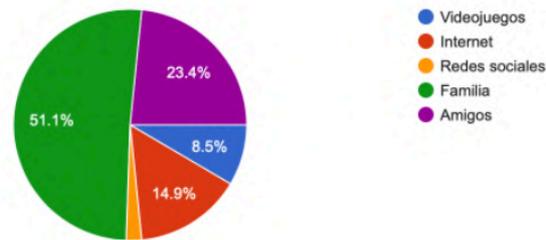
3- ¿Cuántas horas a día dedicas al tiempo libre?

47 respuestas



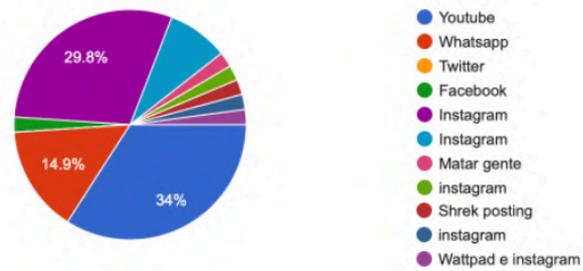
4- Crees que NO podrias vivir sin...

47 respuestas



5- ¿Cuál es la red social que más utilizas?

47 respuestas



Anexo n°2: respuestas de usuarios a encuesta en redes sociales.

Pregunta:

“¿Cómo piensan que son los chilenos?” (2 y 3 de octubre de 2020).

Respuestas:

- 1 “muy amables y hablan rápido”.
- 2 “inconsecuencia (?) Impuntualidad, machismo rancio-me pasé jajaja”.
- 3 “jajaja negativos en general: impuntuales, cuenteros, excusas para todo. Saludos”.
- 4 “Optimistas, wenas pa la talla, cambiamos el nombre o ponemos diminutivos o agrandativos XD”.
- 5 “Aventureros. Empáticos, solidarios, resilientes.”
- 6 “Que hablamos horrible”.
- 7 “Impuntuales”.
- 8 “Nos quejamos por todo, hacemos las cosas a última hora, somos impuntuales, pero somos de pana”.
- 9 “Somos groseros”.
- 10 “Somos solidarios”.
- 11 “Cahuineros”.
- 12 “Buenos para “echar la talla”.
- 13 “Picarón? algo así = para pensar jajaja”.
- 14 “Pedigüños”.
- 15 “Buenos para ponerle sobrenombre a todo”.
- 16 “Clasista, racista, generoso en catástrofes, flexibles para adaptarse, envidioso, ladrón, ineficiente, aprovechado, usa diminutivos en cada palabra, fiesteros, buenos para comer y beber, segregadores”.
- 17 “Resilientes”.
- 18 “Terrible de choros-No mentira, el promedio no dice lo que piensa. Todo se reduce a quien lo rodea. Y muchos dicen que hablamos mal, tenemos modismos propios de nuestro país. Conociendo a gente extranjera me he dado cuenta de que todos tienen palabras que entre ellos defines que es “hablar mal”.

- 19 "Hablamos con indirectas para no ofender y quedar mal. Importa mucho el qué dirán".
- 20 "Dejar todo para última hora jiji".
- 21 "LA PICARDÍA del shileno".
- 22 "Me faltaron positivas soy la peor jajaja amables".
- 23 "Superficiales".
- 24 "Mal pensados jajaja".
- 25 "Los (as) que he conocido me han parecido muy buenas personas, amables, inteligentes y serviciales".
- 26 "Buenos pa echar la talla".
- 27 "Carreteros".
- 28 "Risueños"
- 29 "Les gusta el chiste corto".
- 30 "Picarones".
- 31 "Sociables".
- 32 "Hermanables sobre todo cuando alguien necesita ayuda".
- 33 "Pesados jajaja".
- 34 "Nos gusta recibir bien a los extranjeros".
- 34 "Amorosos y románticos".
- 35 "Pesimistas 🙄".
- 36 "Obsesivos con el trabajo".
- 37 "Eludimos nuestros deberes".
- 38 "Dicharacheros".
- 39 "Buenos pa cambiar las palabras".
- 40 "Nos gusta el leseo".
- 41 "Terrible bacanes".
- 42 "Hay hartos que son buena tela".
- 43 "Amistosos con la gente que nos cae bien, pero no muy simpáticos con los que no nos simpatizan xD".
- 44 "Buena onda".
- 45 "Risueños jajaja".
- 46 "Carreteros y más si hay partido".

- 47 "Buenos para comer".
- 48 "Flojos".
- 49 "Sociables".
- 50 "Trabajadores y madrugadores".
- 51 "Nos gusta conocer gente nueva".
- 52 "Buenos para hablar".
- 53 "'chamullentos" jajajj".
- 54 "Afrontamos los problemas con responsabilidad".
- 55 "Patriotas".
- 56 "Impuntuales".
- 57 "Ayudamos al que lo necesita".
- 58 "Amantes de la comida y malos para el deporte".
- 59 "Familares y amistosos".
- 60 "Amorosos".
- 61 "peladores".
- 62 "carboneeros!".
- 63 "Nos amurramos cuando nos enojamos jajaja".
- 64 "Conflictivos cuando algo nos parece mal".
- 65 "CAHUINEROS".
- 66 "Nos gusta pasar el tiempo con la familia reunida".
- 67 "sapos aajajajj".
- 68 "sacrificados".
- 69 "Saco de weas".
- 70 "Enfrentamos las dificultades".
- 71 "Buen humor".
- 72 "Serviciales".
- 73 "Amantes de la naturaleza".
- 74 "Groseros".
- 75 "Expresivos con nuestros sentimientos y pensamientos".
- 76 "Detonaos".
- 77 "Compartimos con amigos y familia, o con cualquier persona que se quiera sumar".

- 78 "Rajaos".
- 79 "Responsables con nuestras obligaciones".
- 80 "Cabeza dura".
- 81 "Terrible choro!!".
- 82 "Macabeos ajajajs".
- 83 "Cagaos del mate".
- 84 "Demostramos el compañerismo con acciones".
- 85 "Amamos caleta nuestro país".
- 86 "Califas".
- 87 "Chaqueteros".
- 88 "Buenos pa contar plata delante de los pobres".
- 89 "Cuaticos".
- 90 "Carnazas".
- 91 " Nos creemos la última chupa del mate".
- 92 "Wenos para mandar a freir monos al áfrica ajajja".
- 93 "Optimistas".
- 94 "Somos bien mecha corta".
- 95 "Amables y respetuosos".
- 96 "Introvertidos".
- 97 "Nos creemos el cuento".
- 98 "Nos gusta sacar la vuelta también nos gusta sacar pica".
- 99 "Aventureros".
- 100 "Optimistas cuando enfrentamos los problemas".
- 101 "Hay varios salameros".
- 102 "Aguerridos 💪".
- 103 "Alegones".
- 104 "Manitos de guagua".
- 105 "Arriesgados".
- 106 "Agrandaos".
- 107 "Hablamos mal ajajaj".
- 108 "No sabemos ni bailar cueca xd".
- 109 "Regañones".

- 110 "Obedientes".
- 111 "Compartimos lo que tenemos".
- 112 "Hacemos frente a los inconvenientes con la ayuda de nuestros seres queridos".
- 113 "Damos jugo".
- 114 "Amamos a los animalitos".
- 115 "Me tienen chato!".
- 116 "Super impuntuales".
- 117 "Amantes por el futbol".
- 118 "Nos gustan mucho las fiestas patrias!".
- 119 "Apechugadas".
- 120 "Apretados 😂".
- 121 "Flojos 🤪 y buenos pa mimir".
- 122 "Buenos pa la pelota".
- 123 "Somos alegres a pesar de los problemas".
- 124 "Entusiastas y positivos 😄".
- 125 "Achoclonados".
- 126 "Orgullosos de ser chilenos".
- 127 "Celebramos por todo".
- 128 "Carreteros, sobre todo si Chile gana un partido de fútbol".
- 129 "Buenos para condorearnos".
- 130 "Buenos para las parrilladas y las chelas".
- 131 "Chistosos".
- 132 "Buena onda con los amigos".
- 133 "Compartimos nuestros logros".
- 134 "Enamorados de nuestra tierra y paisajes".
- 135 "Tiraos pal dulce".
- 136 "Si nos molestamos, andamos con los monos todo el día jajaj".
- 137 "Mandamos a todos a la punta del cerro".
- 138 "Amantes de nuestro folclore y tradiciones".
- 139 "Con cuea llegamos a la hora xd".
- 140 "Ayudamos al que lo necesita".
- 141 "Felices y orgullosos de nuestra familia y amigos".

- 142 "Enojones".
- 143 "Patiperros".
- 145 "Sacamos los pillos".
- 146 "Gritones".
- 147 "Optimistas 😊".
- 147 "Rajones".
- 148 "Andamos siempre en patota".
- 149 "Nos gusta compartir con los compas y carretear".
- 150 "Celebramos por todo 🥳".
- 151 "Con los que he compartido son muy amistosos y amables".
- 152 "Siempre tenemos una excusa para todo".
- 153 "Generosos".
- 154 "Bondadosos, siempre alguien te va a tender la mano".
- 155 "Solidarios, nos comprometemos con el entorno".
- 156 "Disfrutamos cuando agarramos pal chuleteo".
- 157 "Si hay carrete vamos al toque".
- 158 "Apañadores".
- 159 "responsables con las obligaciones propias y de los que queremos".
- 160 "Poco avispaos".
- 161 "Somos secos".
- 162 "Esmerados en nuestro trabajo".
- 163 "Bacancitos".
- 164 "Damos la cara a los problemas y buscamos soluciones rápidas".
- 165 "No arrugamos fácil".
- 166 "Querendones".

Anexo nº3: entrevista a psicopedagogo.

Entrevista a Sebastián Torres Sánchez, Psicopedagogo (Tomé, Chile, 14 de enero de 2018).

1. ¿Cuál es la metodología que los profesores utilizan para difundir el conocimiento en las clases?

Para enseñar en los colegios los docentes usan la metodología de la Dinámica Pedagógica y la Metacognición con la que los estudiantes aprenden a aprender. Cada clase se divide en tres fases: inicio, desarrollo y cierre. En el inicio, en la fase del Aprendizaje Significativo, los estudiantes retoman los conocimientos que aprendieron en clases anteriores para poder introducir el nuevo conocimiento. Esta etapa es fundamental para motivar a los estudiantes y si el docente no logra captar la atención de ellos en esta fase, es muy difícil que logre despertar en los estudiantes el interés por continuar con la clase. Esto porque ellos tenderán entonces a distraerse con otras cosas y dejar completamente de lado los estudios. En la segunda fase, el Desarrollo, se plantean los objetivos y se ejecutan las actividades previamente analizadas por el profesor. Aquí es importante que el docente utilice un material en concreto (mejor si es didáctico) para que los alumnos y alumnas manipulen los elementos y los puedan relacionar fácilmente con los nuevos conocimientos que van a adquirir. En la tercera y última fase, la de cierre, es en donde se evalúa si se cumplió o no la Metacognición. En esta etapa es esencial la retroalimentación y la interacción directa con el alumno, a través de preguntas orales o test, ya que el profesor puede evaluar si los conocimientos fueron adquiridos o no y si las herramientas que este usó fueron o no suficientes.

2. ¿Cuál sería para usted la forma errónea de entregar el conocimiento?

Para mí la forma errónea de entregar conocimiento tiene relación directa con el desinterés del alumno por la materia o la clase en general. Lo que algunos docentes no potencian, por falta de experiencia (si son muy jóvenes) o desdén hacia un curso

en concreto, ya sea por algún problema puntual con un curso en específico (si el curso es demasiado desordenado, por ejemplo) es la etapa del inicio. La fase del Aprendizaje Significativo es crucial porque captas la atención del joven y si te la saltas, por el motivo que sea, es muy difícil continuar con la entrega de la información. Si el docente no deja claros los objetivos de la clase o si no los logra comunicar es imposible que el alumno los sepa, se motive a alcanzarlos y entienda finalmente de qué trata el desarrollo de la clase.

Otro error frecuente que se observa, principalmente en los profesores que llevan demasiados años enseñando de un modo en particular y no innovando en el método tradicional, por llamarlo de alguna manera, es la forzada inserción al Paradigma de Conducta. En este lo que se busca es que los estímulos tengan una respuesta en el receptor de forma prácticamente unilateral, no tomando en cuenta los procesos mentales individuales. De alguna manera este esquema condiciona al alumno a formar parte de un esquema formal de organización que no es variado. Este método de trabajo, al no considerar la diversidad del alumnado, todos ellos, en teoría, "aprenden" de la misma forma. Esto obliga a que los estudiantes desarrollen la idea de que deben obedecer a todo lo que el profesor les diga y, de pensar diferente, el trabajo estará mal y será incuestionablemente reprobado. El método tradicional de enseñanza, que no varía dependiendo de las necesidades de los estudiantes, tiende a ser monótono, también lo son las clases. También carece de material didáctico y por este motivo los alumnos y alumnas se aburren y no se interesan por las clases y el contenido de estas.

Pienso que el uso de herramientas tecnológicas también es crucial en una clase y es que los estudiantes interactúan diariamente con esta y, de no ser porque se les prohíbe el uso de los móviles en la clase, es probable también que este tendría más protagonismo que el propio profesor. La tecnología debe ser el soporte de una clase en estos días, ya que forma parte de la vida diaria de los alumnos y alumnas, pero no debe tener el protagonismo, sino más bien debe ser usada como una herramienta que facilita la difusión de ideas.

3. ¿Cuáles son las características principales del alumnado adolescente?

Los adolescente atraviesan la etapa más difícil, tanto para ellos como para el docente que debe entregar el conocimiento, pero también entender sus necesidades (personales y grupales). En esta etapa de sus vidas los estudiantes se preocupan mucho de su aspecto, de lo que los demás piensen de ellos y de la opinión generalizada que las otras personas, especialmente sus pares, puedan relacionar con ellos. En ese sentido puedo decir que los alumnos y alumnas adolescentes empiezan a marcar la diferencia con los demás, de diversas maneras, ya sea con manifestaciones extrovertidas o introvertidas, todo va a depender de su propia personalidad. De esa diferencia con los demás es que también se van agrupando con otros dependiendo de sus gustos o intereses y muchas veces se alejan de los demás compañeros. Es decir, los estudiantes que, cuando niños jugaban todos juntos, van cerrando y delimitando su círculo social.

La socialización es la que marca esta fase de la vida de los adolescentes, con esta van estrechando lazos de amistad y se van volviendo leales con sus cercanos. La búsqueda de la identidad se potencia en esta fase de la adolescencia porque las personas van buscando particularidades personales que los diferencian y a la vez les permiten revelar a los demás cuáles son esos elementos que los distinguen de otros. La conciencia social también se desarrolla con fuerza y los alumnos y alumnas suelen estar extremadamente pendientes y preocupados de las situaciones personales que experimentan y cómo estas pueden afectar en el entorno cercano, pero del entorno que ellos delimitaron. Por eso muchas veces los adolescentes se sumergen en sí mismos y no responden a las inquietudes de sus padres o profesores, porque en esta etapa parece que les interesa únicamente la percepción, las opiniones o las necesidades del grupo cercano que ellos mismos eligieron en concordancia con sus intereses y la identidad personal que desean construir, tanto para ellos como para la identificación de los demás.

4. ¿Las cualidades del alumnado adolescente se relacionan con la materia de los pueblos indígenas de Chile (concretamente con el arte)?

Pienso que el conocimiento de los pueblos indígenas chilenos es una materia que, lamentablemente, carece de relevancia para los planes educativos actuales. No es que se obvие, pero no se le da la importancia que merece y suele ser presentada como una materia superficial a la que no se le dedican demasiadas horas. De hecho, se presenta más bien como un tema optativo para el profesor que imparte la clase (principalmente en la asignatura de Historia y Geografía).

Creo que el impartir el tema de los pueblos indígenas de Chile en la etapa adolescente es trascendental desde la mirada del mismo alumno, ya que se vincula directamente con sus cualidades y la necesidad que tiene de buscar y estructurar su propia identidad. Si el estudiante desconoce este tema, es muy difícil que cuando mayor logre relacionar los pueblos indígenas con su propia identidad, personal y colectiva, ya que estará muy alejado de su cultura o incluso su cosmovisión. El alumno entonces, si no adquiere este conocimiento cuando es estudiante es posible que no lo considere como parte de los elementos que constituyen su personalidad y acervo cultural. Lo que no quiere decir que no le interese, sino simplemente que no contará con las herramientas académicas para conocer el tema y hacerlo parte de sí. En ese aspecto se puede decir que, si el adolescente no se interesa es porque no se enteró de la existencia, en este caso, del arte de los pueblos indígenas chilenos.

Al estudiante adolescente le gusta también ser distinto a los demás y marcar la diferencia, en ese sentido creo que el arte de los pueblos indígenas sería una excelente oportunidad para incorporar a su estilo de vida los elementos visuales de sus antepasados. Además, el adolescente es curioso y le interesa saber de dónde viene, para definir también qué camino quiere tomar en la vida. El conocer el pasado histórico te permite eso y también potenciar lo que eres, como individuo y como ser social.

Anexo n°4: mapa de trayectoria.

Mapa de trayectoria de un usuario del público objetivo (joven de 15 años, de Concepción, Chile).

Día	Actividades Mañana	Actividades Tarde	Actividades Noche
1	<p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Al despertar usa su teléfono. -Revisa sus redes sociales. -Desayuna con su familia. -Utiliza el teléfono, pero también conversa con los demás. -Revisa Instagram principalmente. <p>Trayecto casa-colegio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Viaja en el autobús. Escucha música. -Juega en el teléfono. <p>En el colegio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se junta con sus compañeros en el pasillo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Almuerza con sus compañeros en el colegio. -Se queda en el colegio para actividades de basquetbol. <p>Trayecto colegio-casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Usa el móvil. -Escucha música con audífonos. -Mira videos en YouTube. -Usa Instagram. <p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Almuerza con su madre y su padre. -Revisa su teléfono mientras come. -Toma una siesta corta. -Hace los deberes durante 2 horas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cena junto a su familia. -Juega en la computadora. -Se conecta con sus amigos. -Se acuesta y utiliza el teléfono. -Revisa sus redes sociales.

	<ul style="list-style-type: none"> -En clases pone atención a lo que dice el profesor. -Conversa con sus compañeros sobre temas de su interés. -Analiza juegos con sus amigos. -Revisa Instagram. -Durante el recreo compra algo para comer y comparte con sus compañeros. 		
2	<p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Al despertar utiliza su teléfono. -Revisa sus redes sociales. -Desayuna con su madre. -Utiliza el teléfono, pero también conversa con su madre. -Revisa juegos en el teléfono. <p>Trayecto casa-colegio:</p>	<p>Trayecto colegio-casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Viaja a casa con un compañero. -Conversa todo el trayecto. <p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Almuerza con toda su familia. -Revisa su teléfono. -Toma una siesta corta. -Juega en la computadora y se conecta con sus amigos. -Estudia 2 horas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cena solo. -Hace algunos deberes del colegio. -Revisa continuamente el teléfono. -Envía mensajes a sus amigos. -Se acuesta y utiliza el teléfono. -Revisa sus redes sociales.

	<p>-Viaja en el autobús junto a sus hermanas.</p> <p>-Escucha música.</p> <p>-Utiliza el teléfono, pero también conversa con sus hermanas.</p> <p>En el colegio:</p> <p>-Se junta con sus compañeros en el patio.</p> <p>-Pone atención a la clase.</p> <p>-Conversa con sus compañeros que lo rodean.</p> <p>-Utiliza el móvil.</p> <p>- Durante el recreo va a la biblioteca y conversa con sus amigos.</p> <p>-Interactúa con la gran mayoría sus compañeros de curso y de otros cursos.</p>		
3	<p>En casa:</p> <p>-Al despertar usa su teléfono.</p> <p>-Revisa sus redes sociales.</p>	<p>-Almuerza con sus compañeros en el colegio.</p> <p>-Se queda en el colegio para asistir a</p>	<p>-Cena junto a su familia.</p> <p>-Juega en la computadora. Se conecta con sus amigos.</p>

	<p>-Desayuna con su familia.</p> <p>-Utiliza el teléfono, pero también conversa con los demás.</p> <p>-En su teléfono mira memes.</p> <p>Trayecto casa-colegio:</p> <p>-Viaja en el autobús junto a sus hermanas.</p> <p>-Escucha música.</p> <p>-Conversa un poco con sus hermanas.</p> <p>En el colegio:</p> <p>-Se junta con sus compañeros en el pasillo.</p> <p>-En las horas de clase conversa con sus compañeros que lo rodean.</p> <p>-Utiliza el móvil.</p> <p>-Pone atención a la clase.</p> <p>-En el recreo interactúa con la gran mayoría sus</p>	<p>las actividades de robótica.</p> <p>Trayecto colegio-casa:</p> <p>-Utiliza el móvil.</p> <p>-Escucha música.</p> <p>-Mira videos en YouTube.</p> <p>-Revisa Instagram.</p> <p>En casa:</p> <p>-Hace los deberes durante 1 hora.</p>	<p>-Se acuesta y usa el teléfono.</p> <p>-Revisa sus redes sociales.</p>
--	--	--	--

	compañeros, de su curso y de otros.		
4	<p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Al despertar usa su teléfono. -Revisa sus redes sociales. -Desayuna con su madre y su padre. -En su teléfono mira memes. <p>Trayecto casa-colegio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Viaja con su padre en automóvil. -Escucha música. -Conversa un poco con su padre. -Revisa su teléfono. <p>En el colegio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se junta con sus compañeros en el pasillo. -En horas de clases habla de los programas de la TV. 	<p>Trayecto casa-colegio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Viaja a casa con una de sus hermanas. -Utiliza el móvil, pero también conversa. -Escucha música con audífonos. -Usa Instagram. <p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Almuerza con toda su familia. -Toma una siesta corta. -Hace las tareas durante 1 hora. -Revisa continuamente el teléfono. -Estudia 2 horas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cena junto a su familia. -Hace algunos deberes del colegio. -Revisa continuamente el teléfono. -Envía mensajes a sus amigos. -Se acuesta y utiliza el teléfono. -Revisa sus redes sociales.

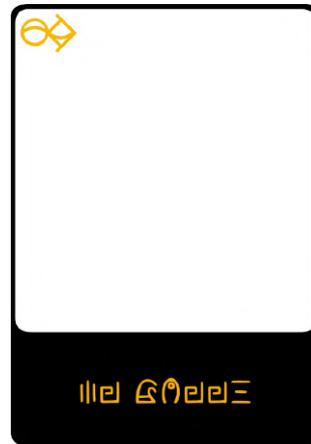
	<ul style="list-style-type: none"> -Conversa más con su compañero de asiento. -En el recreo compra algo para comer y comparte con sus compañeros. -Interactúa con la gran mayoría sus compañeros de curso y de otros cursos. 		
5	<p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Al despertar utiliza su teléfono. -Revisa sus redes sociales. -Desayuna con su madre y su padre. -En su teléfono revisa Instagram principalmente. -Mira la TV. <p>Trayecto casa-colegio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Viaja en el autobús. -Escucha música. -Revisa el teléfono. -Descarga memes. <p>En el colegio:</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Almuerza con sus compañeros. <p>Trayecto colegio-casa de compañero del colegio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Viaja a casa de un compañero junto a otros jóvenes del colegio. -Conversan todo el trayecto. <p>En casa de su compañero de colegio:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Juegan videojuegos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cena con sus compañeros. -Juegan videojuegos. -Se queda con sus amigos hasta día siguiente.

	<ul style="list-style-type: none"> -Se junta con sus compañeros en la sala de clases. - En las horas de clase presta atención al profesor. -Conversa con sus compañeros. - Durante el recreo se estudia junto a sus compañeros porque tiene examen. 		
6	<p>Trayecto casa de compañero a su casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Viaja en el autobús. -Escucha música. <p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desayuna con su familia. -Interactúa con su familia. -Mira la TV. 	<ul style="list-style-type: none"> -Almuerza con toda su familia. -Juega en la computadora. -Se conecta con sus amigos. -Envía mensajes por el teléfono. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cena junto a su familia. -Juega en la computadora y se conecta con sus amigos hasta tarde.

7	<p>En casa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -No desayuna. -Revisa su teléfono. -Pasea en bicicleta con sus amigos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Almuerza en familia en un restaurante. -Pasea con su familia. -En casa estudia y hace los deberes del colegio. -Juega en la computadora. 	<ul style="list-style-type: none"> -Cena junto a su familia. -Revisa el teléfono. -Se acuesta temprano. -Revisa sus redes sociales.
---	---	--	---

Anexo n°5: tarjetas de las categorías sujeto, característica, acción y situación.

1. Sujeto



1. Sujeto

☞

|||리 ◊삼◊삼◊삼리◊삼

☞

리() ◊삼()리()

☞

|||리 삼()리()삼|||

☞

|||리 삼()삼()삼()리()

☞

|||리 삼()삼()삼()

☞

|||리 ◊()삼()삼()

1. Sujeto

⊕

||| ၁၂၃၄၅၆၇၈၉

⊕

||| ၁၂၃၄၅

⊕

||| ၁၂၃၄၅၆၇၈

⊕

||| ၁၂၃၄၅၆

⊕

၁၂၃ ၄၅၆၇၈၉

⊕

||| ၁၂၃၄၅၆၇၈၉

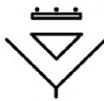
2. Característica: Animada



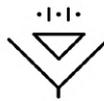
၀၀၀
၀၀၀



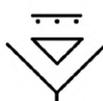
၀၀၀
၀၀၀



၀၀၀
၀၀၀



၀၀၀
၀၀၀

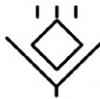


၀၀၀
၀၀၀

2. Característica: Maliciosa



◆ ግብፃ ጽሑፍ



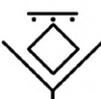
◆ ልዩ ጽሑፍ



◆ ግብፃ ጽሑፍ

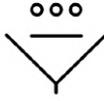


◆ ልዩ ጽሑፍ

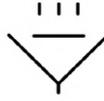


◆ ግብፃ ጽሑፍ

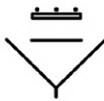
2. Característica: Desidiosa



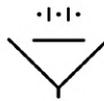
ᠬᠤᠰᠢ ᠰᠢᠰᠢ



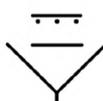
ᠳᠠᠳᠤ ᠳᠠᠳᠤ ᠳᠠᠳᠤ



ᠳᠠᠳᠤ ᠳᠠᠳᠤ ᠳᠠᠳᠤ



ᠳᠠᠳᠤ ᠳᠠᠳᠤ ᠳᠠᠳᠤ

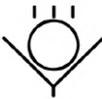


ᠳᠠᠳᠤ ᠳᠠᠳᠤ ᠳᠠᠳᠤ

2. Característica: Torpe



ᑭᑦᑭᑦᑭᑦᑭᑦ



ᑭᑦᑭᑦᑭᑦᑭᑦ



ᑭᑦᑭᑦᑭᑦᑭᑦ

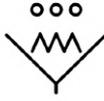


ᑭᑦᑭᑦᑭᑦᑭᑦ



ᑭᑦᑭᑦᑭᑦᑭᑦ

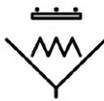
2. Característica: Irritable



⦿ Δ 三 𐄂



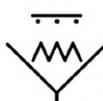
⦿ 𐄂 𐄂 𐄂 𐄂 𐄂



𐄂 𐄂 𐄂 𐄂 𐄂 𐄂

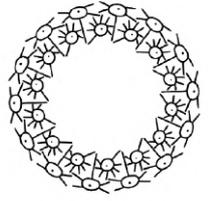


⦿ Δ 𐄂 𐄂



⦿ 𐄂 𐄂 𐄂 𐄂 𐄂

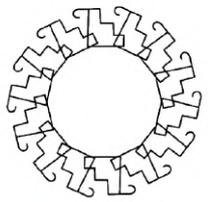
3. Acción

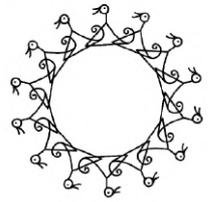
၇၈၇၇၇ ၄၃၈၈ ၉၃၄
 ၈၃၃၃၃၃၃၃



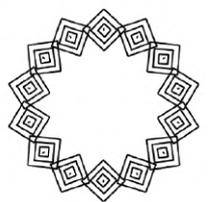

၃၇၉၉၃ ၉၇
 ၄၇၄၇

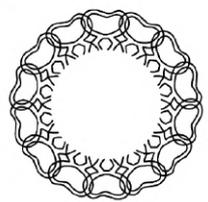
၈၃၈၈၈ ၃၇၃၇

၄၇၄၃ ၄၈၃၉၇

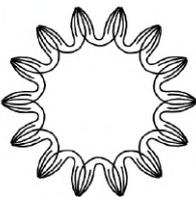
၉၃ ၄၇၄၃
 ၄၇၈၄၃

၄၈၈ ၈၈၃၃ ၇၉
 ၇၃၉၄၈

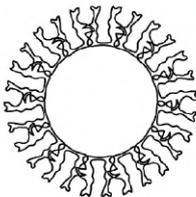
3. Acción

∞



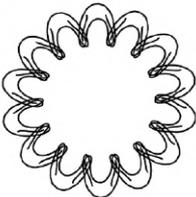
◆|| ◆△◆◆
 |||□|||◆

∞



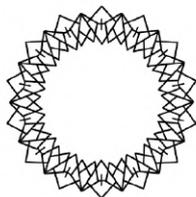
〇□□ 〇◆三□ 〇三
 ◆三三三◆

∞



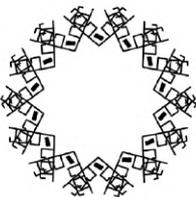
◆|| 〇 ◆◆◆◆◆◆◆◆

∞



〇□□ 〇◆三□ 〇三
 ◆◆◆◆

∞



〇◆||◆◆◆◆

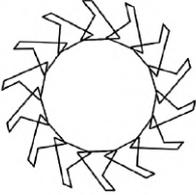
∞



◆|| ◆◆◆◆◆◆◆◆ 〇三
 ◆三◆◆

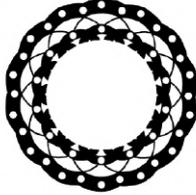
3. Acción

∞



卍 卍 卍 卍 卍

∞



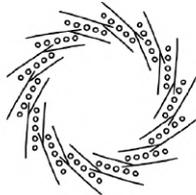
卍 卍 卍 卍 卍
卍 卍 卍 卍 卍

∞



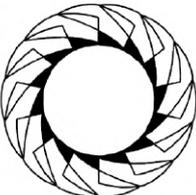
卍 卍 卍 卍 卍

∞



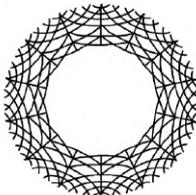
卍 卍 卍 卍 卍
卍 卍 卍 卍 卍

∞



卍 卍 卍 卍 卍
卍 卍 卍 卍 卍

∞



卍 卍 卍 卍 卍
卍 卍 卍 卍 卍

4. Situación

၇ နှစ်ပတ်လည်
 နှစ်ပတ်လည်
 ၈ ပတ်လည်ပတ်

၈ ပတ်လည်
 ပတ်လည်ပတ်

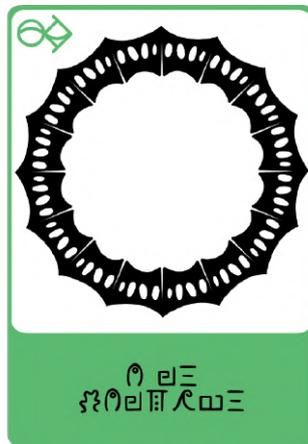
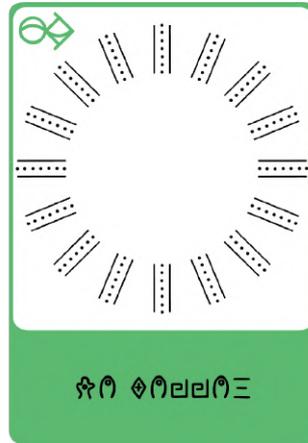
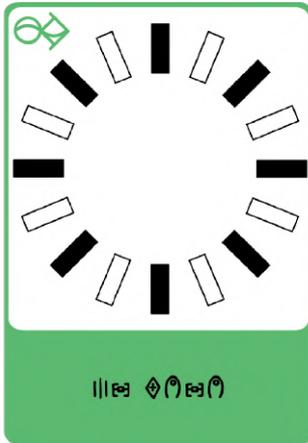
၇ ပတ်လည်
 ၈ ပတ်လည်

၇ ပတ်လည်
 ပတ်လည်ပတ်

၇ ပတ်လည်
 ပတ်လည်ပတ်

၇ ပတ်လည်
 ပတ်လည်ပတ်

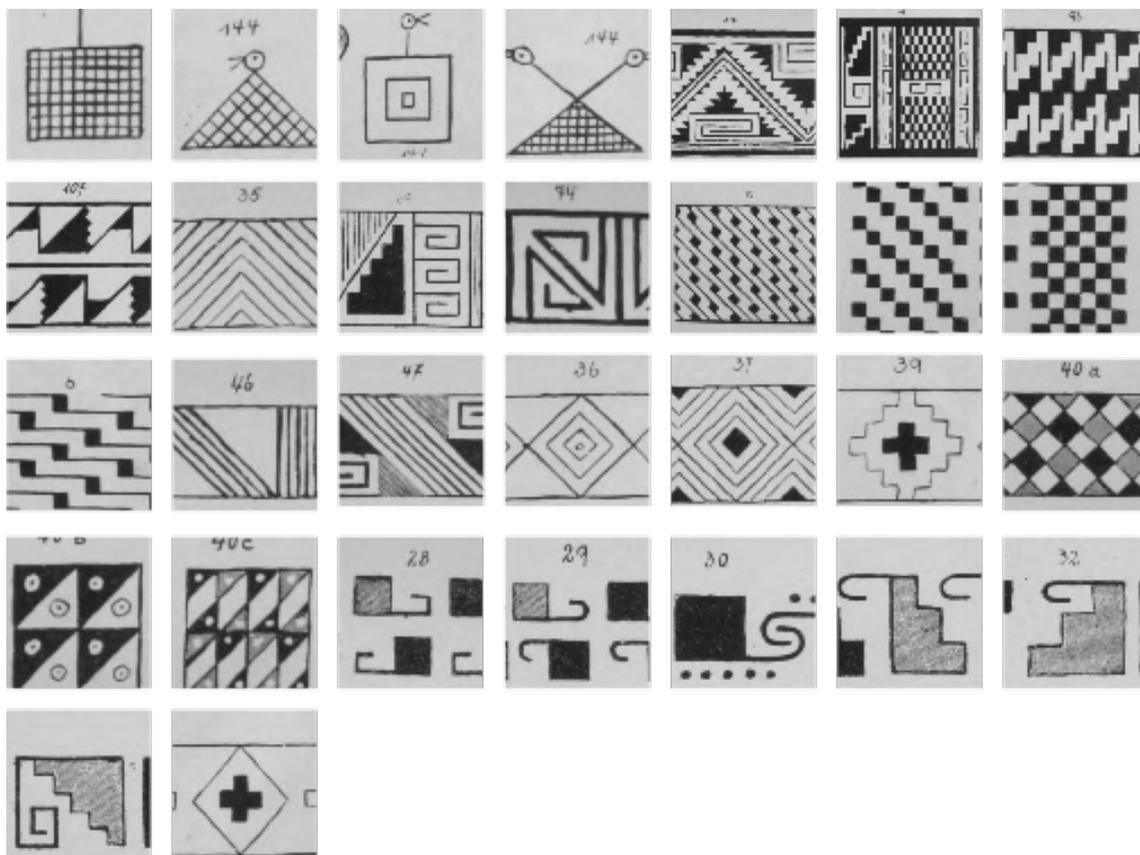
4. Situación



Anexo nº6: clasificación de diseños indígenas según el modelo de clasificación.

Diaguita:

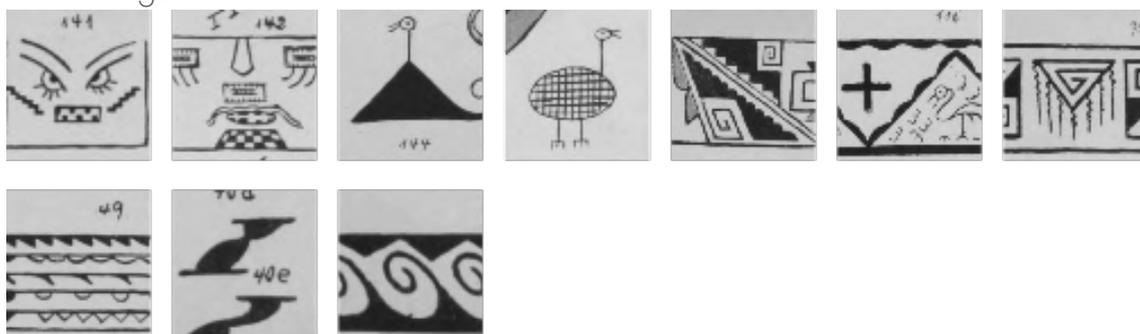
Forma geométrica.



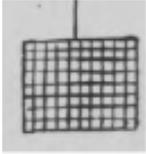
Forma orgánica.



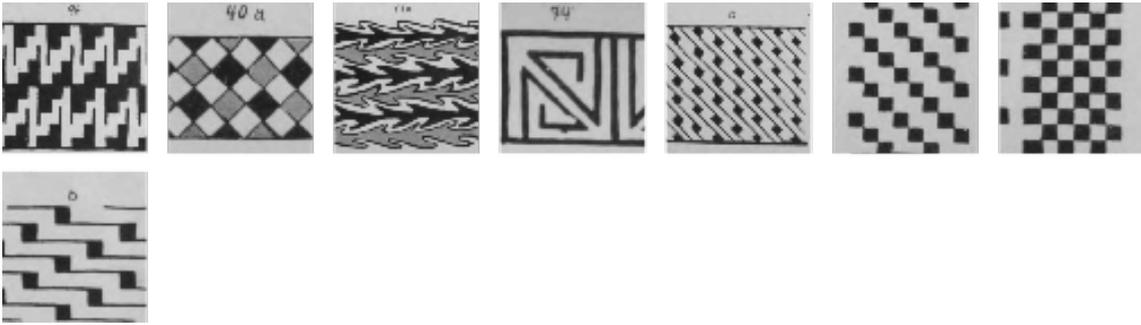
Forma irregular.



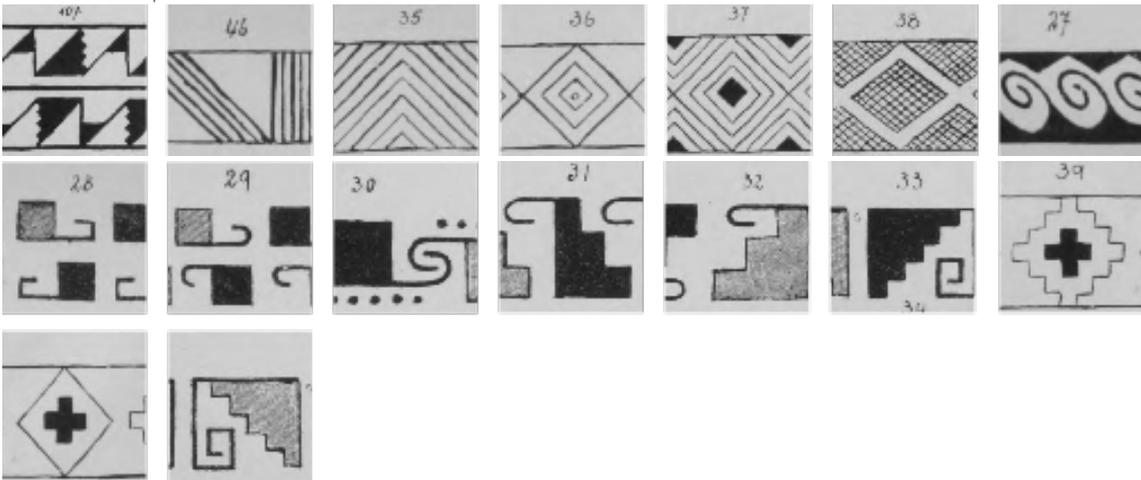
Forma simple.



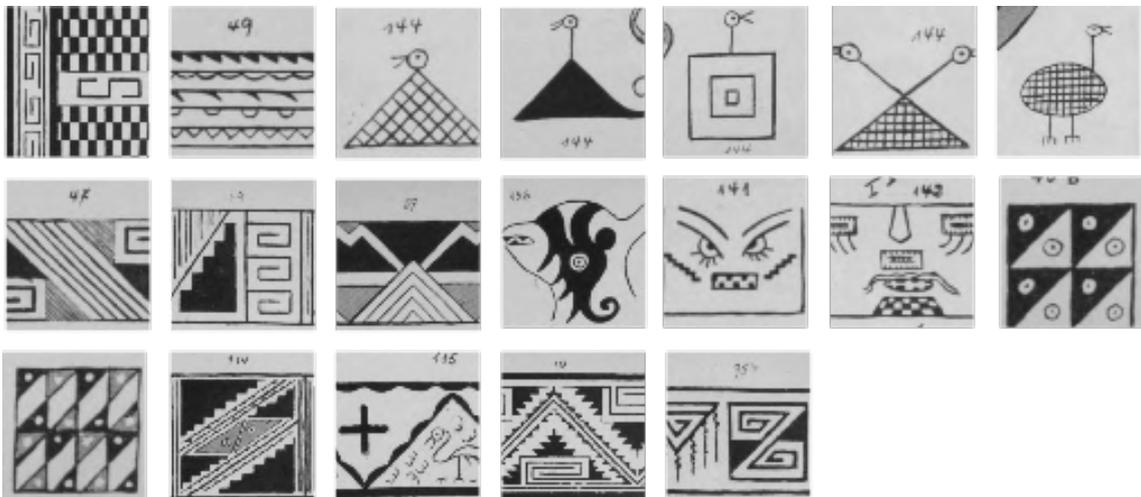
Forma múltiple.



Forma compuesta.

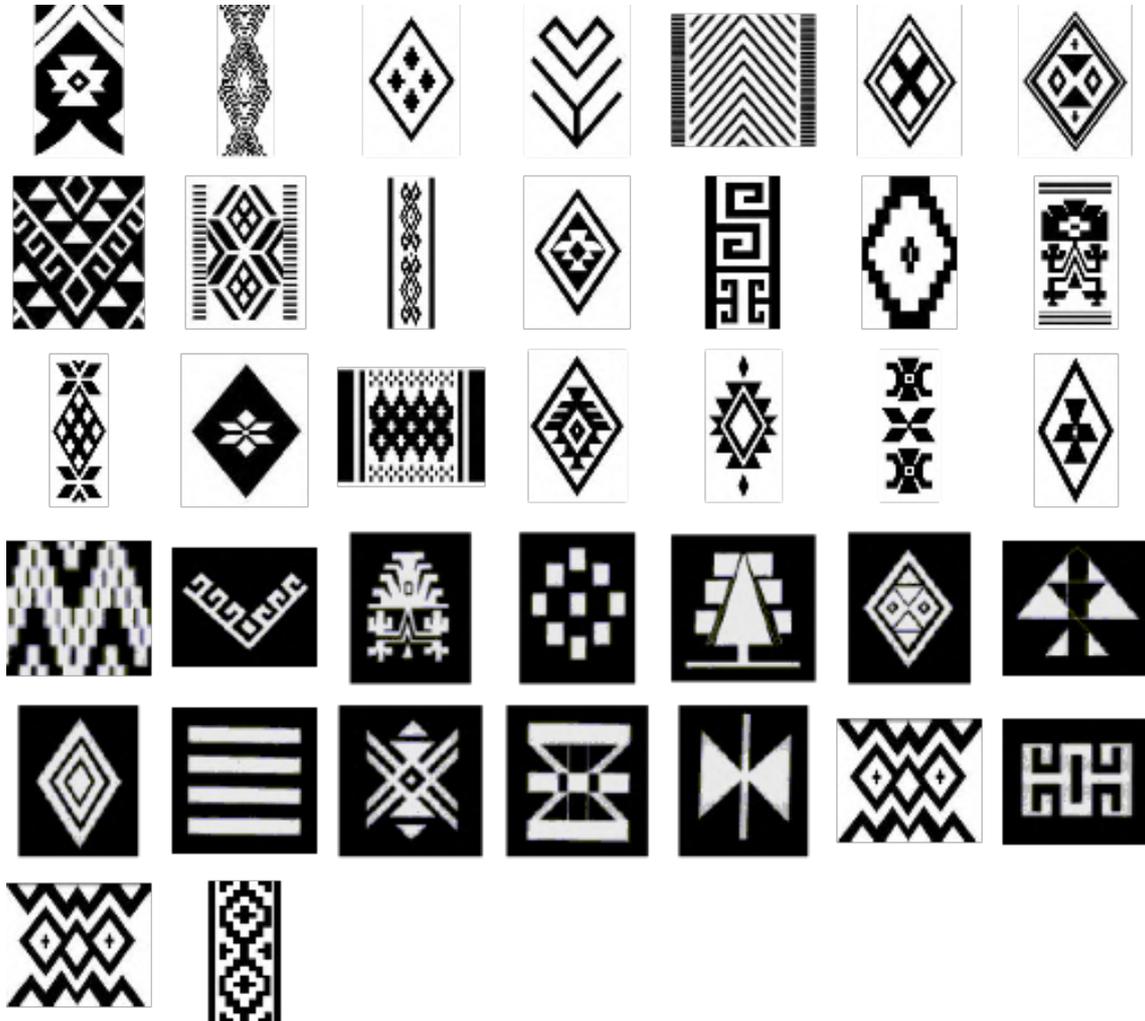


Forma estructurada.



Mapuche:

Forma geométrica.



Forma orgánica.

Forma rectilínea.

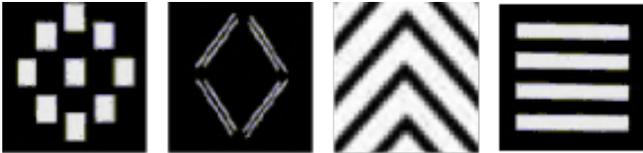


Forma irregular.

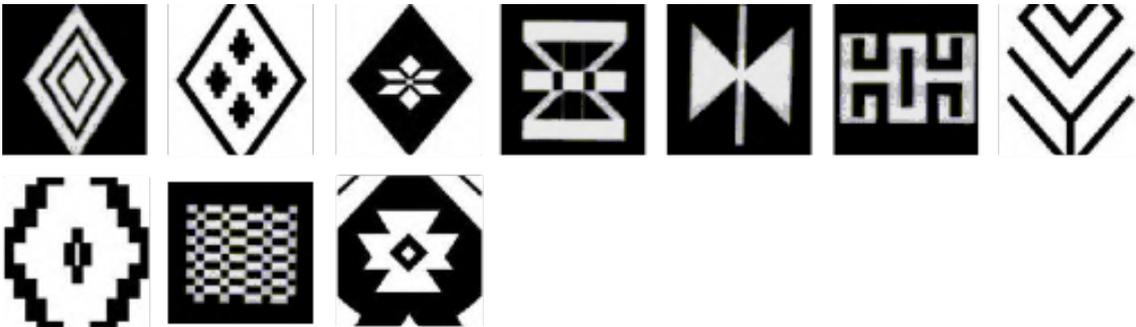
Forma simple.



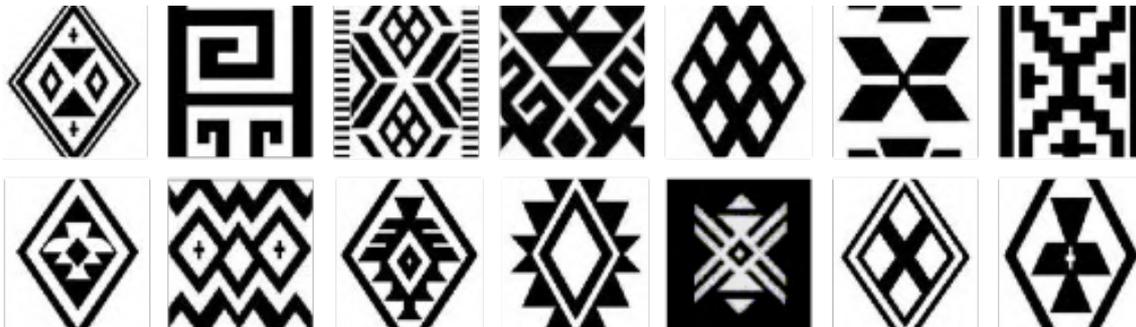
Forma múltiple.



Forma compuesta.



Forma estructurada.

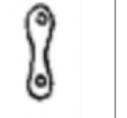
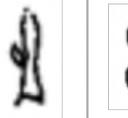
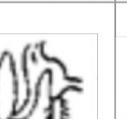
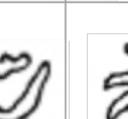
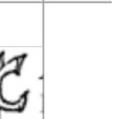
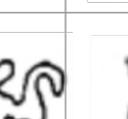
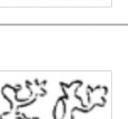
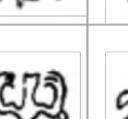
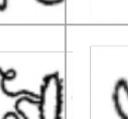
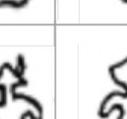
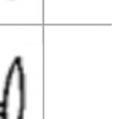
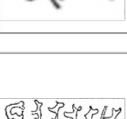
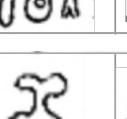
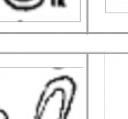
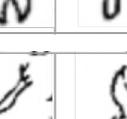
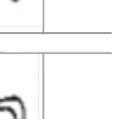
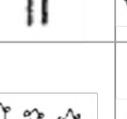
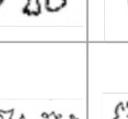
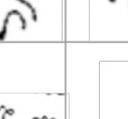
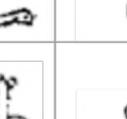
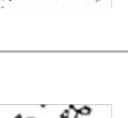
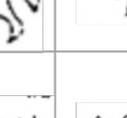
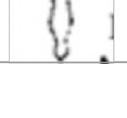
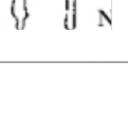
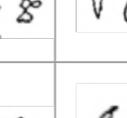
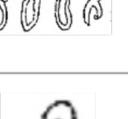
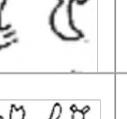
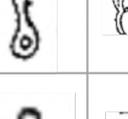
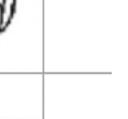
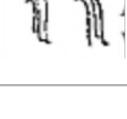
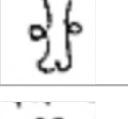
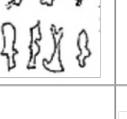
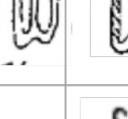
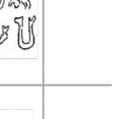
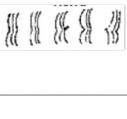
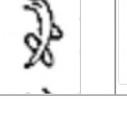
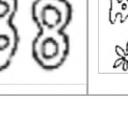
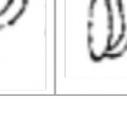


Rapanui:

Forma geométrica.

Forma orgánica.



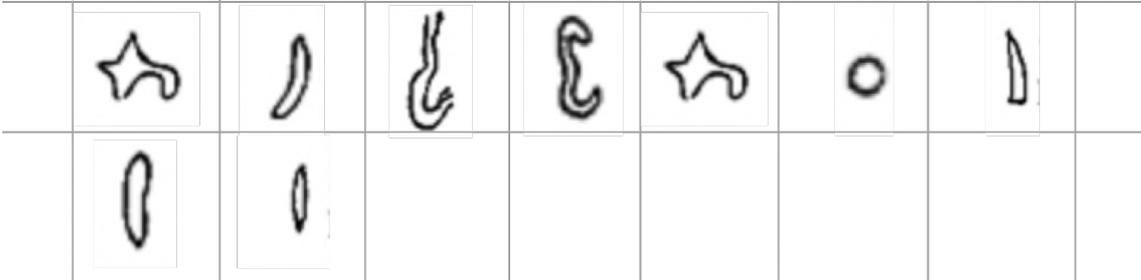
						
						
						
						
						
						
						
						
						
						
						
						
						



Forma irregular.



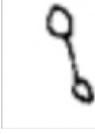
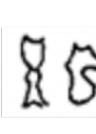
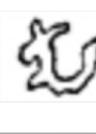
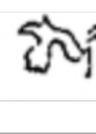
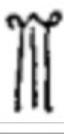
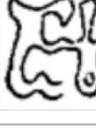
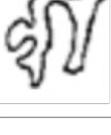
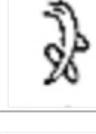
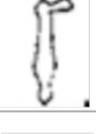
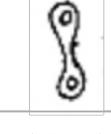
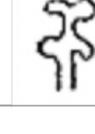
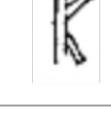
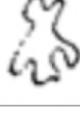
Forma simple



Forma múltiple.

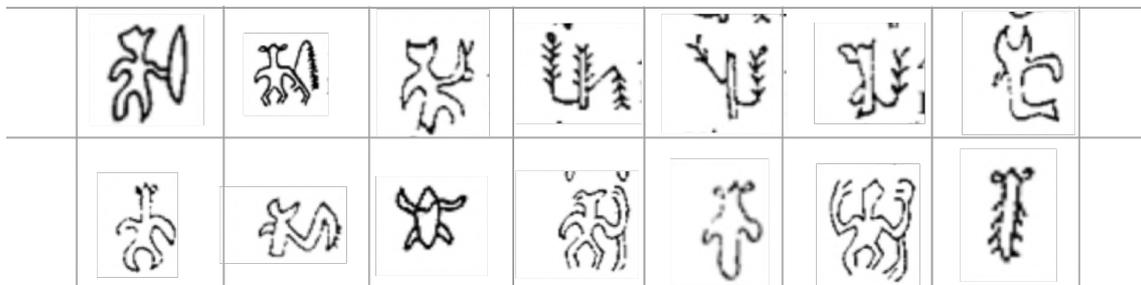


Forma compuesta.



Forma estructurada.



Selk'nam:

Forma geométrica.

Forma orgánica.

Forma rectilínea.

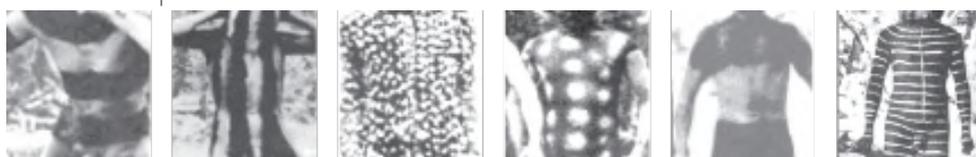


Forma irregular.



Forma simple.

Forma múltiple.



Forma compuesta.



Forma estructurada.

Anexo n°7: iteración - ideas para el proyecto.

Para materializar el proyecto comenzamos con una lluvia de ideas, siempre con el objetivo de crear símbolos en base a los diseños indígenas y relacionarlos con la identidad chilena. Comenzamos teniendo pendiente también la idea de que una vez que los símbolos se rediseñaran, estos se agruparían en estructuras concretas que serían ordenadas en base a características propias de cada pueblo indígena y las particularidades generales de la sociedad chilena actual (obtenidas como resultado de la investigación). Esta idea comenzó a ser el punto de partida del proyecto y una parte esencial que se reflejaría en el resultado final.

Se tuvo siempre presente que la investigación se materializaría a través de una actividad interactiva en la que el público objetivo pudiera identificar sus preferencias, gustos y personalidad. Intentamos realizar una actividad que transmitiera el conocimiento de manera lúdica, involucrando al grupo objetivo. Teniendo en consideración el análisis expuesto se organizó la primera idea que consistió en crear grupos definidos de signos indígenas, diferentes unos de los otros (pues cada uno tendría un diseño particular) para que el usuario se reflejara en uno de ellos. Es decir, la idea fue que el usuario sintiera afinidad o reconocimiento por un grupo determinado, de acuerdo con sus gustos o personalidad y, de este modo, se agruparía a cada participante en una categoría en particular.

Con este plan de diseño se pensó que cada participante reflexionaría sobre sí mismo y se representaría con un símbolo característico de su propio yo, conociendo al mismo tiempo la compatibilidad e incompatibilidad que pudiera surgir con los otros grupos de usuarios. En otras palabras, se crearían grupos de clasificación para que cada persona se sintiera identificada con los diferentes símbolos que podrían representarlo.

En ese sentido, el símbolo con el que se clasificaría el usuario sería tan propio que el proyecto, en un comienzo, pretendía materializar dicha relación con un distintivo que el usuario pudiera exteriorizar con facilidad. Es decir, la persona mostraría la categoría a la que pertenecería para que las demás personas supieran cómo era, sin necesidad de

tener un contacto directo. Dicho distintivo, hipotéticamente, se podría utilizar incluso para ser incorporado como información personal en un *curriculum vitae* o para clasificar a alguien según su tipo de sangre, por ejemplo. La mencionada materialización de la categoría tendría que, además de ser visible, ser extremadamente cotidiana. En ese sentido se pensó en utilizar, por ejemplo, un pin o un código y que se llevara consigo siempre. En este punto decidimos cambiar la orientación del proyecto porque creando este tipo de categorías finalmente la actividad tendía a separar a las personas en vez de unirlos. La idea no era crear grupos que definieran a las personas según sus rasgos característicos porque, finalmente, si teóricamente el proyecto se ponía en marcha, se discriminaría o rechazaría a una persona sin conocerla, creándose concepciones premeditadas de estas. Lo anterior igualmente obligaría a los participantes a compatibilizar forzosamente con ciertas categorías por necesidad de acercarse a un grupo "más atractivo".

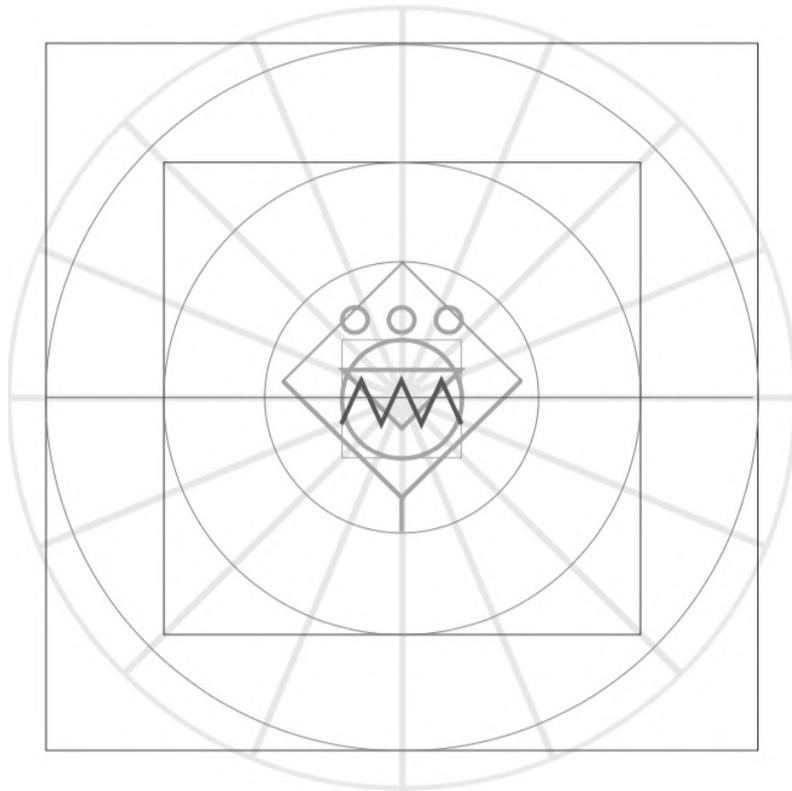
Otra idea estuvo relacionada con el abecedario que posteriormente decidimos incorporar al proyecto final. En esta propuesta pensamos en incluir únicamente la jerga chilena en el diseño del proyecto final, ya que es una parte que distingue a los chilenos en términos de identidad. La idea surgió de la misma definición de lo que es la cultura e identidad de un grupo específico, en este caso en particular los jóvenes chilenos. Esto debido a que dicho grupo, y los chilenos en general, utilizan palabras o frases creadas por ellos mismos y que configuran actualmente una jerga muy particular y que sirve para expresar ideas, emociones, situaciones o contextos determinados. La jerga chilena, un elemento muy propio de la raigambre cultural del país, en un inicio no se le había considerado por ser cotidiano, tanto así que, de hecho, lo habíamos normalizado por completo.

Consideramos entonces continuar con esa línea de trabajo, para dar a conocer los símbolos originales de los pueblos indígenas pero unido a otros elementos culturales chilenos. Después de analizar esta propuesta de diseño, optamos por seguir iterando, sin rechazar la idea completamente. Sin embargo, evaluamos que a esta idea aún le faltaba incluir más aspectos de la identidad chilena, por lo que decidimos repensar el

proyecto. El abecedario sería entonces el inicio de lo que poco a poco nos ayudaría a crear una propuesta definitiva.

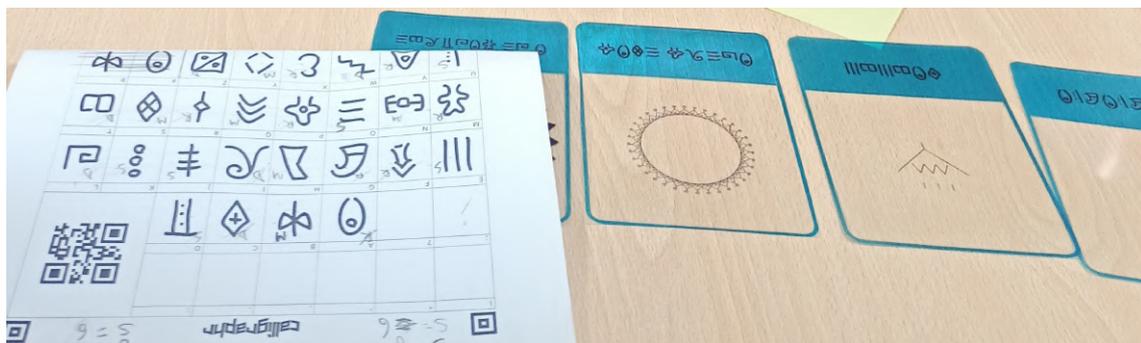
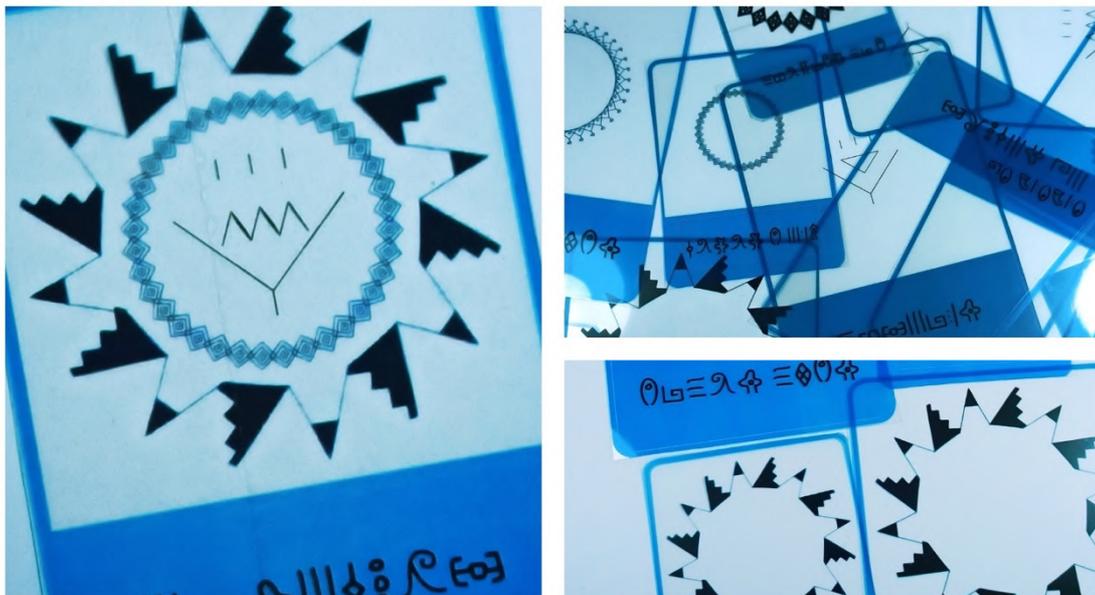
Anexo n°8: desarrollo del proceso

A continuación, explicamos el proceso de diseño de las tarjetas, que se encuentra en la etapa de Prototipar del Design Thinking. En primer lugar, realizamos prototipos con diseños digitalizados en base a la retícula estructural y sobre la que se incorporan los elementos que componen la tarjeta. Estos elementos son simples para hacer más visibles los diseños de los símbolos basados en la gráfica indígena. En las siguientes figuras presentamos la retícula y la confección de los primeros y diferentes bocetos a lápiz:

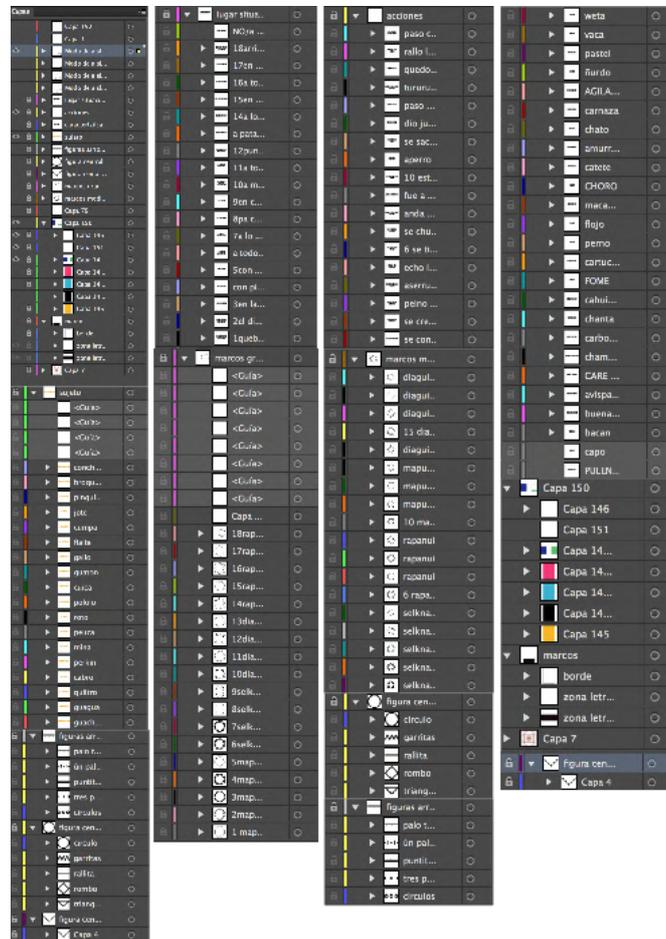


a identificar los diseños originales. También nos dimos cuenta de que, sobre todo en los símbolos que formaban un círculo, era mejor mostrar menos cantidad de información gráfica que conformaba el entramado. De esta manera, al aumentar el tamaño de las tarjetas, estos símbolos se podrían ver también más grandes y visibles. Por todos estos motivos, nos decidimos por rehacer individualmente cada uno de los diseños de manera digital y volvimos a imprimirlos para comprobar los tamaños. Como el material transparente sí funcionó, continuamos testeando con el mismo.

Otro detalle del que nos percatamos fue que, en un principio todas las tarjetas eran del mismo color (celeste), pero al interactuar con el usuario nos dimos cuenta de que los grupos de tarjetas se mezclaban con mucha facilidad, por ello dividimos cada conjunto en cuatro colores: negro, celeste, rosa y verde. Esto nos permitió también identificar rápidamente las categorías.



A continuación, presentamos igualmente y de manera esquemática el orden de cada elemento ubicado en las diferentes capas en el programa *In Design* para crear cada uno de los diseños que aparecen en las diferentes tarjetas:



Como podemos observar en la imagen, hay una gran cantidad de capas. Esto porque cada tarjeta tiene diferentes elementos que la componen y muchos de estos se repiten. Por ese motivo fue más conveniente crear todo en un solo documento pues la información se podía ir contrastando inmediatamente. También hay elementos que se diferencian por grupos como sucede, por ejemplo, con los colores y otras partes que son propias de cada grupo. Por ese motivo se obtuvo un archivo con gran cantidad de capas que poseen un orden preciso y que se puede también ir desactivando o activando para visualizar el detalle de cada una ellas.

Epílogo.

El arte de los pueblos indígenas de Chile y su actualización con elementos contemporáneos afines a un usuario joven es un trabajo atractivo que despierta el interés de este por aprender sobre su pasado histórico. Esta memoria significa un primer acercamiento directo entre nuestra temática, el nuevo conocimiento y los jóvenes chilenos, quienes a través de experiencia y la interacción con la herencia cultural de los antepasados chilenos, aseguraron sentirse atraídos por el contenido y el proyecto en general. El proyecto de diseño significa entonces más que una instancia en la que se difunden los símbolos indígenas Mapuche, Rapanui, Selknam y Diaguita, pues es un encuentro participativo en el que la comunicación entre usuario contemporáneo y conocimiento histórico pasado se conectan, reforzando al mismo tiempo la identidad cultural de los involucrados.

El juego de cartas Legados materializa un estudio meticuloso de los símbolos indígenas chilenos y su actualización con herramientas propias del diseño gráfico. El juego es una estrategia comunicativa y participativa con la que se propaga la información a un usuario que no tenía conocimiento sobre la temática. Dicha estrategia participativa, que intenta ser lo menos “casi participativa” posible, hizo despertar en el usuario su curiosidad por los indígenas y su arte, pero también por reflexionar más sobre su propia identidad y los elementos culturales que definen a su sociedad y la hacen única. En las Figuras 129, 130 y 131 podemos observar tres encuentros más del usuario con Legados que se organizaron después de la reunión descrita en el apartado de Legados y Jugabilidad del capítulo 4. En las mencionadas instancias de encuentro participaron un total de 25 jóvenes chilenos (11 jóvenes en el segundo encuentro, 8 en el tercer encuentro y 6 en el cuarto encuentro) de la ciudad de Concepción, Chile, y que fueron observados desde Barcelona gracias a las plataformas virtuales.



Figura 129. Jóvenes chilenos jugando Legados.
Fuente: Elaboración propia.



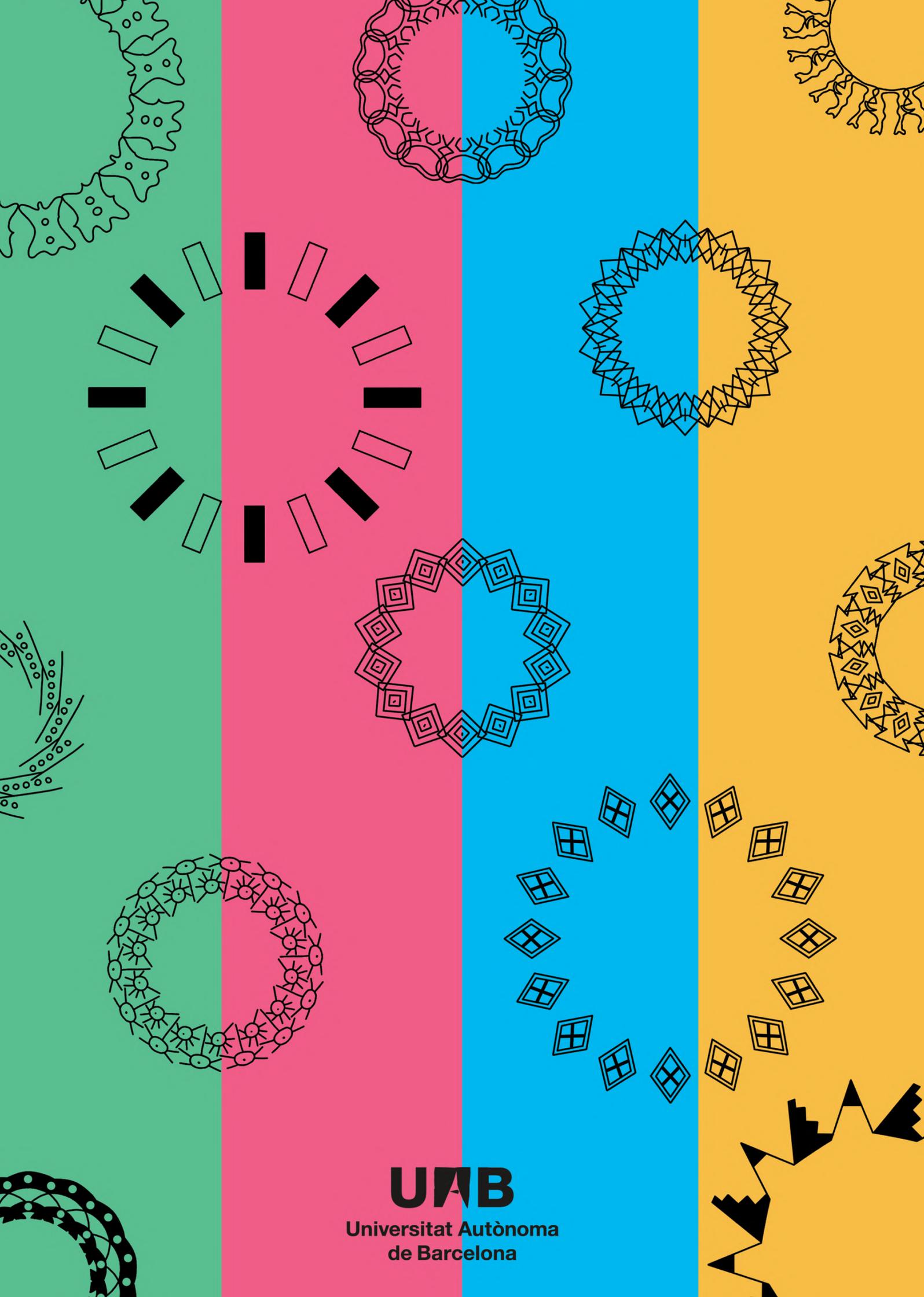
Figura 130. Jóvenes chilenos jugando Legados en el parque.
Fuente: Elaboración propia.



Figura 131. Jóvenes chilenos reunidos para jugar Legados.
Fuente: Elaboración propia.

Las opiniones positivas que obtuvimos de los usuarios que participaron nos hace pensar que este trabajo debe continuar en un futuro entregando conocimiento sobre los nuevos diseños indígenas vinculados con la identidad chilena. En otras palabras, la buena recepción en los jóvenes y sus opiniones sobre el arte indígena, su identidad y el juego en general (contenido, estructura, morfología y diseño) significa para nosotros una oportunidad para seguir expandiendo esta estrategia comunicativa a

más usuarios y en diversos espacios educativos, pues existe el interés del usuario por aprender más sobre la temática a través de esta práctica de diseño. Los resultados obtenidos con la experiencia de diseño (desde su ideación, desarrolló y puesta en marcha) nos lleva a reflexionar igualmente sobre la importancia y responsabilidad que tenemos como profesionales de diseño de utilizar las herramientas y metodologías propias de la disciplina (y que podemos perfectamente combinar con las de otras áreas del conocimiento, tal y como ha quedado demostrado) para crear espacios participativos afines con el usuario y en los que este interactúe libremente con el conocimiento que se quiere transmitir.



UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona