



POLÍTICA DE FOMENTO DEL DISEÑO



2017-2022





POLÍTICA DE FOMENTO DEL DISEÑO



2017-2022





Ministro Presidente Ernesto Ottone Ramírez

Subdirectora Nacional Ana Tironi Barrios

Jefa del Departamento de Fomento de la Cultura y las Artes Claudia Gutiérrez Carrosa

Jefa del Departamento de Estudios Constanza Symmes Coll

Jefe del Departamento de Planificación y Presupuesto Eduardo Oyarzún Figueroa

Jefe del Departamento de Comunicaciones José Andrés Alvarado González

Jefa de Gabinete Ministro Fernanda Castillo Ruiz

Directorio Nacional

María Inés De Ferrari Zaldívar

Patricio Powell Osorio

Jaime Espinosa Araya

Óscar Acuña Poblete

Gustavo Meza Wevar

Magdalena Pereira Campos

Carlos Aldunate Del Solar

Arturo Navarro Ceardi

Ana María Egaña Baraona

Sebastián Gray Avins

Departamento de Fomento de la Cultura y Las Artes

Sebastián Urrutia Delgado

Área de Diseño del Departamento de Fomento de la Cultura y las Artes

Trinidad Guzmán Herrera

Departamento de Estudios

María Alejandra Aspillaga Fariña

Ada Guzmán Riquelme

Diego Moulian Munizaga

Lorena Berríos Muñoz

Marcela Jiménez Rosende

Claudia Guzmán Mattos

Departamento de Comunicaciones

Soledad Poirot Oliva

Aldo Guajardo Salinas

Tal Pinto Panzer

Gabinete de Ministro

Tania Salazar Maestri

Teresita Chubretovic Arnaiz

Sistematización y diagnóstico

Manuel Figueroa Aguilera

Comité Técnico Político

Katherine Mollenhauer

José Luis Bayer

Gonzalo Aranda Toro

Agradecimientos

A los equipos de trabajo, funcionarios y funcionarias que colaboraron comprometidamente en este proceso, todas las Directoras y Directores Regionales y los Encargados de Fomento del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

A los integrantes del Comité Asesor y del Comité Técnico Político de Diseño, a todas y todos los participantes de los encuentros participativos a nivel nacional.

PRESENTACIÓN

La nueva institucionalidad cultural ya es una realidad. El Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio es la materialización de un largo anhelo que nos permitirá, entre otras cosas, seguir desarrollando y actualizando políticas culturales nacionales, regionales y sectoriales, que sirvan como base para esta nueva etapa que emprende el país. Políticas que irán marcando énfasis y principios que contribuyan a reducir las brechas existentes en torno a los derechos culturales de la ciudadanía.

En este sentido, es una gran satisfacción para esta institución contar por primera vez con una *Política de Fomento del Diseño 2017-2022*, un instrumento que permitirá avanzar sustantivamente en la planificación y articulación de las acciones del Estado con respecto a los principales desafíos de un sector en constante transformación, que se ha desarrollado de manera sostenida en los últimos años.

Como en todas las iniciativas emprendidas por nuestra institución, la participación activa y vinculante de la ciudadanía fue fundamental en el diseño de esta política, centrándose no solo en los creadores, sino también incorporando a los agentes culturales, fundamentales en la implementación de políticas culturales que fomenten efectivamente la participación cultural activa y democrática.

Hoy existe la seguridad de que el aporte social del diseño resulta imprescindible para agregar valor a los procesos productivos y formativos, tanto en el sector público como privado. Una noción que, para concretarse, deberá valerse de acciones que promuevan el reconocimiento y la puesta en valor de esta disciplina, como así también de su internacionalización y del acceso equitativo de la ciudadanía a la diversidad de expresiones que esta disciplina permite.

Sabemos que el desarrollo del diseño en todas las dimensiones del ciclo cultural es un objetivo ambicioso. Una meta que creemos posible y necesaria, y frente a la cual esperamos estar contribuyendo significativamente a través de las orientaciones que se incluyen en este documento que busca fortalecer la institucionalidad cultural de nuestro país.

ERNESTO OTTONE RAMÍREZ

Ministro de Cultura

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 11 |
| PRINCIPIOS | 13 |
| MARCO NORMATIVO E INSTITUCIONAL | 14 |
| ANTECEDENTES | 16 |
| Primeras escuelas de diseño en Chile | 16 |
| El diseño como herramienta social | 18 |
| Agentes involucrados en el diseño | 25 |
| Espacios de formación, el perfil del diseñador | 29 |
| Condiciones laborales del diseñador | 32 |
| Asociatividad, cooperativas y organización gremial en el diseño | 35 |
| Instrumentos para el reconocimiento y puesta en valor del diseño | 36 |
| Fondos de fomento al diseño | 38 |
| Rescate de la técnica | 40 |
| Investigación en diseño | 42 |
| Emprendimiento e innovación | 46 |
| Protección de la propiedad intelectual | 48 |
| El diseño en la economía y su comercialización | 49 |
| Aporte del diseño a la economía | 51 |
| Valorización del diseño chileno | 55 |
| Presencia del diseño en medios de comunicación | 59 |
| La relación con la educación escolar | 60 |
| Identidad y desarrollo territorial | 61 |
| Diseño y patrimonio | 63 |
| Iniciativas de restauración y elaboración de colecciones | 66 |
| DIAGRAMA DEL SECTOR DISEÑO | 68 |
| ÁMBITOS DE ACCIÓN, OBJETIVOS ESPECÍFICOS, MEDIDAS E INSTITUCIONES VINCULADAS | 70 |
| ANEXO METODOLÓGICO | 75 |
| SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN | 78 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 80 |
| SITIOS WEB DE INTERÉS | 83 |

INTRODUCCIÓN

El campo de acción del diseño se despliega en muchos ámbitos y su potencial en términos de contribución social, económica y cultural es enorme, aunque en nuestro país aún no está suficientemente consolidado. Las oportunidades para la creación de productos y servicios más amables e inclusivos, el aporte al trabajo interdisciplinar y a la competitividad de las empresas y su valor como soporte cultural e identitario son grandes desafíos para abordar.

Esta disciplina tiene un espacio de crecimiento importante en la economía creativa y, actualmente, es uno de los cuatro sectores priorizados en el Programa Estratégico Nacional de Economía Creativa 2016-2022, lo que se traduce en grandes oportunidades para sus agentes, tanto públicos como privados, en tanto tiene «el potencial de fomentar el crecimiento económico, la creación de empleos y ganancias de exportación y, a la vez, promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano» (Fonseca Reis, 2008).

Si bien existe una multiplicidad de definiciones acerca del diseño como sector, como disciplina, como técnica y como arte, generalmente restringiéndolo al diseño gráfico, se ha relevado, no obstante, su aporte a la propuesta de soluciones a problemas concretos, por lo que se puede entender el diseño como la producción de un artefacto a diseñar o como un proceso estratégico que permite la comunicación en un formato visual (International Council of Design, 2007).

Según el Concilio Internacional de Asociaciones de *Diseño Industrial* (ICSID, su sigla en inglés) el diseño es un proceso estratégico destinado a resolver problemas, aplicable a productos, sistemas, servicios y experiencias, cuyos resultados redundan en innovación, éxito en los negocios y en una mejor calidad de vida. Es una profesión transdisciplinar que involucra la innovación, la tecnología, los negocios y la investigación, en el aprovechamiento de la creatividad y la visualización para resolver problemas de cara a plantear soluciones y en la reformulación de problemas para convertirlos en

nuevas oportunidades, con la intención de hacer un mejor producto, sistema, servicio, experiencia o negocio y proporcionando siempre valor y/o ventaja competitiva.

Un atributo característico del sector es que se orienta a la solución de problemas y a la satisfacción de las necesidades de la sociedad y de un usuario ciudadano. Esto lo posiciona como una disciplina que no solo responde a la necesidad de expresión artística, sino que surge a partir de la demanda, lo que ha permitido a los trabajadores y las empresas especializadas en el rubro desarrollar una serie de servicios y productos tradicionales (por ejemplo, el diseño gráfico, de productos o el de vestuario) y servicios basados en la innovación, como las consultorías estratégicas (por ejemplo, de diseño de servicios y experiencias).

PRINCIPIOS

Los principios de las políticas culturales corresponden a los criterios que orientan la acción pública en cultura, sustentados en valores asociados al bien común. Estos, se presentan como referentes para guiar las distintas estrategias que tengan como propósito posicionar la cultura en el centro del desarrollo humano. La *Política de Fomento del Diseño 2017-2022* suscribe los principios de la Política Nacional de Cultura y prioriza los siguientes:

Principio de respeto a la libertad de creación y valoración social de los creadores y cultores

Reconocer y promover el respeto a la libertad de creación y expresión de creadores y cultores, y a la valoración del rol social de estos en el desarrollo cultural del país.

Principio de democracia y participación cultural

Reconocer que las personas y comunidades son creadoras de contenidos, prácticas y obras con representación simbólica, con derecho a participar activamente en el desarrollo cultural del país, y deben tener acceso social y territorialmente equitativo a los bienes, manifestaciones y servicios culturales.

Principio de patrimonio cultural como bien público

Reconocer que el patrimonio cultural, en toda su diversidad y pluralidad, es un bien público que constituye un espacio de reflexión, reconocimiento, construcción y reconstrucción de las identidades regionales y de la identidad nacional.

Principio de la memoria histórica

Reconocer la memoria histórica como pilar fundamental de la cultura y del patrimonio inmaterial del país, que se recrea y proyecta a sí misma en un permanente respeto a los derechos humanos, la diversidad, la tolerancia, la democracia y el Estado de Derecho.

MARCO NORMATIVO E INSTITUCIONAL

El diseño como manifestación simbólica ocupa un lugar cada vez más relevante en el campo cultural. En efecto, además de la comprensión industrial de esta disciplina, la institucionalidad chilena ha considerado su dimensión expresiva y representativa de personas y comunidades, incluyéndola dentro de las áreas artísticas y patrimoniales a fomentar, resguardar y poner en valor, de acuerdo al mandato constitucional (artículo 19 n° 10) y al reconocimiento del contenido cultural del diseño a nivel internacional establecido en la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005) y la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003).

Esta valoración del diseño se encuentra esbozada ya en la Ley n° 17.336, sobre Propiedad Intelectual, de 1970, donde, sin mencionarse expresamente, se lo incluye dentro de las obras especialmente protegidas, como «pinturas, dibujos, ilustraciones y otros similares», «esculturas y obras de las artes figurativas análogas, aunque estén aplicadas a la industria, siempre que su valor artístico pueda ser considerado con separación del carácter industrial del objeto al que se encuentren incorporadas» y «dibujos o modelos textiles» (artículo 3°, n° 11, 12 y 18). Igualmente, algunas de las excepciones al derecho de autor contenidas en dicha ley son aplicables al diseño, concretamente las que autorizan la reproducción de las obras artísticas que adornan permanentemente plazas, avenidas y lugares públicos mediante la fotografía, el dibujo o cualquier otro procedimiento (artículo 71 F); y la reproducción de pequeños fragmentos de obras o de obras aisladas de carácter plástico, fotográfico o figurativo, para fines educacionales (artículo 71 M).

A esta protección del diseño como obra original de un autor —reforzada en el artículo 19 n° 25 de la Constitución de 1980, junto a la libertad de creación— se añade la protección desde el punto de vista industrial, que otorga otras variables de resguardo a ciertas

manifestaciones del diseño, ya sea como parte de una marca, modelo de utilidad o directamente como dibujo o diseño industrial.¹ En estos casos, si bien la protección se refiere a los aspectos productivos del proceso u objeto de diseño, también puede favorecer los aspectos culturales del mismo.

Por su parte, las normas de resguardo patrimonial pueden también alcanzar al diseño, en cuanto se protegen los objetos que por su valor histórico o artístico o por su antigüedad sean reconocidos como monumento histórico (Ley n° 17.288, sobre Monumentos Nacionales).

Respecto al fomento del diseño, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes ha implementado programas especialmente dedicados a su creación y resguardo patrimonial. Entre estos destacan las líneas específicas de financiamiento para proyectos del sector en los Fondos de Cultura, además de las iniciativas de reconocimiento, difusión y resguardo llevados a cabo por el Área de Diseño. Asimismo, muchos proyectos relativos al diseño han sido aprobados en el marco de la Ley de Donaciones Culturales (Ley n° 18.985, artículo 8°, 1990).

Lo anterior, en conjunto con las acciones del Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi), del Ministerio de Relaciones Exteriores (especialmente a través de ProChile, la Dirección de Asuntos Culturales y la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales) y de la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo), dan cuenta de la importancia que el diseño tiene para nuestro país, no solo para nuestro desarrollo económico, sino también para nuestras culturas, nuestras artes y el patrimonio.

La presente *Política de Fomento del Diseño 2017-2022* viene a relevar y enfatizar este reconocimiento y también a proponer avances normativos e institucionales para el desarrollo del sector en su integridad.

¹ Ver Ley n° 19.039, de Propiedad Industrial; Circular n° 1, del 22 de junio de 2012, del Instituto Nacional de Propiedad Industrial, que Informa Normas sobre Registro de Dibujos y Diseños Industriales; Arreglo de Locarno, que Establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales; Arreglo de la Haya, relativo al Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales.

ANTECEDENTES

La disciplina del diseño en Chile comienza a definirse como tal recién a fines de los años sesenta del siglo pasado, con la reestructuración de los programas de las facultades de arte de las universidades y de la Escuela de Artes Aplicadas. Muchos artistas vinculados a estas instancias no siguieron el camino del «arte puro»,

entendido como expresión personal, o arte sin una «utilidad manifiesta», sino que desde su condición de artistas, artesanos o artifices, llevaron su producción a una dimensión estética, entrando de ese modo con sus objetos en el ámbito que hoy denominamos diseño, campo que, dentro de su complejidad, mantiene una serie de dificultades en la conceptualización de su producción y consumo; esos objetos, que sin tener una voluntad artística propiamente tal, llegan a ser arte por medio de un uso social extenso o por un reconocimiento cultural, y pasan de ese modo a formar parte del imaginario colectivo, y por lo mismo, a ser representativos de su tiempo (Rivera Scott, 2010, p. 379).

Este interés de darle un sentido identitario, además de utilitario, al arte tiene su origen a comienzos del siglo XX con la llamada Revolución Industrial y la reproducción en serie de los objetos. Ya en 1908, el arquitecto y profesor de artes Henry van de Velde, proponía que se debía «aunar arte e industria, que no es otra cosa que fundir los ideales con la realidad» (Van de Velde, 1959, p. 135).

PRIMERAS ESCUELAS DE DISEÑO EN CHILE

De acuerdo a Álvarez Caselli (2015, pp. 60-65), la interacción entre arte y tecnología fue uno de los principales desafíos en los inicios de la enseñanza del diseño como disciplina en Chile. Hasta mediados del siglo XX, los proyectos educativos dedicados a la promoción de diseñadores profesionales definieron su currículum entre la formación artística de matriz decorativa y la de orientación productivista-industrial, que continuaba la tradición de las denominadas «artes

aplicadas». Si bien en el mundo anglosajón el enfoque industrial fue por mucho tiempo el que prevaleció, haciendo inseparables los conceptos de «diseño» y «diseño industrial», en las sociedades menos industrializadas, como la chilena, la práctica de la disciplina se orientó al diseño gráfico y textil. Sin embargo, la reorientación de los gobiernos latinoamericanos hacia la industrialización, con el fin de iniciar su inserción en los mercados internacionales de elaboración de productos manufacturados, según Álvarez Caselli, incidió directamente en la institucionalización del «diseño» como una actividad profesional necesaria para el progreso social y económico de la región.

En Chile, los primeros antecedentes del sector se remontan a la creación de la Escuela de Artes y Oficios (1849) y la Escuela de Artes Aplicadas (1929) que, con los años, derivaron en la formación universitaria. En el caso de Chile, además, la visita del exprofesor de la Bauhaus, Josef Albers, en 1953, propició la apertura de los talleres de Diseño Básico en la Escuela de Bellas Artes de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en 1959.

A partir de los años sesenta, surgieron las primeras escuelas de diseño propiamente tales, ubicando el origen de su práctica como disciplina proyectual reconocida en la academia y no en el sector profesional o la actividad industrial. Entre 1965 y 1969 se ponen en marcha programas formativos que integran el diseño como carrera profesional en sus especialidades de Diseño Industrial y Diseño de Paisajes, destacan la Universidad de Chile y la Pontificia Universidad Católica de Chile, esta con las especialidades de Diseño Gráfico, Diseño Textil y, posteriormente, de Mobiliario. En tanto, en regiones, la Universidad Católica de Valparaíso también vivió en esos años reformulaciones del paradigma educativo imperante, permitiendo el surgimiento del diseño.

Los primeros talleres de diseño implementados en la ciudad porteña estuvieron vinculados a la relación entre el grafismo y la palabra escrita. Pero también al diseño de objetos, entendiendo a esta novel disciplina proyectual primero como un requerimiento de la poesía y luego como un oficio al servicio de dicho propósito.

Por lo mismo, durante los tres primeros años de su funcionamiento, los talleres en cuestión establecieron fuertes lazos de trabajo con la Editorial Zig-Zag y la empresa de enlozados Fanaloza. Llegado 1973, coincidente con el golpe militar, egresaron los primeros alumnos de este plan formativo de estudios, dando paso a su institucionalización oficial como carrera universitaria (Ricardo Lang, entrevista personal, 8 de junio, 2015, citado en Castelli, 2015).

Esta primera etapa formativo-profesional de la disciplina llevada a cabo por las universidades tradicionales, tuvo un carácter técnico-intuitivo, destinado a solucionar problemáticas que favorecieran la calidad de vida y el desarrollo tecnológico. Si la Bauhaus y el trabajo de Joseph Albers en Estados Unidos fueron el parámetro referencial en la Pontificia Universidad Católica de Chile, la Escuela de Ulm y el trabajo de Gui Bonsiepe lo fueron para la facción más crítica de los alumnos de la Universidad de Chile.

Bonsiepe, entre 1971 y 1973, coordinó el Grupo de Diseño Industrial de Investigaciones Tecnológicas y Corporación de Fomento de la Producción (Intec/Corfo) para el desarrollo de productos. Uno de los logros fundamentales de este período, radica en haber otorgado un sentido moderno al diseño, mediante una estructura teórica y una orientación local al currículum formativo de las nacientes escuelas chilenas de diseño. Para él, el diseño es la «intervención concreta en la realidad para inventar, desarrollar y producir artefactos» (1989, p. 33) y es «en primer, en segundo y tercer lugar diseño, y no arte» (1989, p. 32), una disciplina nueva que no debe ser entendida erróneamente como una «forma de maquillaje, cuya finalidad es dar algunos retoques epidérmicos a los productos industriales de nuestra civilización» (1989, p. 31).

EL DISEÑO COMO HERRAMIENTA SOCIAL

Desde fines de los años sesenta hasta 1973, el diseño comenzó a incorporar temáticas y problemáticas vinculadas al desarrollo cultural y a la solución de problemas sociales masivos, aspectos que a menudo eran detectados, pero que no eran desarrollados en

profundidad. «Los objetos siguen importando como experiencias simbólicas, pero hay una creciente atención en los contextos psicológicos, sociales y culturales que dan significado y valor a los productos y a la práctica del diseño como disciplina» (Allard, 2001, p. 10).

Los sucesos políticos y sociales que marcaron la transición de los años sesenta a la década siguiente, llevaron al país a una conducción política y económica que transformó al Estado en el motor principal del desarrollo nacional, generando las condiciones para que un amplio sector del diseño gráfico e industrial se abocara a una numerosa y particular producción, accesible al gran público y directamente involucrada en la modificación del contexto social.

El golpe de Estado de 1973 provocó cambios profundos en la naciente escena del diseño profesional en Chile, abriéndose un nuevo escenario para los diseñadores nacionales. Al terminar la política estatista, la actividad se diversificó en dos polos: un sector más interesado en la labor académica y educacional, que optó por la enseñanza del diseño en centros universitarios de la capital y provincias; y otro, que decidió formar sus propios estudios o empresas.

La primera generación de diseñadores profesionales se concentró en la solución de problemas de interés general como la educación, salud y vivienda; sin embargo, a mediados de los años setenta, la consolidación de la política de importaciones que estableció el régimen militar generó un gran problema en la comercialización de la producción nacional en el mercado interno. En consecuencia, los diseñadores comenzaron a encaminarse hacia una nueva modalidad productiva, impulsada por la competencia y la economía neoliberal. En los años ochenta, se incorporó el fenómeno de la identidad corporativa y comenzó una renovación en el diseño gráfico y de publicaciones. La modernización del país y la diversificación de los mercados, estimuló a algunos diseñadores a instalar sus propias agencias, con el propósito de brindar servicios en el campo de la imagen gráfica y la difusión de productos y servicios. Estas agencias comenzaron a involucrar a distintos especialistas, según se fue complejizando el mercado, derivando a la entrega de un servicio integral.

El ciclo que abarcó la segunda mitad de los años 80 propició una mayor difusión de la actividad desde el frente académico. Esta inquietud por las proyecciones de la disciplina motivó que en 1984 se fundara la Asociación de Diseñadores profesionales, dos años más tarde reorganizada como el Colegio de Diseñadores Profesionales, cuyos principales objetivos fueron impulsar el perfeccionamiento profesional, brindar servicios a la comunidad y promover un desarrollo metodológico de la actividad. (Álvarez Caselli, 2004, p. 151).

Esta misma inquietud, ya generalizada a fines de los años ochenta, motivó a la Pontificia Universidad Católica de Chile a organizar en 1991 la Primera Bienal de Diseño, la que se mantiene hasta la actualidad, con el objetivo de «instaurar un ámbito de encuentro con el diseño para profesionales, académicos, industriales, usuarios en general y autoridades a cargo de las políticas de desarrollo del país» (Escuela de Diseño, Universidad Católica de Chile, 1991, p. 5).

En el ámbito de la academia, es precisamente en los noventa cuando comienza la masificación de la formación para la profesión, apareciendo nuevos actores en la Educación Superior desde el sector privado, que puso más fuerza y acción en este campo, incentivando a las instituciones tradicionales a aumentar progresivamente sus esfuerzos y a elevar el estándar.

En la década del 2000 se integran nuevas bienales, como la Bienal de Tipografía Latinoamericana Tipos Latinos,² y se genera un auge de las publicaciones históricas referidas al diseño como disciplina. Como resultado de este auge, y ante la necesidad de contar con un espacio en la institucionalidad pública que promoviera políticas públicas para el diseño en Chile, el año 2011, el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes crea el Área de Diseño, en el Departamento de Fomento de la Cultura y las Artes, la que ha fomentado, principalmente, la

2 Es un espacio tipográfico internacional integrado por 14 países latinoamericanos que desde el 2004 organiza la Bienal de Tipografía Latinoamericana <http://www.tiposlatinos.com/2016/index.php>

profesionalización, la internacionalización y la difusión del trabajo de los diseñadores nacionales.

El sector está actualmente integrado por una variedad de expresiones o subsectores. Para efectos de la acción de esta política pública, se considerarán los siguientes:

Diseño gráfico

Entendido como una actividad interdisciplinaria, que combina sensibilidad visual con habilidad y conocimiento en áreas de las comunicaciones, la tecnología y los negocios (Asociación de Diseñadores Gráficos Registrados de Ontario, s.f.), este tipo de diseño posee múltiples dimensiones y ámbitos de acción, que van desde el diseño editorial hasta el diseño de fuentes digitales.

En Chile, su formación está en el ámbito de la «formación tutorial» (modelo personalizado de maestro-aprendiz) y en el desempeño de habilidades técnicas, por un lado, y la incorporación de habilidades estratégicas de reciente introducción, por otro. Hasta hoy el diseño gráfico en Chile se ha desenvuelto en el ámbito editorial, la identidad corporativa, y el afichismo, influido tal vez, por los hitos que han conformado la disciplina en el país. Sin embargo, desde 1999 comienza a tener crecimiento la formación en el ámbito del diseño de fuentes digitales, el que presenta factores de emprendimiento y comercialización internacional a través de los nuevos formatos de comercio electrónico, y donde la empleabilidad es reemplazada por la autogestión y la especialización de los agentes del sector.

Diseño industrial

Actualmente entendido como una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos producidos industrialmente. Por propiedades formales no se entienden tan solo las características exteriores, sino, sobre todo, las relaciones funcionales y estructurales que hacen que un objeto tenga una unidad coherente desde un punto de vista tanto del productor como del usuario (Maldonado, 1961).

En Chile aún se conserva esta denominación porque, en su origen esta subdisciplina estaba orientada a la incorporación de un profesional con ciertas capacidades para el aporte en lo «fabril». Sin embargo, en los hechos, estos profesionales se desenvuelven *de facto* como diseñadores de productos, mobiliario y de espacios comerciales de distinta escala, debido a la carencia masiva de industria productora de bienes finales de producción nacional. La creación se ha enfocado en la creación de productos de baja escala, pero de alta calidad, en el formato conocido como de «autoproducción», en donde el diseño se entrelaza con otros oficios tradicionales.

El resultado han sido productos que han despertado interés en el circuito internacional del diseño por el trabajo en cuanto a técnica y por la materialidad noble e identitaria, como la madera y el cobre, entre otros. La experimentación con nuevas tecnologías y su aplicación en ámbitos diversos como los espacios urbanos, salud, paisaje o procesos productivos, también ha generado interés por parte de estas áreas, tornándose el diseño una parte importante en el desarrollo de proyectos fuera de los límites formales de la disciplina. Esta misma visibilización podría ser de utilidad para la generación de nuevas políticas públicas, en donde se pudiese incorporar al diseño en ámbitos más complejos, como el diseño naval, el diseño para la minería y el diseño aeronáutico.

Diseño de vestuario e indumentaria

El que desarrolla productos de acuerdo a los requerimientos de materiales, técnicas textiles, patrones y prototipos, coordinados a través del desarrollo y ejecución de un plan de producción. Además, en el proceso de diseño se integran análisis de contexto e interpretación de tendencias, técnicas de mercadeo, comercialización y comunicación de moda a nivel local y global (DUOC, s.f.).

La industria de la moda tiene un fuerte valor económico y cultural; por un lado, establece movilidad y dinamismo continuo en el formato creativo debido a la producción ligada al fenómeno de la «estacionalidad» (colecciones), y por otro, los bienes generados por la industria

de la moda revisten un alto contenido simbólico, ya que reflejan los ideales, el espíritu de una época y las influencias de culturas diversas, convirtiéndose así en «auxiliar» de la historia. Asimismo, permite comunicar una fuerte identidad social, actualizando y proyectando el patrimonio cultural de una comunidad.

Diseño textil

Es el área que se dedica a la producción relacionada principalmente con la industria textil —hilos, fibras, tejidos, entre otros—, insumos que, generalmente, se destinan a elaborar otros productos para la confección y la decoración. Existe también el desarrollo de propuestas textiles para la pequeña industria o la artesanía, donde los objetos son acabados y donde se destacan el uso de nuevas técnicas y materiales.

Actualmente, las entidades educacionales que imparten diseño textil son solo tres y forman parte de la educación privada; el grueso de la matrícula está en la educación técnico profesional, donde se imparte diseño de vestuario e indumentaria.

La industria chilena de vestuario, calzado y textil han experimentado un gran desarrollo creativo en los últimos diez años a causa del surgimiento de una masa crítica de diseñadores que, al frente de sus propias empresas, ha redefinido la concepción e implicancia del vestir. Estos nuevos referentes conforman lo que comúnmente se conoce como diseño de autor, basado en la originalidad y la innovación (Modachile, s.f.).

Diseño de ambientes

El que se ocupa del desarrollo de soluciones del habitar con el fin de mejorar la experiencia de las personas, incorporando criterios estéticos, de confortabilidad y sustentabilidad, en distintas escalas y contextos.

Posee una visión holística de las distintas problemáticas del habitar, interpretando el contexto sociocultural, aplicando principios de diseño universal y considerando la viabilidad técnico-económica de los proyectos, generando así propuestas de valor que respondan a las necesidades de usuarios (DUOC, s.f.). El diseño de ambientes se mueve y desenvuelve en el habitar, entendido este como un «constructo» de origen humano y, por tanto, opuesto a lo entregado (la naturaleza) con el fin de desenvolver allí el acto de poseer y establecerse en una parte del territorio.

El desarrollo de espacios inclusivos es parte de los desafíos que enfrenta hoy este ámbito del diseño. En este sentido cabe destacar sus capacidades para intervenir en espacios complejos de interacción social en sectores como la salud, la educación y los espacios públicos abiertos, recreativos o de esparcimiento.

Diseño de servicios

Cuya definición más utilizada en la literatura es la de Birgit Mager, presidenta de Global Service Design Network, que plantea que este ámbito de la disciplina «aspira a diseñar servicios útiles, usables y deseables para el usuario; eficientes, efectivos y diferentes para el proveedor» (citada en Urquilla, 2016).

Esta área ayuda a innovar, a crear o mejorar servicios para hacerlos más útiles, utilizables y deseables para las personas, y más eficientes para las organizaciones. Es un nuevo campo integral, multidisciplinario y holístico, el cual se desarrolla en base a los principios que ponen en el centro al consumidor y al usuario, la cocreación, la generación de experiencia secuenciada y en evidenciar lo invisible.

Los ámbitos de aplicación del diseño de servicios son múltiples, siendo capaz de intervenir en áreas tales como la salud, el turismo, el transporte, el *retail*, la banca, las comunicaciones y la entretención, entre otras. De esta manera, se constituye en una plataforma que permite que los productos brinden una mejor experiencia de uso a las personas.

Tal como se ha señalado, el diseño tiene un vasto campo de colaboración con otras disciplinas, con las cuales comparte tanto herramientas artísticas como la posibilidad de participar en el desarrollo de proyectos conjuntos, aportando la capacidad para innovar. Asimismo, desde todos sus ámbitos presenta un gran potencial para promover la inclusión de los ciudadanos, lo que constituye un gran desafío para la política pública. En los encuentros participativos desarrollados para la generación de la presente *Política de Fomento del Diseño 2017-2022* se destacó la oportunidad que existe dentro del espacio universitario para el trabajo colaborativo con otros ámbitos del conocimiento y del desarrollo productivo, y la relevancia de promover el trabajo interdisciplinario.

AGENTES INVOLUCRADOS EN EL DISEÑO

El sector diseño está compuesto por una diversidad de empresas y profesionales que coexisten y que se diferencian según sus líneas de trabajo, el tipo de producción y los mercados a los que apuntan. Según el *Mapeo de industrias creativas en Chile* (2014) realizado por el CNCA, se distinguen los siguientes agentes creativos:

Academia

Agente que contribuye a la creación, producción y comercialización del sector; es un espacio relevante para el desarrollo de la actividad profesional, así como también para la generación de producción a través de centros de diseño especializados. Se proyectan como espacios de aprendizaje y exploración libre en dónde se pueden desarrollar proyectos e ideas, asegurando el conocimiento de la gama de oportunidades que existe para el desarrollo personal, espiritual y profesional (asociatividad).

Centros de diseño

Espacios de promoción y dinamización del diseño en el ámbito cultural y empresarial, que promueven el diseño como elemento estratégico y factor clave de innovación y competitividad, que evoluciona

conforme a los cambios que se producen en la economía y la sociedad, adaptando su discurso y sus actividades a las necesidades concretas del momento. En general, es en estos espacios donde se reúnen agentes públicos y privados como empresas, profesionales y la academia, nacionales e internacionales, que ven en el diseño un agente catalizador y promotor de valor. Su estructura de formación usualmente responde a una iniciativa que puede tener su origen en el mundo público o privado; en el caso del mundo privado, se realiza a través de la constitución de una persona jurídica de derecho privado sin fines de lucro.

Diseñadores independientes

Profesionales que realizan el ejercicio libre del diseño, trabajando por proyectos y desarrollando su labor en espacios que presentan ventajas asociadas en términos de menores costos de producción (espacios de trabajo en su casa particular o subarrendando y compartiendo oficina con otros profesionales). El trabajo por cuenta propia ha adquirido nuevas oportunidades de desarrollo a partir de las tecnologías de información, que facilitan el acceso a nuevos mercados, por ejemplo, los internacionales. Es posible encontrar en este segmento diseñadores de distintas calidades profesionales, aunque en muchos casos sus condiciones laborales son inestables y sus ingresos están sujetos a los proyectos que tengan, abarcando, en general, mercados como pymes y organismos públicos.

Diseñadores emprendedores

Se consideran en esta categoría a creativos que desarrollan su producción a partir de emprendimientos propios: moda y vestuario, joyas, mobiliario, entre otros. Se distinguen porque su producción no responde necesariamente a una demanda. Se vinculan con la producción de autor y con la producción artesanal de alta calidad para la venta directa al público o para grandes tiendas de *retail*, que han incorporado en su oferta productos exclusivos.

Uno de los importantes vacíos que se observan en este ámbito es la inexistencia de un centro promotor del diseño a nivel nacional. La experiencia internacional al respecto ha mostrado que la interrelación entre agentes públicos y privados del sector aporta avances cualitativos fundamentales en su desarrollo. Este es un elemento central que complementaría a los que articulan la producción del sector, como organismos públicos de apoyo, instancias de formación, centros de I+D, centros de transferencia e institucionalidad profesional (asociatividad).

Existen otros agentes involucrados en la creación en el sector del diseño:

Empresas generales de diseño

Son empresas que ofrecen un abanico amplio de productos. Poseen equipos multidisciplinarios, incluyendo profesionales de otros ámbitos, que les permiten tener una oferta integral (desarrollo de productos, imagen corporativa, desarrollo de servicios, entre otros). Generalmente, trabajan generando bienes intermedios para grandes y medianas empresas de otros sectores productivos, tales como el *retail*, telecomunicaciones, la banca, industria alimentaria, entre otros.

Empresas especializadas en diseño

Son empresas focalizadas en el desarrollo de unos pocos productos a los que deben su posicionamiento en el mercado, por ejemplo, *packaging* (para un determinado sector productivo, como el vino), equipamiento para el *retail*, mobiliario para la banca, entre otros. Sus clientes son empresas de marcas exclusivas para quienes desarrollan productos finales altamente distintivos.

Empresas de otros sectores

Grandes empresas que se han integrado en el eslabón de la producción, estableciendo departamentos de diseño para el desarrollo de

marcas propias, cuya producción está destinada al consumo final. Estas empresas integran en su oferta la producción de marcas de autor, combinando, por tanto, una oferta en vestuario, por ejemplo, de marca propia pero destinada a un consumo masivo, con vestuario exclusivo destinado a un consumo de mayor poder adquisitivo.

La mera coexistencia de estas empresas y profesionales del diseño no es suficiente, no obstante, pues se estima que el trabajo en red y el trabajo colaborativo tienen mayores potencialidades que el trabajo individual, cuestión que no está lo suficientemente desarrollada en el país. Esta es una de las debilidades detectadas por los asistentes a los encuentros participativos realizados durante el 2017, instancia en la que se ha señalado la necesidad de avanzar en esa dirección, más aún, cuando la experiencia internacional ha mostrado que la interrelación entre agentes públicos y privados del sector, aporta avances estimables y definitivos al desarrollo del sector y del país (CNCA, 2014).

Otro actor relevante es el Estado, el que por medio de diferentes instituciones ha desarrollado de manera creciente programas y planes que fomentan el campo del diseño de manera directa o indirecta. Entre los organismos involucrados se encuentran:

- › Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, por medio de su Área de Diseño, del Fondo Nacional para el Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart) y de la Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, conformada por siete ministerios y presidida por el CNCA.
- › Ministerio de Economía, por medio de su Área de Innovación, la Unidad de Empresas de Menor Tamaño y Sercotec, entre otros.
- › Instituto Nacional de Propiedad Industrial.
- › Corfo, a través del Programa ChileCreativo, el Área de Innovación, y el Programa de Industrias Creativas.
- › Ministerio de Relaciones Exteriores, por medio de la Dirección de Asuntos Culturales y Prochile.

- › Fundación Imagen de Chile, con programas como Marca País y Chile Global.
- › Laboratorio de Gobierno.³

ESPACIOS DE FORMACIÓN, EL PERFIL DEL DISEÑADOR

Los centros educativos universitarios y técnicos que imparten carreras asociadas al rubro del diseño, ofrecen hoy en día una vasta oferta de programas de estudio. En el año 2015 existían 216 programas de formación, localizados en prácticamente todas las regiones del país, con excepción de Aysén. Estos programas, 109 de los cuales se encuentran acreditados, son impartidos en universidades del Consejo de Rectores de las Universidades Chilenas (Cruch) —las conocidas como tradicionales— (12,9%), en universidades privadas que no integran dicho organismo (21,3%), en institutos profesionales (54,2%) y en centros de formación técnica (11,6%).

En cuanto a la distribución de la oferta educativa, las universidades cuentan con presencia en ocho regiones del país, mientras que los institutos profesionales imparten especialidades en doce regiones, y los centros de formación técnica están presentes en nueve regiones.

Lo anterior, sin lugar a dudas, ha incidido en la suma total de matriculados en el sector, que llegó en el año 2016 a 18.516 para todos los años que dura la carrera, tanto en el nivel profesional como en el técnico. Las universidades estatales concentraron 4.514 matrículas, las universidades privadas, 3.320 matrículas, los institutos profesionales registraron 9.702 matrículas y los centros de formación técnica, 980 matrículas.

³ El Laboratorio de Gobierno es una iniciativa estatal, compuesta por un equipo multidisciplinario, con un Directorio interministerial del Gobierno de Chile mandatado a desarrollar, facilitar y promover procesos de innovación centrado en los usuarios dentro de las instituciones del Estado chileno. <http://www.lab.gob.cl/>

Cabe mencionar que aunque exista una gran cantidad de matrícula en institutos profesionales para las carreras de diseño, subsiste una mayor valoración de la formación universitaria por sobre la técnica, lo que, posteriormente, se refleja en la empleabilidad, pues esta se asocia al centro de formación de procedencia, presentando mayores posibilidades de inserción laboral para los profesionales provenientes de las escuelas de mayor tradición, generando, en consecuencia, una gran brecha salarial entre los profesionales del gremio e inestabilidad y dificultad para encontrar empleo, en algunos casos.

En este sentido, dada la necesidad de especialización de los profesionales de la disciplina, quienes pertenecen al rubro han tendido cada vez más a considerar formaciones complementarias, ya sea mediante la autoformación o por la vía de la realización de cursos de actualización, posgrados, etcétera, lo que, en definitiva, les otorga una mayor versatilidad y aumenta su movilidad e inserción dentro del mercado laboral.⁴ En los encuentros participativos se mencionó de manera constante la necesidad de mayor especialización de los profesionales del diseño y la falta de oferta de formación ligada a la innovación y el emprendimiento y que promueva el trabajo interdisciplinario, en coherencia con las necesidades del mercado laboral regional.

4 La oferta académica incluye el programa de magíster en Diseño Avanzado de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que integra diseño, tecnología y negocios; el magíster en Diseño Estratégico de la Universidad de Valparaíso, desarrollado en colaboración con el POLI.design del Politécnico de Milán, que promueve el diseño como metodología para el innovación empresarial; el programa de magíster en Diseño de la Universidad Adolfo Ibáñez; el magíster en Arquitectura y Diseño, mención Náutico y Marítimo, de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Además, encontramos el postítulo en Creación y Desarrollo de Sitios Web, de la Universidad del Pacífico. Por otro lado, el diplomado en Diseño Editorial y el diplomado en Tipografía y Lettering, ambos de la Universidad de Chile; los diplomados Trends & Brands: Tendencias, Marcas y Moda y en Diseño de Servicios: Observar + Idear + Implementar, ambos de la Universidad del Desarrollo; los diplomados de la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile en Innovación para la Inclusión; Visualización de Datos; Infografía; Vitrinismo y Visual Merchandising; Tipografía: Diseño de Fuentes Digitales; Textiles Digitales: Programación y Fabricación Digital Orientado a Productos Textiles; Diseño de Servicios; Creatividad e Innovación: desde el Diseño a los Negocios; Museografía; Creación Textil y Diseño de Superficies; Diseño Estratégico de Colecciones; e Iluminación.

Desde el ámbito profesional, por otro lado, las exigencias actuales del mercado plantean mayores desafíos a los diseñadores: se requieren competencias tendientes a vincular los procesos proyectuales propios del diseño con las necesidades de gestión del producto, abarcando todo su ciclo de vida, desde la ideación, industrialización, seriación, comercialización, hasta su experiencia de compra y uso. También corresponden al proyecto las preocupaciones medioambientales relativas tanto al uso de recursos naturales, industriales y tecnológicos, como de la obsolescencia y reciclado de los desechos que genera el uso de un determinado sistema o producto.

En este sentido, para ilustrar las necesidades de formación continua se pueden observar las cifras de la moda de autor, sector donde los emprendedores señalan requerir el desarrollo de habilidades para administración y finanzas (24,7%), planificación estratégica (25,3%), *marketing* (13,7%), ventas (11,6) y planificación exportadora (8%), entre otros ámbitos. El sector del calzado de autor, en tanto, cuenta también con estas cifras, las que indican que un 63% de los diseñadores dicen necesitar habilidades en planificación estratégica, 55,6% en ventas, 40,7% en administración y finanzas, 50% en *marketing* y planificación exportadora, entre otros aspectos (MatrizModa, 2016, 2017).

Otro ámbito de formación relevante para el sector diseño es el de la Educación Media Técnico Profesional: según el *Informe Anual de Estadísticas Culturales 2015*, en el 2014, 67 establecimientos impartieron alguna especialidad en servicios creativos, lo que representa una disminución de un 4,3% con respecto al año anterior. El 37,1% de estos estudiantes cursó la especialidad Gráfica, el 34,6% la de Dibujo Técnico y el 24,5% la especialidad de Vestuario y Confección textil. Cabe señalar que esta oferta se concentra principalmente en la región Metropolitana, con un 37,3% de la matrícula.

El sector técnico profesional es de especial relevancia para la política pública, dado que más de la mitad de los estudiantes de Educación Media cursa esta modalidad y que según el Índice de Vulnerabilidad Educativa (IVE) del 2009, el 61% de los liceos técnico profesionales se encuentran en el decil de mayor vulnerabilidad. Como ejemplo

de los desafíos a enfrentar en el sector diseño de este nivel educativo, se puede mencionar la baja tasa de ocupación femenina del sector de la confección (51,8%), versus la masculina (72,4%), pese a ser una carrera eminentemente cursada por mujeres (95,8%), y donde también existe una brecha de ingreso, pues el salario de las mujeres corresponde al 78,9% del recibido por hombres (Larrañaga, O., Cabezas, G. y Dussailant, F., 2014, p. 57).

El Área de Diseño del CNCA realizó entre 2015 y 2016 una experiencia piloto con jóvenes del Liceo A 100 de San Miguel, quienes participaron en FaBLab Santiago durante sesiones en formato de *workshop*, donde no solo se les capacitó en el conocimiento y uso de nuevas tecnologías, sino también en formatos metodológicos de problematización y conceptualización para resolver problemas referidos a la generación de nuevos productos para introducir en el mercado. Los resultados obtenidos indican que las herramientas metodológicas utilizadas proveen a quienes las obtienen de autonomía, para que en el futuro no solo estén en el formato de «mano de obra», sino para convertirse, si así lo desean, en emprendedores.

CONDICIONES LABORALES DEL DISEÑADOR

Las condiciones laborales de los diseñadores que trabajan en forma dependiente (formalidad contractual y cumplimiento de la legislación laboral) no presentan características particulares, mostrando estándares promedio dentro de los sectores creativos. No obstante, en el caso de los trabajadores independientes se visualiza inestabilidad de ingresos, asociada a los volúmenes de trabajo, presentado las mismas vicisitudes que los demás trabajadores independientes, ya sean de la industria creativa o de otros sectores económicos.

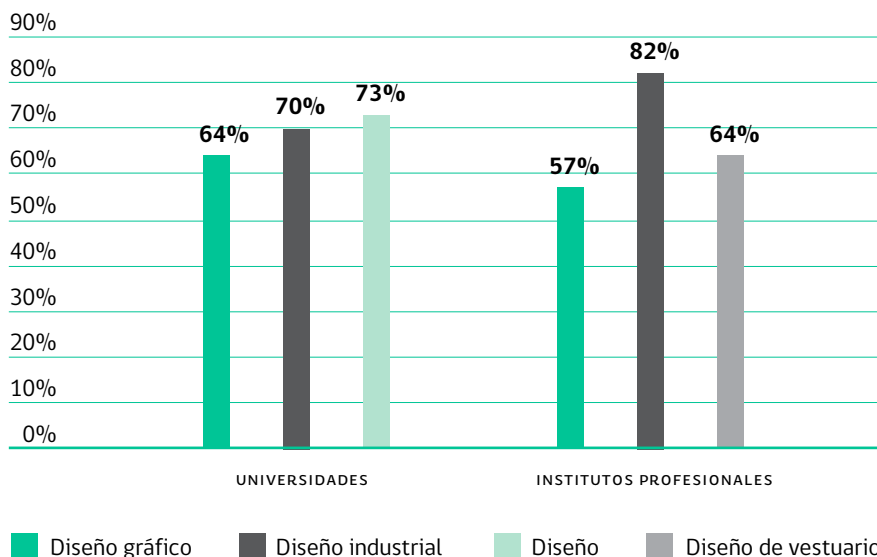
El Mineduc brinda datos que permiten acercarnos a esta realidad, y analizar los subsectores: diseño, diseño gráfico y diseño industrial,⁵

5 Existen carreras genéricas, sin la especialidad, que en su malla curricular incluyen contenidos de especialidades del diseño gráfico e industrial; por ejemplo, la Universidad de Valparaíso cuenta con una licenciatura en diseño y el título profesional es de Diseñador (véase: http://www.uv.cl/archivos/carrera/f19022_10.pdf).

especialidades impartidas por las universidades, y diseño de vestuario, diseño industrial y diseño gráfico, impartidas por institutos profesionales. A partir de estos datos, se observa que la empleabilidad luego del segundo año de egreso en las carreras universitarias de 64%, en el caso de diseño gráfico, 70%, en diseño industrial, y 73%, en diseño (Gráfico 1). En tanto, las remuneraciones llegan a \$614.000 en diseño gráfico, a \$738.000 en diseño industrial, y \$746.000 en diseño al quinto año de egreso (Gráfico 2).

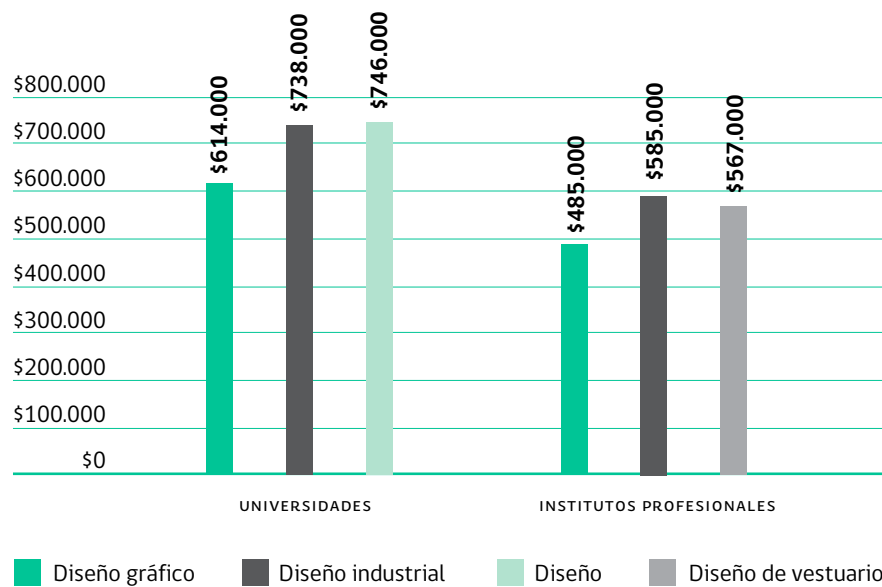
En las carreras técnicas, el diseño gráfico logra un 57% de empleabilidad, diseño de vestuario alcanza un 64% y diseño industrial un 82%, al segundo año de egreso (Gráfico 1). Las remuneraciones, al quinto año de egreso, llegan a \$485.000 para el caso de diseño gráfico, \$567.000 para diseño de vestuario, y \$585.000 para diseño industrial (Gráfico 2).

GRÁFICO 1 Nivel de empleabilidad al segundo año de egreso de las y los diseñadores en Chile, según institución y carrera, 2006



Fuente: elaboración propia, basado en los datos entregados por el Mineduc (2006).

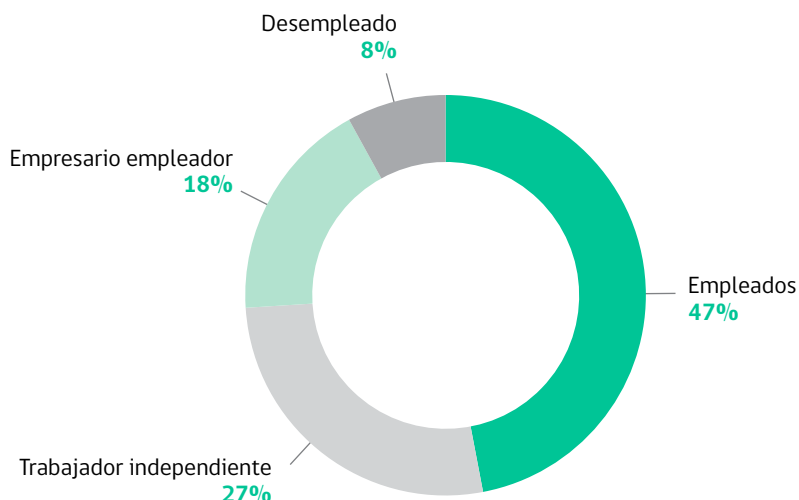
GRÁFICO 2 Remuneraciones al quinto año de egreso de las y los diseñadores en Chile, según institución y carrera, 2006



Fuente: elaboración propia, basado en los datos entregados por el Mineduc (2006).

Complementariamente, la encuesta laboral del estudio *Radiografía Diseño* (2011) mostró que tan solo un 47% de los diseñadores encuestados corresponden a empleados, un 27% a trabajadores independientes, un 18% a empresarios empleadores, y un 8% está desempleado, cifras que revelan que el trabajo independiente es un formato de trabajo importante en el sector.

GRÁFICO 3 Situación laboral de los diseñadores profesionales al egresar, 2011



Fuente: elaboración propia, basado en los datos entregados por *Radiografía Diseño* (2011)

ASOCIATIVIDAD, COOPERATIVAS Y ORGANIZACIÓN GREMIAL EN EL DISEÑO

Aunque el proyecto de ley 8907-03, del 24 de abril del 2013, que busca sustituir la Ley n° 19.039, que Establece Normas Aplicables a los Privilegios Industriales y Protección de los Derechos de Propiedad Industrial, reconoce como una razón para su sustitución la falta de incentivos para la asociatividad del sector de la creación (literaria, artística y científica) con respecto a sus fases de innovación, y a pesar de que una de las debilidades del sector del diseño, destacadas por los participantes de los encuentros participativos, es el bajo nivel de asociatividad y trabajo articulado entre sus agentes, señalándose la falta de espacios de encuentro, existen tres grandes referentes de asociatividad relacionados con el ámbito: Chilediseño, el Colegio de Diseñadores de Chile y Moda Chile.

Chilediseño

Es una asociación sin fines de lucro que busca promover al sector y su contribución al desarrollo del país, así como el crecimiento de las empresas miembros. Durante el año 2017 Chilediseño realizó un análisis de este crecimiento, entre los años 2013 y 2015, a partir de la información entregada por 22 de estas empresas,⁶ comparando los datos al interior del segmento de empresas miembros de la asociación.

Colegio de Diseñadores de Chile

Es una asociación gremial que busca promover, desarrollar y proteger todas las áreas de la actividad profesional del diseño en el país, desde el crecimiento del sector hasta las buenas prácticas laborales, la protección de la creación y la innovación para las y los profesionales del diseño en todas sus ramas.

Moda Chile

Corresponde a una asociación gremial de productores de vestuario y artículos de moda que a través de la unión de esfuerzos colectivos y la generación de una imagen e identidad gremial espera fortalecer la industria y mercado de la moda en Chile protegiendo y representando los intereses de sus participantes poniendo a disposición de estos, beneficios y servicios que mejoren su calidad, competencias comerciales y productivas. Actualmente la asociación cuenta con un número de 29 socios activos, los que representan una parte importante del Diseño de Autor en el país (Moda Chile, s.f.).

INSTRUMENTOS PARA EL RECONOCIMIENTO Y PUESTA EN VALOR DEL DISEÑO

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes creó en el 2006 el Premio Amster-Coré al Diseño y/o Diagramación e Ilustración Editorial, con el

⁶ Estas fueron: Ants, BAOBAB, CQ, DAF, Dioslascría, Diseñadores Asociados, Diseño 100, Felicidad, Grupo K, Humano, IDEMAX, Ip21, IV studio, Magia Liquid, Mancha, Medular, Panda, Porta 4, Procorp, Puerto Diseño, Siente Cinco y Taco Alto.

objeto de promover y estimular a los creadores gráficos y reconocer el diseño y la ilustración como expresiones fundamentales en el desarrollo del arte y la industria editorial. Este galardón premia el diseño y/o diagramación de una obra en su mención Amster⁷ y la ilustración en su mención Coré,⁸ entregando un reconocimiento pecuniario a cada ganador, además de un diploma a la editorial de la obra premiada.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, a través de su Área de Diseño, creó el año 2012, el hoy llamado Premio al Diseño, el que cuenta con dos categorías: la Categoría de Excelencia a la Trayectoria en Diseño Isabel Baixas,⁹ que reconoce a aquellas personas que han realizado una contribución significativa al fortalecimiento y promoción del diseño chileno, y la Categoría de Excelencia en Diseño, que premia a quienes contribuyen significativamente a la práctica mediante un proyecto en ejecución. El premio contempla las menciones en Innovación; Mención Gráfico Álex González¹⁰ y Mención Moda Marco Correa.¹¹

Además de los reconocimientos del CNCA, a nivel nacional existen otras acciones de reconocimiento en el sector del diseño que consideran diferentes dimensiones relacionadas con el quehacer nacional:

Los premios Bienal + Chile Diseño premian las siguientes categorías: Identidad visual y Diseño de marcas, Diseño gráfico, Editorial e

7 Mauricio Amster Cats fue un tipógrafo, diseñador gráfico, escritor y traductor de origen polaco. Está considerado dentro de los diseñadores más influyentes en España y Chile, a lo largo de cuatro décadas de trabajo gráfico y editorial renovó, de manera sustancial y definitiva, la industria editorial chilena.

8 Mario Silva Ossa, más conocido por el seudónimo Coré, fue un dibujante e ilustrador chileno, portadista de la revista *El Peneca* y uno de los primeros ilustradores chilenos en obtener amplio reconocimiento por su labor y realizó innumerables trabajos para las colecciones infantiles de editorial Zig-Zag.

9 Diseñadora, a quien se le reconoce por su trabajo en el rescate y conservación de las manifestaciones tradicionales del arte popular, fue Coordinadora del Programa de Artesanía Tradicional de la Universidad Católica de Chile,

10 Diseñador chileno, creador de «la Oficina», una de las empresas más importantes de diseño gráfico de los años 90. Realizó importantes trabajos de *branding* y diseño editorial. Fundador de la Asociación de Empresas de Diseño QVID (actualmente Chilediseño).

11 Primer diseñador nacional de vestuario en proponer un discurso propio inspirado en Latinoamérica y con eso revolucionar la moda chilena de finales de los 60. Sus coloridos vestidos fueron alabados por artistas como Nemesio Antúnez y Víctor Jara.

Impresos, Diseño de packaging, Diseño de sistemas de Información, Diseño industrial y de productos, Diseño de productos especializados para la industria, ciencia y sectores productivos, Diseño de ambientes y espacio, Museografía y exhibiciones, Diseño de interacción, digital y multimedia, Diseño de indumentaria y moda, Diseño para el desarrollo social, Diseño de servicios y experiencia, y Diseño de proyectos integrales.

El premio Avonni, por su parte, identifica, difunde y promueve la innovación a nivel país a través del reconocimiento de proyectos de alto impacto que sirvan de ejemplo y estímulo para la sociedad. Este galardón se gestó desde la Fundación Foro Innovación el año 2007, con el apoyo del Ministerio de Economía y Televisión Nacional de Chile, materializándose en la entrega de premios a 16 categorías, dentro de las cuales está diseño.

Otros concursos más especializados en el que se reconocen a diseñadores y sus trabajos, son: el Concurso de Diseño de MASISA, enfocado a estudiantes de diseño, arquitectura y afines, que busca potenciar la gestión del futuro profesional y el desarrollo de la industria del mueble y la madera. Esta convocatoria, cuya primera versión se realizó en 1992, se realiza en forma simultánea en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, México, Perú, Colombia y Venezuela; el Concurso de Diseño Madera²¹, de la Corporación Chilena de la Madera, que busca involucrar estudiantes de diseño en el conocimiento y uso de la madera y fomentar el uso de ese material en las áreas de la arquitectura, diseño, ingeniería y construcción; y el Concurso de Diseño El Cobre y la Casa, organizado por el Instituto Italiano del Rame (Instituto Italiano del Cobre) en colaboración con el Instituto Europeo del Cobre, mediante el cual se invita a diseñadores profesionales y estudiantes a reinventar objetos cotidianos con el cobre, celebrando y aprovechando las cualidades estéticas y técnicas del metal y sus aleaciones.

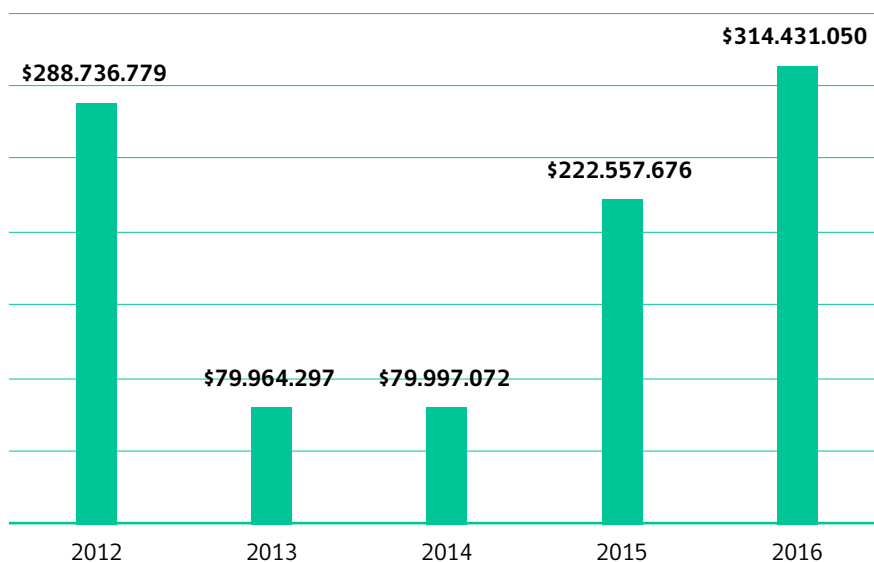
FONDOS DE FOMENTO AL DISEÑO

El Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y de las Artes (Fondart) incorporó a su concurso el financiamiento del área del diseño el año

2012, orientada a establecer herramienta de apoyo, por parte del Estado, para el fomento del diseño en todas sus dimensiones (formación profesional, investigación, creación y producción, difusión)

Al analizar de manera desagregada la distribución de recursos para esta área durante los últimos cinco años, se observa un comportamiento irregular, dado principalmente por la creación, en la convocatoria 2015, de la línea de Fomento al Diseño, que permitió un aumento sustantivo en la entrega de recursos por esta vía, ya que si bien la disciplina se incorporó como área concursable en el 2012, hasta la creación de la línea propia, compartía modalidades con otras áreas más consolidadas como artes escénicas y artes de la visualidad.

GRÁFICO 4 Recursos asignados al área diseño de Fondart Nacional, 2012-2016

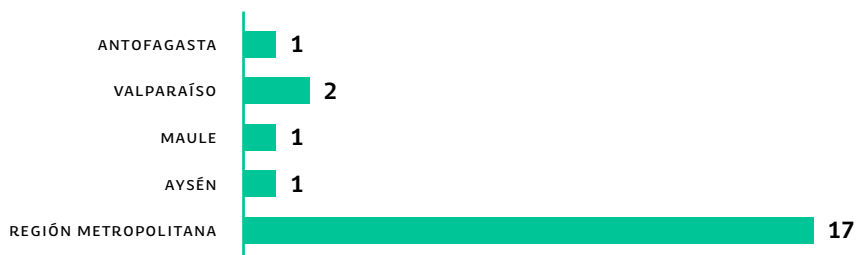


Fuente: Elaboración propia a partir de bases de datos de Fondos de Cultura.¹²

¹² En los años 2013, 2014 y 2016 existió en el Fondart Nacional una única línea de financiamiento denominada Fomento del diseño. Los años 2012 y 2015 se estableció más de una línea de financiamiento en el Fondart Nacional.

Al observar los datos de distribución regional en la convocatoria 2016, se observa una concentración de proyectos seleccionados en la región Metropolitana, seguida, muy por debajo, por las regiones de Valparaíso, Maule, Antofagasta y Aysén.

GRÁFICO 5 Número de proyectos seleccionados según región de residencia del postulante, Fondart Nacional, 2016



Fuente: Elaboración propia base de datos Fondart Nacional 2016.

En la convocatoria de Fondart Regional, en tanto, diseño no cuenta con línea propia de fomento o creación; sin embargo, pueden postular a las líneas de actividades formativas, patrimonio cultural y difusión, siendo igualmente más baja que la adjudicación en la convocatoria nacional situación comentada por los participantes de los encuentros regionales realizados en el marco de la construcción de esta política.

Los datos de la concursabilidad permiten concluir una alta concentración de proyectos seleccionados en la región Metropolitana, con una brecha importante en las regiones.

RESCATE DE LA TÉCNICA

La exploración de los usos y manejos de la materia sin intermediación de la alta tecnología es hoy una tendencia a nivel mundial, lo que

ha significado la creciente valoración de la artesanía y la atención sobre oficios tradicionales. El diseño chileno está explorando estos dos ámbitos, lo que se puede observar de manera consistente en la postulación de proyectos a líneas de financiamiento estatal, como la línea de creación de diseño de Fondart por parte de emprendimientos que tienen que ver con el rescate o intervención en una parte importante del trabajo humano directo en la cadena de valor.

Sin embargo, el modo en que se ha concretado el vínculo entre los diseñadores y los oficios tradicionales, ha despertado algunos cuestionamientos, en particular en el sector de la artesanía, por ejemplo, en el ámbito del derecho de autor y de la cocreación. En los encuentros participativos para el desarrollo de la *Política Nacional de Artesanía 2017-2022* se señaló que «la mayoría de los artesanos no concibe la relación con otros profesionales de las artes, la arquitectura o el diseño, como un trabajo colaborativo; perciben que son vistos como meros proveedores de mano de obra que no son incorporados a la reflexión ni al diálogo creativo, lo que puede ocasionar problemas de propiedad intelectual de la obra y de derecho a ganancias al momento de comercializar sus creaciones. Todo esto apunta a la necesidad de establecer protocolos éticos de trabajo entre ambos sectores que permitan poner en igualdad de condiciones el aporte creativo diseñadores y artesanos, los derechos autorales y el comercio justo» (CNCA, 2017, p. 30).

Por otra parte, y pese al creciente interés de los diseñadores por aprender oficios tradicionales, tanto en Chile como en el extranjero, los mecanismos de apoyo del Estado privilegian el conocimiento que proviene de la academia formal, no dejando demasiado espacio para el aprendizaje no formal, situación de gran relevancia, dado que dichos procesos de aprendizaje se desarrollan en base al formato de «educación tutorial», es decir, en el modelo personalizado de maestro-aprendiz.

Una de las razones que explican la creciente incorporación de técnicas de oficios tradicionales al diseño es la creencia de que los productos que cuentan con este tipo de intervención pueden alcanzar

un precio sustancialmente mayor, pudiendo incluso situarse en la categoría de bienes de lujo. De hecho, un 84% de los encuestados en el *Diagnóstico económico de la moda de autor en Chile. Resultados y desafíos* (MatrizModa, 2016), dijo utilizar técnicas artesanales o rescate de oficios en sus creaciones.

Sin embargo, no todos los productos con un componente manual suben sus precios. La evidencia empírica de los diseñadores que han participado en ferias como Local,¹³ haciendo uso de oficios en cerámica, talabartería, ebanismo, etcétera, muestran que los supuestos iniciales de aumento de precio no se cumplen. También en el mundo del calzado sucede de esta manera: un zapato hecho a medida no poseería diferencias sustanciales de precio con un zapato elaborado de manera industrial.

Esta relación entre diseñador y artesano, generó apreciaciones y alcances en las jornadas participativas, redundando en la necesidad de regular la interacción de mutuo beneficio en el trabajo conjunto. Todos concordaron en que sería productivo, tanto para diseñadores como para artesanos, la creación de escuelas de artes y oficios en que se comparta conocimiento, dado que el diseñador puede enriquecerse de la experiencia del artesano y viceversa.

INVESTIGACIÓN EN DISEÑO

Se entiende por investigación en diseño aquellas prácticas vinculadas al ámbito de la investigación teórica y desde la práctica disciplinar (investigación sobre técnicas, materiales, entre otras) y estudios vinculados a las áreas del diseño con relevancia nacional. Abarca, entre otras materias, ámbitos relacionados con la creación, historia, teoría, crítica, curaduría, archivística, documentación, técnicas, conservación, museografía y catalogación, en diseño.

13 LOCAL es una feria que se realiza de manera anual desde 2013 y que reúne durante tres días a 40 marcas de emprendimientos de diseño. Se realiza en el espacio IF Recoleta, con actividades adicionales como charlas, documentales, actividades para niños, entre otras. Ha contado de manera constante con el apoyo del Área de Diseño del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

A partir de este concepto, se ha generado una clasificación de la investigación en este ámbito, considerando tres tipos:

Investigación para el diseño

Corresponde a la investigación en la que el producto final es un artefacto u objeto diseñado (Frayling, 1993); en otras palabras, es el tipo de investigación que se realiza normalmente para el desarrollo de un proyecto de diseño, lo que algunos académicos definen como «investigación proyectual». Señala Frayling que el objetivo principal de la investigación para el diseño (o el arte) no es lograr un conocimiento comunicable, por lo menos no en el sentido verbal (aunque sí puede ser en el sentido visual o icónico), sino asegurar que los diferentes factores condicionantes del diseño (tecnológicos, ergonómicos, estéticos, psicológicos, etcétera) han sido considerados adecuadamente al momento de realizar un proyecto.

Este enfoque de investigación es quizá el más común en la práctica del diseño, pero también el que posee un menor nivel de aceptación dentro de la comunidad. Generalmente, es el propio diseñador o artista quien realiza la investigación y trabaja casi en su totalidad desde el ámbito de su competencia, por lo que el artefacto u objeto de estudio puede ser interpretado o evaluado de una manera sesgada y poco objetiva.

Investigación sobre el diseño

Es realizada normalmente desde otras disciplinas, como la antropología, la historia, la psicología, la semiótica, u otras, y es llevada a cabo por personas interesadas en algún aspecto del diseño pero que, frecuentemente, no son diseñadores. Findeli (2008) se refiere a la investigación sobre el diseño como aquella que se realiza acerca de sus objetos, sus procesos, sus actores, su significado e importancia para la sociedad, los negocios, cultura, etcétera. Desde este enfoque, la investigación no genera necesariamente conocimiento útil para el diseño, sino que más bien el diseño es tomado como sujeto de investigación acerca del cual se pretende producir conocimiento

para otras disciplinas. Normalmente, como señala Findeli, se lleva a cabo de acuerdo con los estándares científicos; sin embargo, normalmente, es de poca relevancia para el diseño porque el principal objetivo de los investigadores que la realizan es contribuir al avance de su propia disciplina, no del diseño.

Investigación a través del diseño

En este enfoque, el sujeto y el objeto de la investigación es el propio diseño, es decir, es parte del objeto de diseño para generar conocimiento sobre diseño. Según Keyson (2009), este tipo de investigación se centra en el papel del prototipo de un producto como instrumento de investigación, ello se sustenta en la comprensión de que no existe una separación fundamental entre la teoría y la práctica del diseño (lo que sí sucede en la investigación sobre diseño). Algunos ejemplos de este enfoque son la investigación sobre las características y propiedades de los materiales aplicados al diseño, los trabajos desarrollados para personalizar o adaptar un producto a las necesidades específicas del usuario y la investigación-acción (Frayling, 1993).

Las carreras universitarias y las asociaciones privadas ligadas al diseño han venido desarrollando una labor investigativa en diferentes espacios, principalmente investigación desarrollada por académicos y docentes, los que transfieren conocimientos a los estudiantes en su formación como diseñadores, y espacios de exploración e iteración de ideas y productos.

Una tendencia de gran fuerza actualmente es el nacimiento y consolidación de espacios de trabajo y colaboración tecnológica para el desarrollo de experimentación y soluciones diversas, conocidos como laboratorios de fabricación digital,¹⁴ generalmente liderados

14 Acrónimo del inglés Fabrication Laboratory, laboratorios de fabricación, son espacios de producción de objetos físicos a escala personal o local que agrupa máquinas controladas por ordenadores, capaces de fabricar casi cualquier cosa que imaginemos. Su particularidad reside en su tamaño y en su fuerte vinculación con la sociedad. Los fablabs se mueven alrededor de dos movimientos sociotecnológicos, el *DIY* (do it yourself) o la autoproducción y el *open source* o el libre flujo de información y conocimiento. El concepto de Fab Lab aparece en el seno del Media Lab en el MIT

por diseñadores o escuelas de diseño. Chile ha adoptado esa tendencia, pudiendo encontrar estas iniciativas en la mayoría de las regiones, aunque todos ellos se alojan en instituciones de educación superior universitaria, pues el modelo aún no tiene penetración en la educación superior técnica y, menos aún, en la Educación Media escolar o en la educación de los liceos industriales; por tanto, se ha convertido en un modelo altamente elitista.

A nivel país se pueden mencionar algunos espacios de investigación como el FabLab Aconcagua; el FabLab de la Universidad de Chile, que se concentra en el desarrollo de productos tecnológicos o científicos que pueden contribuir a mejorar la calidad de vida;¹⁵ el FabLab Santiago, espacio de exploración, experimentación y desarrollo de proyectos de diseño enfocados en el área industrial y de nuevas tecnologías, que cuenta con el apoyo del Instituto de Arquitectura Avanzada de Catalunya IAAC, el FabLab Barcelona y el Centro de Bits y Átomos del MIT;¹⁶ el FabLab de la Escuela de Diseño de la Universidad Adolfo Ibáñez, centro de investigación de procesos de fabricación, materiales, microelectrónica y robótica, temas de ecología, medio ambiente y paisaje; la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo, con su Diplomado en Diseño Interactivo y *Physical Computing*, fundamentalmente enfocado en profesionales de la publicidad, el arte, la arquitectura y el diseño; el People and Media Lab, un núcleo de investigación, creación, exploración cultural y apoyo a la docencia en nuevos medios del Departamento de Diseño de la Universidad de Chile, entre otros.¹⁷

(Massachusetts Institute of Technology). Esto ocurre a principios del siglo XXI, cuando en 2001 el CBA (Center for Bits and Atoms) recibe una subvención de la NSF (National Science Foundation) para establecer unas instalaciones únicas de fabricación digital transversales a varias disciplinas. Así se adquieren máquinas capaces de «construirlo casi todo». Su director Neil A. Gershenfeld justifica esa financiación «haciendo lo que se hacía en el MIT, en lugar de solamente hablar de ello». En 2002, surgen los primeros Fab Labs en India, Costa Rica, Noruega, Boston y Ghana, como unidades de producción a escala local. Fuente: <http://fablab.ua.es/que-es-fab-lab/>

¹⁵ Véase en <http://www.fablab.uchile.cl/sobre-nosotros/>

¹⁶ Véase en <http://fablabsantiago.org/que-somos/>

¹⁷ Laboratorio de Innovación y creatividad UDP (<http://lincudp.cl/>); Investigación en diseño UDD. (<http://diseno.udd.cl/investigacion/direccion-de-investigacion/>); Grupo de

No obstante, una de las carencias relevantes en el sector, según el *Mapeo de industrias creativas en Chile* (2014),¹⁸ es la falta de un centro promotor del diseño a nivel nacional, que potenciaría la articulación de los actores (organismos públicos, espacios de formación, centros de I+D, centros de transferencia).

Adicionalmente, una de las preocupaciones surgidas en los encuentros participativos fue la existencia de una baja investigación y formación en la elaboración de nuevos materiales y una débil aplicación de tecnologías digitales en la fase de ideación de productos, lo que obliga a la importación de insumos, además de la inquietud por aumentar la «investigación aplicada» por sobre la investigación sobre el diseño.

EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

El diseño es una disciplina altamente adaptable al cambio tecnológico y a las necesidades del mercado (Corfo, 2015). En Chile, ha estado presente a través de las empresas productivas y de servicios, las universidades y centros de educación superior, las asociaciones gremiales y culturales. Sin embargo, aun así, la disciplina no ha logrado posicionarse de forma extendida en el medio empresarial y, por esta razón, el desafío para el desarrollo del país en los próximos años es integrar y difundir el diseño como estrategia para la innovación.

En el ámbito empresarial, su integración es un fenómeno mundial, instalado al constatar su creciente influencia en el desarrollo económico y en las políticas de promoción llevadas a cabo por economías emergentes similares a la chilena, mejorando la competitividad de los productos en el mercado interno e incrementando la participación del país de origen en los mercados internacionales a través del valor

Investigación en Diseño de la Universidad del Biobío.; Centro de Investigación y Gestión en Diseño – I+G Universidad de Valparaíso; Aconcagua FabLab Escuela de Diseño Universidad Católica de Valparaíso (<http://www.ead.pucv.cl/temas/aconcagua-fablab/>)

18 Véase en http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo_industrias_creativas.pdf

agregado que significa incluir el diseño en la estrategia empresarial, sus productos y servicios, fortaleciendo la marca país.¹⁹

La tendencia global muestra que el 75% de las empresas con mejor desempeño otorgan al diseño una prioridad estratégica (Price Waterhouse Cooper, 2010); según Tom Peters, las mejoras de la calidad llegan a través de la simplificación del diseño de la fabricación, de los procedimientos y de los procesos, convirtiendo al diseño en el alma y el corazón de la nueva empresa (2005). Sin embargo, en los encuentros participativos realizados en el 2017, los invitados señalaron de manera consistente que, en Chile, las empresas aún no valoran suficientemente el aporte que el diseño puede hacer para la diferenciación de sus productos y servicios y para su competitividad.

El diseño se ha expandido, adquiriendo una diversidad de expresiones creativas que han penetrado como un elemento sustancial en diversos sectores públicos y privados. De esta manera, se ha podido observar como demandantes de servicios de diseño a la educación (30%), las consultorías (22%), el turismo y el transporte-logística (ambos con un 11%). Puede inferirse que son las empresas y organizaciones de mayor tamaño las que incorporan de manera sistemática el componente diseño en sus desarrollos y que es el sector privado el principal sustento de sus producciones, siendo los soportes digitales (30%), los servicios en soporte impreso (23%) y las asesorías (23%), además de los productos (11%) y espacios (12%), los servicios más requeridos.

El sector ha tenido un fuerte desarrollo del diseño independiente asociado al movimiento *maker*,²⁰ y la cultura del *remix*,²¹ entre otros, que han experimentado un auge a nivel mundial, coincidiendo y

19 Marca País es una estrategia de posicionamiento de los atributos identitarios del país para fomentar las exportaciones e importaciones y el turismo, desarrollada por la Fundación Imagen de Chile.

20 El movimiento *maker* tiene que ver con los espacios colaborativos, horizontales, relacionados con aquello que se entiende como «autoproducción». Es decir, a falta de una tecnología de producción masiva, el formato autoproducente otorga la posibilidad de generar productos en base al cruce de la tecnología disponible y los oficios, para proveer al mercado de productos elaborados a baja escala, pero de calidad, a precios accesibles.

21 El *remix* significa utilizar el fenómeno innovador, más que el creativo. Es decir, la revisión de productos ya existentes a los cuales se revisan para, a partir de los mismos,

potenciándose gracias a la propensión de los egresados de las escuelas de diseño a emprender en lugar de emplearse (CNCA, 2014a, p. 228).

En el ámbito de la innovación, hoy el sector diseño ha ido desarrollando espacios de trabajo y colaboración tecnológica para el desarrollo de experimentación y soluciones diversas, como los ya mencionados FabLab, ligados generalmente a universidades.

PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Uno de los problemas asociados a la innovación es la dificultad para proteger la propiedad intelectual. La legislación vigente y los excesivos tiempos de tramitación del registro —cuyo promedio puede llegar en el caso de los diseños a 2,3 años y en el de las patentes a 4,2 años—, dificultan la protección de derechos, a lo que se suma la escasa información y difusión de las gestiones que deben realizarse para registrar los derechos de propiedad intelectual asociados a un producto o un servicio. Además, aún es considerable el número de personas que no reconocen en la propiedad intelectual una herramienta para mejorar su competitividad: en los encuentros participativos destacó la falta de conocimientos sobre el tema por parte de los profesionales del sector y la debilidad en este ámbito en los programas de formación.

A través del registro de la propiedad intelectual, el diseño puede ser protegido desde perspectivas diferentes: desde la perspectiva estética, las formas son susceptibles de protección por la vía del diseño o dibujo industrial; desde una perspectiva funcional, el diseño puede constituir una invención y, por consiguiente, ser protegido mediante una patente de invención o modelo de utilidad; finalmente, desde la perspectiva artística, el diseño puede ser protegido por medio del derecho de autor

agregarles valor, ya sea cambiando, mutando o alterando alguna de sus características para poder nuevamente posicionarlos o establecerlos como fuente de deseo.

En Chile se presentan anualmente, alrededor de 400 solicitudes de registro para diseños y dibujos industriales, de las cuales un 80% corresponden a solicitantes extranjeros, la mayor parte proveniente de Estados Unidos, y solo un 20% a residentes en Chile, lo que constituye una cifra muy baja. El Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi) ha impulsado un proyecto de ley para modificar la legislación de propiedad industrial vigente en Chile (que data de 1991), el que se está tramitando desde el año 2013. Esta iniciativa aspira a mejorar el actual sistema, permitiendo una mejor protección y observancia de los derechos de propiedad industrial, además de establecer procedimientos de registro más eficientes y expeditos. Como ya se ha mencionado, la dilación en las tramitaciones puede producir que los titulares de los derechos no sean oportunamente protegidos, dificultad que se intensifica en el rubro del diseño, dadas sus características particulares. Es por ello que, en materia de diseños industriales y modelos de utilidad, el proyecto de ley establece procedimientos alternativos de registro que, justamente, buscan adaptarse a la inmediatez exigida por el rubro, simplificando los trámites necesarios para obtener el registro de este tipo de derechos de propiedad industrial.

EL DISEÑO EN LA ECONOMÍA Y SU COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es también un aspecto crítico de la cadena de valor del sector del diseño, dada la baja profesionalización de sus actores en este ámbito, tema mencionado permanentemente en los encuentros participativos.

La mayor parte de la producción del sector diseño es destinada a un tipo de consumo intermedio, por sobre el consumo directo: los productos y servicios de diseño como, por ejemplo, el embalaje, desempeñan una labor relevante a la hora de dar valor a otras creaciones, agregando valoración a la producción de otras empresas, por lo que son requeridos, en su mayoría, como insumo para los productos finales elaborados por otros.

En particular, los emprendedores encuentran serios problemas para la comercialización de su producción, dada su escasa experiencia y a la economía basada en el crédito, la economía de escala y la fuerte competencia que representa el *retail*. Por ello, dado sus limitados accesos a canales de comercialización, la venta y difusión se efectúan, en su mayoría, a través de tiendas boutique, *showrooms*, talleres propios, por contacto directo con las grandes tiendas, o por colectivos creativos, que agrupan a creadores independientes o de diseño de autor en espacios físicos o virtuales.

En general, en la cadena productiva del sector diseño son pocos los agentes —distintos a las propias empresas— que intervienen en la comercialización y distribución de los productos. La estrategia de comercialización es mayormente directa, es decir, el agente comercializador es la propia empresa. No obstante, en ocasiones, actúan agencias intermediadoras entre la empresa de diseño y el cliente final, por ejemplo, agencias de comunicación, de *marketing* u oficinas de arquitectura.

En cuanto a los canales de difusión, que tienen un rol central en la propagación de la actividad del sector y en el aumento de la competitividad de las empresas, se pueden identificar, los medios de comunicación, como suplementos en prensa; publicaciones digitales e impresas y revistas especializadas en temas de diseño; los medios digitales como blogs y sitios web personales o colectivos, en los cuales los diseñadores se dan a conocer y publican sus trabajos; los eventos de promoción del sector, tales como, workshops, foros y congresos, ferias y bienales, y promoción de *showrooms* que actúan como canales de difusión y encuentros entre creadores; y la academia, que pone en valor, difunde y genera reflexión a partir de trabajos del sector diseño, mediante seminarios, charlas, exposiciones, entre otros.

El consumo directo por su parte, asociado a la compra de productos terminados que son adquiridos por un consumidor directo, se observa como un tipo de consumo emergente, que va en aumento, y que tiene potencialidades para un desarrollo futuro, pues, si bien las micro y pequeñas empresas participan muy poco incorporando

diseño como valor agregado a su producción, por lo que no son un tipo de consumidor actual real, sí lo son potencialmente, ya que se ha ido comprendiendo e integrando el diseño, progresivamente, como una estrategia para incorporar competitividad.

Más allá de las distintas vías de consumo referidas, la relación productor-consumidor es un tema crítico, particularmente por la valoración que tienen estos últimos respecto de los servicios ofrecidos. Aunque existen clientes que conocen el diseño, y reconocen la importancia que tiene como valor agregado a su empresa, hay otros que no lo valoran o desconocen su importancia.

APORTE DEL DISEÑO A LA ECONOMÍA

Sin lugar a dudas, el diseño tiene un valor social, que se materializa, entre otras formas, en la economía, pues desempeña un papel fundamental en la competitividad de las organizaciones, en el crecimiento económico del país, en la consolidación y difusión de las identidades locales y en el desarrollo de la innovación y el emprendimiento social, con el potencial de incrementar la productividad del resto de la economía (Corfo, 2015).

El sector del diseño corresponde a un 0,6% de la economía creativa del país y es, entre los cuatro sectores priorizados por el Programa Estratégico de Economía Creativa 2016, el que ha permanecido más estable en el tiempo.

El diseño, visto como una industria creativa, es un sector con alto potencial de crecimiento, lo que se sustenta no solo en experiencias internacionales, sino también en las propias exportaciones nacionales de servicios relacionados con la cultura, las que han ido cobrando mayor relevancia, incrementándose de un 18,2% en el 2013, a un 22,4% en el 2015. Sin embargo, al observar cada sector creativo en forma independiente, se aprecia que el desarrollo ha sido dispar y que no todos los sectores han aumentado sus ventas, sus exportaciones o la cantidad de empresas.

Pese a la expansión que ha experimentado el diseño, al aumento de la renta promedio de los trabajadores dependientes (Gráfico 7) y del número de empresas dedicadas al rubro —de 958 en el año 2005 a 1.023 en el 2013 (Gráfico 8)— se observa un descenso en las ventas (en unidades de fomento), pasando de 1.823.046 UF en el año 2005, a 1.633.699 UF en el 2013 (Gráfico 9).

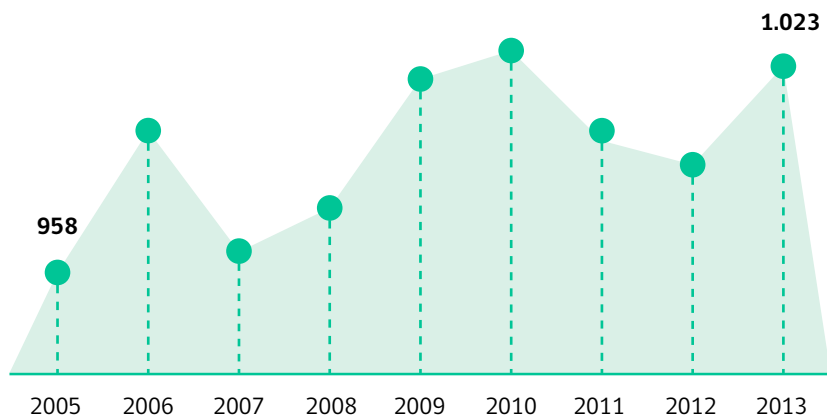
Por otra parte, en el mismo periodo, se ha observado un aumento de trabajadores independientes, con la inestabilidad laboral que esto conlleva, dado que el emprendimiento se ha comenzado a mostrar como una opción válida ante la proliferación de carreras de diseño y la gran cantidad de egresados y titulados, que van en desproporción con la demanda de fuerza de trabajo. De ello dan cuenta las bajas tasas de empleabilidad observadas, así como también los bajos salarios existentes en el área.

GRÁFICO 6 Renta promedio de trabajadores dependientes del sector diseño (en UF), 2005-2013



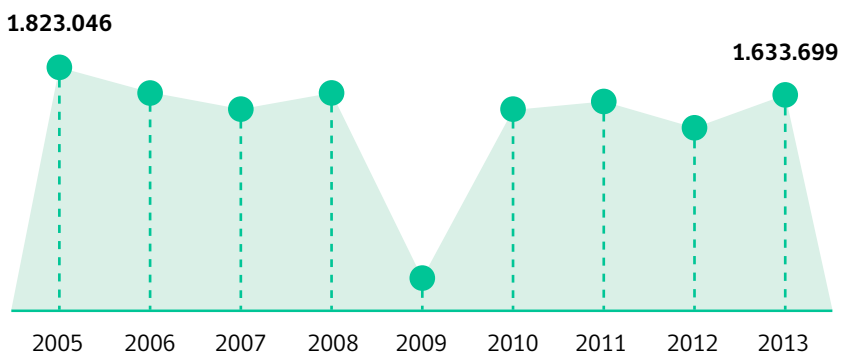
Fuente: Obtenido de Minecon (2015).

GRÁFICO 7 Número de empresas del sector diseño, 2015



Fuente: Obtenido de Minecon (2015).

GRÁFICO 8 Ventas del sector diseño (en UF), 2015



Fuente: Obtenido de Minecon (2015).

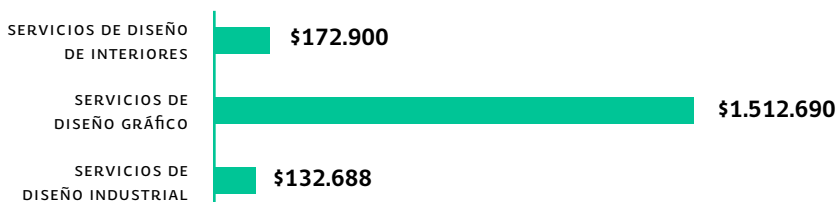
Por otro lado, el diseño, pese a ser una de las disciplinas con mayor participación de empresas en el mercado actual de las industrias creativas, representa una de las menores ventas, lo que indica un gran potencial de expansión en este ámbito.

Cabe destacar que las exportaciones asociadas a servicios creativos, como los de diseño gráfico, industrial, y de interiores, han comenzado a mostrar una fuerte tendencia al alza. Aún así el diseño durante el 2015 aportó el 0,8% de las exportaciones de servicios creativos totales, pudiendo con ello ser aun considerada un área débil dentro del mercado internacional. Por su parte el comercio electrónico ha evolucionado de manera progresiva en América Latina, siendo nuestro país —además de Brasil, México y Colombia—uno de los líderes, con tasas de crecimiento de 20% anuales o más.

Esto evidencia la presencia de un nuevo nicho para los diseñadores independientes que se debe explotar aún más, acompañado del desarrollo de capacidades para el comercio electrónico y de la coordinación con el Servicio Nacional de Aduanas y el Servicio de Impuestos Internos, a fin de que el sector adquiera fuerzas. La falta de conocimientos de los propios diseñadores para este fin fue destacada en los encuentros participativos como una de las debilidades del sector y, por lo tanto, un ámbito que la política pública debería abordar.

Las cifras de exportación de servicios de diseño del 2015 muestran que la cifra más alta corresponde a servicios de diseño gráfico, con US\$1.512.690, seguida de servicios de diseño de interiores, con US\$172.900, y servicios de diseño industrial, con US\$132.688, lo que en total suma US\$1.818.277.

GRÁFICO 9 Montos de exportación de servicios de diseño (en US\$ FOC), 2015



Fuente: Base a datos provistos por el Servicio Nacional de Aduanas (2015).

No es posible contar con cifras más específicas en relación a las exportaciones e importaciones, entre otros motivos, debido a que el sistema de clasificación de productos exportados (sistema armonizado) utilizado por el Servicio Nacional de Aduanas no permite aún distinguir con mayor precisión la composición de los distintos subsectores comprendidos dentro del diseño, ni contar con este tipo de información para las importaciones de servicios. Por otro lado, y con respecto a la medición de empresas y trabajadores independientes, siendo la fuente el Servicio de Impuestos Internos, las estadísticas consideran solo a empresas y a aquellos profesionales independientes que han iniciado actividades formalmente, por lo que los trabajadores informales no se encuentran incluidos. Uno de los desafíos a este respecto es la generación de métricas que permitan dimensionar el aporte a la productividad de sectores tradicionales (Secretaría de Economía Creativa del Consejo de la Cultura, 2016).

VALORIZACIÓN DEL DISEÑO CHILENO

El diseño gráfico, industrial, de servicios, y en general todas sus variantes y subsectores, conservan como característica esencial el potencial de añadir valor a los sectores que lo utilizan como insumo, ya sea porque comunica de mejor forma las características de un producto o una marca a las personas o, bien, porque mejora procesos internos para la producción de bienes organizacionales o previos, por medio del prototipado de bienes o servicios finales.

Pese a lo anterior, aún hay quienes conciben el diseño como un bien suntuario y desconocen o no valoran su aporte social, cultural y patrimonial, debilidad que fue reconocida por los propios actores del sector en los encuentros participativos realizados en el 2017. Por esta razón, los cultores de la disciplina se han visto en la necesidad de construir un aparataje desde la misma, y para la misma, durante los últimos 25 años, con el objetivo de que el diseño salga de su esfera, para así involucrarse con el entorno y los ciudadanos y abrirse al lenguaje popular, en tanto los profesionales del sector acusan un desconocimiento, no solo de lo que es el diseño y para qué sirve, sino que respecto de la técnica y el cómo involucrar al diseñador en procesos productivos.

En las jornadas de participación regionales también se destacó la falta de información y visibilidad de los productos hechos a mano, así como de un mercado que los comercialice. En este mismo contexto, se mencionó además que el *retail* y la economía de escala ha desvalorizado al diseño y a la artesanía en las distintas instancias de exhibición y venta, haciendo ver en ocasiones que, en comparación, los precios son excesivos, por lo que se manifestó la necesidad de fomentar una estrategia integral de visibilización de la contribución social del diseño y su capacidad de agregar valor.

Según los profesionales del área del diseño que asistieron a las jornadas participativas existe una desvalorización de la labor del diseñador a raíz de la baja empleabilidad y la saturación de la oferta de profesionales de diseño. Además, consideran que, más allá de la academia, les es difícil llegar al público en general, y en las ferias les cuesta vender sus productos porque, además, hay baja concurrencia.

Por otra parte, los participantes expusieron la existencia de un mercado muy cerrado y la imposibilidad de tener presencia internacional sin un diferenciador estético. En este sentido, plantearon la necesidad de generar una estética local para poder darse a conocer y ser valorados internacionalmente, aunque consideran que los costos de producción son elevados para realizar una producción masiva cuyo objetivo sea la internacionalización, lo que desincentiva la presencia en ferias internacionales y, a su vez, el que se aprecie el diseño de nuestro país.

Dentro de los circuitos de comercialización a nivel nacional, destacan distintas ferias que, en su mayoría, promocionan la decoración o el vestuario. Entre ellas, se distinguen algunas con muchos años de trayectoria como por ejemplo: Bazar ED, que lleva organizándose doce años y es considerada la feria de decoración, moda y diseño más grande del país; Masdeco Market, que se realiza en dos versiones cada año; Ropero Paula, feria que lleva promoviéndose seis años consecutivos, en la que existe una amplia oferta de ropa, zapatos, carteras, joyas y accesorios; Feria Taconeras; y Moda Chile Pop Up Store, organizada por la asociación gremial de diseñadoras en Chile, Moda Chile.

Por otra parte, el diseño nacional ha comenzado recientemente a tener una destacada participación en muestras nacionales e internacionales de diseño. Desde el Estado y en particular desde el Consejo de la Cultura, se han llevado a cabo una serie de acciones de promoción del diseño chileno en los mercados internacionales, buscando visibilizar y poner en valor este sector a través, fundamentalmente, de la participación en ferias internacionales. El uso de materiales locales como maderas nativas, barro, fibras vegetales y metales, en determinadas obras, proporcionan un sello distintivo y un elemento diferenciador en el contexto general, que pone en valor el diseño de nuestro país.²²

Entre las ferias internacionales en las que el sector ha participado destacan: el Festival Internacional de Diseño de la Ciudad de Buenos Aires (2012), Chilean Design Now, London Design Festival (2012), Passion Chilean Design Vision, Milano (2012), High Noon: A Design Portfolio from Chile, London Design Festival (2013), Chilean Design is Moving, Milano (2013), FCL/D: Chilean Fashion Design, Milan-London (2015), Nuevos Creativos Chilenos, Lima Design Week (2015), Área/TEST, Central de Diseño Matadero Madrid (2016), Chilean Pavilion, London Desing Bienales (2016), y la Bienal Iberoamericana de Diseño, muestra de diseño iberoamericano que se celebra cada dos años en Madrid, una de las citas más importantes de promoción del diseño contemporáneo desarrollado en Latinoamérica, España y Portugal.²³

²² Entre las iniciativas más relevantes de este tipo es posible mencionar el Festival Internacional de Diseño de la Ciudad de Buenos Aires del año 2012, donde Chile fue el invitado de honor; el pabellón Chilean design now, exhibido en The London Design Festival del año 2012; la exhibición Passion + Vision, Chilean Desing Milano 2012, primer muestra de diseño chileno en Italia; High Noon: A Design Portfolio from Chile, London Design Festival del año 2013; Chilean design is moving, el 2013 en Milán; FCL/D: Chilean Fashion Design, Milan-London (2015); Nuevos Creativos Chilenos, Lima Design Week en 2015; Área/TEST, Central de Diseño Matadero, en Madrid durante el 2016; Chilean Pavilion, London Desing Biennale, el 2016; y la Bienal Iberoamericana de diseño, que es una muestra de Diseño Iberoamericano que se celebra cada dos años en Madrid, y que es una de las citas más importantes de promoción del diseño contemporáneo que se realiza en Latinoamérica, España y Portugal.

²³ No existe información desagregada acerca de cifras de participación en las ferias por exponentes nacionales.

Por otro lado, destacan también a nivel nacional otros hitos, como el encuentro LOCAL, un espacio de exhibición donde se presenta mobiliario, vestuario, objetos utilitarios y decorativos y zapatería, producidos a mano, localmente y a pequeña escala; IMPRESIONANTE, feria de publicaciones y arte impreso realizada en Chile, organizada por el colectivo La Nueva Gráfica Chilena y Editorial Vortex; el Festival de Diseño & Cultura Visual Latin Lover, una plataforma internacional de acción, reflexión y difusión del diseño y la cultura visual contemporánea latinoamericana organizada por el Campus Creativo de la Universidad Andrés Bello; FESTILUS, festival internacional organizado por PLOP! Galería bajo un formato que incluye conferencias, exposiciones, feria y talleres, y que reúne a destacadas figuras de la ilustración chilena y extranjera, con editores, escritores, diseñadores, publicistas, académicos, estudiantes y público general para disfrutar de la ilustración, reflexionar sobre su presente y proyecciones, y promover la profesionalización de la disciplina en nuestro país; Latinoamérica Es Moda, Latin Trends, evento que tiene como objetivo internacionalizar marcas del cono sur, dentro de los que figuran marcas nacionales y del resto de Latinoamérica, como Argentina, México, Perú y Brasil; y la Bienal de Tipografía Latinoamericana, un encuentro en torno a la tipografía en sus distintas versiones.

Sin embargo, pese al esfuerzo realizado en este ámbito, aún no es posible dimensionar el impacto de las acciones de promoción del diseño nacional en el extranjero. Hay debilidades en el seguimiento a los profesionales del sector que han participado de estas ferias y espacios de exhibición, lo que no ha permitido conocer los beneficios que puedan haber obtenido en el tiempo, ya sea incidiendo en su reconocimiento profesional nacional o internacional o en las exportaciones de sus productos y servicios. Esta situación es percibida por los asistentes a los encuentros participativos, quienes señalaron la relevancia de levantar dicha información y ponerla a disposición del sector, a manera de buenas prácticas.

PRESENCIA DEL DISEÑO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Hoy en día, circulan diversas publicaciones especializadas en diseño, o relacionadas con este, en el país; entre ellas destacan las revistas *Diseña* (Pontificia Universidad Católica de Chile), *Base* (Universidad del Desarrollo), *180* (Universidad Diego Portales), *Revista Chilena de Diseño* (Universidad de Chile), *Vivienda y decoración*, *Joia*, y *MásDeco* y *VD*, publicaciones de circulación masiva y distribuidas junto a los periódicos *La Tercera* y *El Mercurio* respectivamente.

Sin embargo, pueden verse dos tendencias, una que relaciona al diseño a lo meramente estético y decorativo, y otra vinculada a la academia, lo que implica que no se abordan la promoción del diseño como proceso, su funcionalidad en los productos o los objetos de diseño, así como la posibilidad de abrirse a todo público, mediante un formato interactivo.

En el caso de la televisión, existen pocos espacios especializados en la materia, y los existentes tienen relación únicamente con la decoración, como por ejemplo los programas del canal 13c²⁴ y ARTV.

El primer programa de televisión de corte magazinezco, informativo y cultural especializado en diseño gráfico y artes visuales, no se produjo para la televisión abierta, sino que para la señal web de Televisión Nacional de Chile (TVN), y para la transmisión internacional de este mismo canal: Prisma TV expone portafolios y estudios de diseñadores, además de entrevistas a diseñadores que tiene la posibilidad de establecer y difundir su postura y visión frente a diversas temáticas relacionados con la disciplina. El que exista solo un programa de televisión como este da cuenta de la poca exposición que tienen estas temáticas y/o el bajo interés que provocan, lo que, a su vez, genera el cuestionamiento acerca de que tan accesible son el diseño y sus saberes para los televidentes.

²⁴ Dentro de su programación destaca el programa CityTour, que tematiza arquitectura, urbanismo, cultura visual, cultura urbana, diseño, tendencias y turismo urbano, principalmente de Santiago.

En las jornadas de participación regional, la relación entre diseño y medios de comunicación, especialmente el periodismo, fue sindicada como centralista, dada la poca cobertura y exposición que tienen las regiones en general, y más en términos del diseño, a diferencia de Santiago. Por esta razón, se planteó la necesidad de una mayor difusión, aprovechando las posibilidades que entrega la tecnología actual a través de internet y las redes sociales, y rescatando la potencialidad de ciertas plataformas web para vender, incluso más que en las ferias, y el acercamiento que pueden generar entre los diseñadores, colaborando a la vinculación en el gremio.

LA RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN ESCOLAR

La integración de las prácticas del diseño en la experiencia pedagógica repercute en la mejora de la capacidad de observación y el entendimiento del entorno en que vivimos, pues permite comprender las identidades y, en ese sentido, la diversidad cultural y los distintos modos de vida existente. Por otro lado, entrega también herramientas para desarrollar la capacidad crítico-analítica, que ayuda a reconocer problemas cotidianos del entorno y a generar propuestas innovadoras que tiendan a resolverlos (CNCA y Mineduc, 2016).

Por sus potencialidades para el trabajo interdisciplinario, y como disciplina proyectual, el diseño constituye un gran aporte a la Educación Básica y Media, por ejemplo, en la Educación Tecnológica, asignatura obligatoria según el actual currículum escolar: «El diseño debe tener un rol central en la educación tecnológica del país y, dado su sentido interdisciplinario, puede aportar un nuevo impulso al desarrollo del currículum para educación básica y secundaria en esta asignatura» (Castillo, 2013, p. 6).

La integración de las metodologías propias del diseño a los procesos de enseñanza-aprendizaje, a su vez, representan un aporte valioso para desarrollar trabajos interdisciplinarios, ya que en esta disciplina la dimensión creatividad y funcionalidad se conjugan y son, además, muy beneficiosos en términos de expresión, ya que permiten

conocer el lenguaje gráfico y sus principales principios, ampliando las posibilidades comunicativas.

La relación entre el diseño y la educación escolar hoy en día en nuestro país se caracteriza por la inexistencia de una transmisión profunda en textos escolares en temas de folclor, patrimonio y diseño en general. De modo que, al no haber conocimiento, no se consolida un interés real por estos temas por parte de los estudiantes, generándose una falta de vinculación entre la educación y el diseño.

IDENTIDAD Y DESARROLLO TERRITORIAL

El que las decisiones y grandes oportunidades laborales se encuentren concentradas en gran medida en la región Metropolitana, ha redundado en el centralismo con el que se ha desarrollado el sector del diseño, lo que se puede apreciar en que la gran mayoría de las actividades de reflexión y promoción del diseño, como las ferias, seminarios, charlas y bienales, se realizan en Santiago; este hecho y el que los proyectos Fondart de diseño seleccionados provengan en su mayoría de la región Metropolitana, fue una de las principales inquietudes señaladas por los asistentes a los procesos participativos.

Dicha situación ha obligado a que los profesionales del área deban emigrar a la capital para optar a más opciones de desarrollo de la disciplina, hecho que ha detonado en regiones un diálogo deficiente entre los actores involucrados, especialmente los profesionales, las escuelas, sus estudiantes y especialidades (gráfico, industrial, etcétera), comparados con otras actividades creativas, provocando, además, que no existan espacios permanentes en regiones para la comercialización y visibilización de los productos locales.

Con respecto a los procesos productivos, se presenta una dificultad bastante más compleja relacionada con el centralismo; por una parte, los diseñadores en regiones tienen poco acceso a materias primas importadas, por ejemplo, en el caso del diseño de vestuario, y por otra, el uso de materias primas locales, específicas de las

realidades territoriales, no es incentivado por instrumentos locales de financiamiento y promoción.²⁵

Respecto de su impacto en el desarrollo territorial, el diseño, en tanto metodología para pensar soluciones, aporta técnicas y tecnologías específicas que pueden generar polos de desarrollo territorial en base a la identidad e historia, por ejemplo, de un barrio.²⁶ En ese marco, se pueden mencionar dos experiencias exitosas de estrategia, a escala de barrio, para el desarrollo y crecimiento de sectores específicos de Santiago, generando un vínculo virtuoso entre vecinos residentes y vecinos transitorios, como los locatarios. Uno de los casos es el del barrio Italia, cuyos vecinos organizaron la Corporación Barrio Italia, y los vecinos del barrio Esmeralda, quienes constituyeron la Fundación Barrio Esmeralda.

La Corporación Barrio Italia, que se desarrolla con el apoyo de Corfo, reúne a empresarios y emprendedores para enfrentar de manera asociativa los desafíos del barrio, como el desarrollo inmobiliario, el aumento de la población y el incremento de la actividad comercial, tratando de armonizarlos con la identidad y el patrimonio local.

La Fundación Barrio Esmeralda, que surgió de la instalación de nuevas tiendas de diseño, la recuperación de inmuebles patrimoniales y la organización de eventos artísticos en el espacio público, por su parte, ha configurado una propuesta llamada Barrio&Diseño, que busca preservar el patrimonio de este sector y que cuenta con la activa participación de sus vecinos.

25 Un ejemplo del diseño con materiales locales, es el uso del boqui pil pil, que crece en las quebradas de Mehuín, en San José de la Mariquina, cuyos cultores han recibido reconocimiento local, regional y nacional, llegando a recibir una de sus cultoras, Ángela Riquelme, el reconocimiento de Sello de Excelencia a la Artesanía Unesco 2011. No obstante, los territorios donde crece el boqui pil pil, no cuentan con medidas de protección de ningún tipo frente a la explotación inmobiliaria y maderera, por lo que el material no cuenta siquiera con medidas e instrumentos de protección, lo que hace difícil su acceso.

26 Cabe destacar, una serie de publicaciones editadas por el CNCA como aporte del diseño al desarrollo territorial local: *Guía Barrio Italia* (2012); *La Ruta de los Palacios y las grandes casas de Santiago* (2015); *La Ruta del Cíté: el diseño de una forma de vida* (2015); y *Barrio Franklin. Guía Patrimonial* (2016).

Cabe preguntarse sobre la posibilidad de realizar experiencias similares en otras ciudades y localidades del país. ¿Es deseable y/o factible replicar estos casos en otros sectores del país, atendiendo, por supuesto, las especificidades de cada territorio? Se abre en este campo un desafío para el desarrollo del sector del diseño a nivel nacional.

DISEÑO Y PATRIMONIO

La noción de patrimonio contribuye a la revalorización continua de las culturas y las identidades; es un vehículo importante para la transmisión de experiencias, aptitudes y conocimientos entre las generaciones. Además, es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación, las que generan los productos culturales contemporáneos y futuros.²⁷

En ese contexto, es necesario comprender que el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativas a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.²⁸

El diseño, de acuerdo a sus facultades de analizar y sintetizar, para reelaborar, reinterpretar y recrear realidades nuevas, tiene la capacidad de concretar a través de formas y objetos la identidad cultural. Por tanto, esta disciplina tiene las herramientas para poder plasmar a través de distintas manifestaciones, materiales e inmateriales, las tradiciones y contextos sociales.

En el caso particular del diseño gráfico, se puede dar cuenta de cómo a través de los años estuvo ligado al entorno político y social que ha definido el contexto histórico de Chile, plasmando la realidad nacional.

²⁷ Véase: *Indicadores Unesco de cultura para el desarrollo. Patrimonio*, en <http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>

²⁸ Véase: <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

De acuerdo a la trascendencia del diseño y de la representatividad de la identidad sociocultural de un momento determinado de la historia, se pueden mencionar, el afichismo social de Vicente Larrea, la herencia muralista que expone la Brigada Ramona Parra, las marcas y carátulas musicales desarrolladas por Quilapayún e Inti Illimani, así como la gran pregnancia del obrero en la marca de Cementos Polpaico, diseñadas por Velox Publicidad, todas altamente representativas del contexto social y político del período comprendido entre 1960 y 1970, formando parte de nuestra memoria gráfica cultural.

Por otra parte, nos encontramos con el desarrollo del patrimonio a través del diseño industrial en Chile, que resulta igualmente representativo del contexto social del país. Ejemplo claro de ello es el Yagan, vehículo utilitario tipo jeep diseñado y producido artesanalmente por el consorcio Corfo-Citroën en la década de los setenta del siglo pasado, bajo requisitos de máxima economía. Otro claro ejemplo es la silla Valdés, construida semi-industrialmente y cuya armonía y visualidad la transformaron en un objeto de culto. Hoy en día, es posible ver estas piezas como verdaderas joyas del diseño nacional, representando fielmente un fragmento de nuestra cultura, y formando parte del patrimonio del diseño chileno (Domínguez, s.f.).

El cuestionamiento por la identidad del diseño chileno es un ámbito de alto interés, tanto con fines creativos y patrimoniales, como en relación a su valoración por parte de la ciudadanía, siendo de sumo interés su abordaje desde una perspectiva académica y desde la comunicación.

En este sentido, la pregunta que más surge es ¿cuál o cuáles son aquellos elementos que permiten determinar la identidad del diseño chileno? ¿Cuáles son precisamente esas cualidades que afianzan la diferenciación con otros países que también realizan diseño? ¿Quiénes debieran identificar esos valores «separadores» que nos permitirían asentar la identidad del diseño chileno? ¿Los chilenos, los extranjeros? ¿Hay una visualidad que nos es propia? ¿Esa visualidad es en origen nuestra o es una mixtura de distintas influencias, como lo es la sociedad chilena? Hay diversos ejemplos que hablan de esta influencia en el caso del diseño: el muralismo de origen mexicano y cubano, con gran

influencia en el afiche chileno; la relevancia de diferentes académicos y diseñadores internacionales, tanto en el desarrollo de la formación profesional de la disciplina como en el ámbito editorial; y toda la camada de diseñadores internacionales invitados desde los noventa que abrió el abanico para conectar Chile con el diseño pos dictadura.

Luego, ¿esta identidad se construye por la élite que desarrolla la disciplina, o es un proceso donde el lenguaje popular también tiene cabida? Lo único que hoy podemos concluir es que al parecer esa identidad está en construcción. Lo mismo se concluye de lo emanado de las jornadas participativas, pues tras las consideraciones de los profesionales del sector, se evidencia la ausencia de una identidad local definida que permita potenciar el diseño:

... el diseño, por lo menos a nivel local regional, está inevitablemente relacionado a la artesanía, los oficios, el arte e identidad cultural, y ahí tenemos un problema porque no hay nadie que regule. Nos encontramos en ferias costumbristas, artesanales, con un montón de cosas que no tienen nada que ver con el patrimonio (...) mi pregunta es quién regula lo que expone como identidad y patrimonio, estamos dando una imagen falsa, contaminada... (CNCA, 2017a, p. 17).

En los últimos siete años se ha realizado un trabajo notable de recopilación, plasmado en variadas publicaciones, en gran parte con apoyo de distintos fondos concursables como el Fondo del Libro y la línea de Diseño de Fondart.²⁹ También destaca la colección de tres libros que está generando el diseñador Juan Pablo Fuentes, acerca de la situación contemporánea del diseño chileno.

²⁹ Destacan libros como: *Cartas de un tipógrafo yanqui*, *Historia del afiche chileno*, *Historia del diseño gráfico en Chile*, *Monográfico Waldo González*, *Monográfico Oscar Ríos*. *Esto no es una pipa es diseño*, *Monográfico Hernán Garfias*, *Un grito en la pared*, *Escuela de Artes y Oficios*, *Chile Marca Registrada*, *El afiche político en Chile*, *El cartel chileno*, 33 1/3 RPM, Puño y Letra, Artesanos, Artistas, Artífices, *Historia Gráfica de la propiedad industrial en Chile*, *Mecánica Doméstica*.

Este tipo de trabajos aportan reflexión sobre la construcción identitaria y respecto de lo que se ha constituido como «patrimonio» desde el punto de la investigación y rescate. Sin embargo, este patrimonio en construcción, nos remite al pasado: ¿qué estamos realizando para la construcción del patrimonio futuro? ¿Y, qué ocurre con las publicaciones masivas para permear la cultura del diseño en los ciudadanos como ocurrió en los noventa con la revista *Diseño? Hoy*, se encuentran disponibles excelentes publicaciones al respecto, aunque de corte académico, mientras que para el ciudadano que aprecia el diseño, más allá de la decoración, no existen por ahora alternativas; un claro déficit que debe ser abordado.

INICIATIVAS DE RESTAURACIÓN Y ELABORACIÓN DE COLECCIONES

Actualmente, el patrimonio visual se puede encontrar en colecciones de documentos, libros u objetos de arte, por ejemplo, en la Biblioteca Nacional, la que cuenta con secciones como la Sala Medina, la Sección Revistas y la Sección Periódicos. Otros espacios de resguardo son el Museo Histórico Nacional, que cuenta con una colección de fotografía y postales; el Museo Nacional de Bellas Artes (Tejeda, 2001); y el Museo de la Moda, institución privada que reúne, conserva y expone principalmente prendas de vestir, dentro de las cuales destacan piezas desde el siglo V a. C. hasta la actualidad, hecho que le permitió obtener una mención de honor en el III Premio Iberoamericano de Educación y Museos, otorgado por la institución internacional Ibermuseus.

Otra iniciativa de recuperación es el proyecto llamado Diseño Nacional, Álbum del Imaginario Gráfico de Chile,³⁰ financiado por Fondart y liderado por el profesor de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Pedro Álvarez. Este proyecto aporta al rescate y conservación del patrimonio visual de nuestro país a través de la recopilación y registro de obras gráficas, productos y

³⁰ Véase: *Disenonacional.cl: Al rescate del patrimonio visual de Chile*. <http://www.cultura.gob.cl/actualidad/disenonacional-cl-al-rescate-del-patrimonio-visual-de-chile>

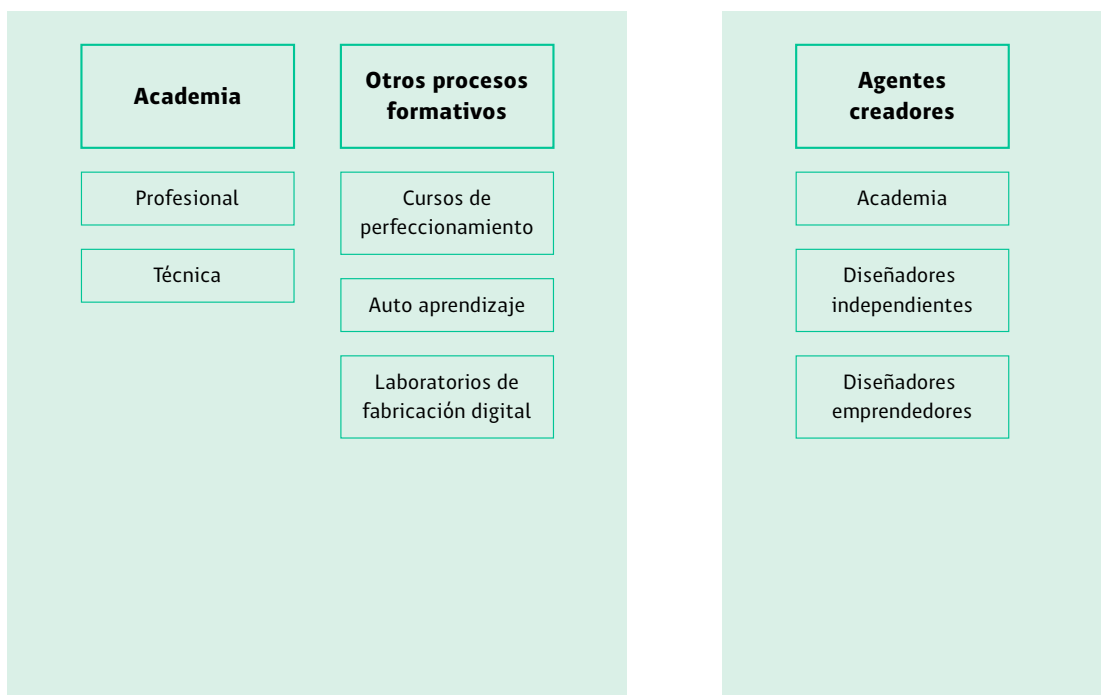
diseños industriales con algún tipo de interés, impacto o carácter de innovación en el medio nacional, mediante una plataforma virtual bilingüe, que permite la descarga gratuita de 2.000 imágenes en alta resolución de gráficas y productos nacionales aparecidos entre 1840 y 1920.

A pesar de la existencia de iniciativas como la descrita, lo que hoy prevalece son espacios transitorios y multidisciplinarios, que han acogido al diseño, dándole cabida, con el fin de ampliar la oferta de programación de dichos espacios; y, en efecto, en los encuentros participativos, los asistentes mencionaron de manera recurrente que no existen espacios a nivel regional para el resguardo del patrimonio de la disciplina.

Entre los espacios expositivos que trabajan actualmente con muestras o acciones que promueven el diseño, se pueden distinguir el Centro Cultural de España (Santiago), el Museo de la Moda (Santiago), la Corporación Cultural de Providencia, la Corporación Cultural de Las Condes, el Centro de Creación Infante 1415, los centros Cecrea, la Casa Azul del Arte de Punta Arenas, la Galería AIEP (Santiago), el Edificio Comunitario y Espacio Cultural de Fundación Minera Escondida (Antofagasta), el Museo de Arte Contemporáneo (Santiago), el Centro Cultural Palacio la Moneda, la Galería del Diseño (Santiago), el Museo de Artes Decorativas (Santiago), el Centro Cultural Gabriela Mistral (Santiago), el Espacio Esquina, el Hotel Maison Italia (Santiago), el Centro Cultural Estación Mapocho (Santiago), el Museo de Arte Contemporáneo de Valdivia y el Parque Cultural Cerro Cárcel de Valparaíso.

DIAGRAMA DEL SECTOR DISEÑO

FORMACIÓN



COMERCIALIZACIÓN



CREACIÓN

Y

PRODUCCIÓN

Otros agentes creadores

Empresas generales de diseño

Empresas especializadas

Empresas de otros sectores

Áreas de producción

Diseño Gráfico Editorial / Fuentes digitales

Diseño Industrial De productos / Mobiliario

Diseño Vestuario Textil / Calzado / Indumentaria

Diseño Servicios Experiencias

Diseño Ambientes Espacios

Otras Áreas

DIFUSIÓN

Canales de difusión

EVENTOS DEL SECTOR

Foros y congresos / Ferias y bienales / Promoción de showrooms

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Digitales e impresos / Revistas especializadas / Suplementos en prensa

ACADEMIA

Canales propios

MEDIOS DIGITALES

Blogs y sitios especiales / RRSS

ÁMBITOS DE ACCIÓN, OBJETIVOS ESPECÍFICOS, MEDIDAS E INSTITUCIONES VINCULADAS

FOMENTO

| OBJETIVOS | MEDIDAS | INSTITUCIONES |
|--|--|---|
| Promover el trabajo colaborativo entre agentes del campo del Diseño, el sector público y el sector privado, para incorporar a la disciplina en las distintas etapas de la cadena de valor del desarrollo de productos. | <p>Incentivar la creación de una Mesa Nacional de Diseño, que integre a los agentes del sector público y privado, considerando al menos las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proponer estrategias para el desarrollo del sector y para promover el impacto social de la disciplina. • Generar instancias de encuentro entre los agentes del sector y de otros ámbitos creativos para promover la asociatividad. • Fomentar un catastro público de diseñadores independientes, oficinas de diseño, empresas, instituciones de educación técnica y superior. | CNCA, Minecon, Corfo, Innova, Asociaciones gremiales, Instituciones de Educación Superior |
| | Promover instancias de trabajo orientadas a la creación de un espacio especializado, que permita la convergencia de los agentes del diseño en instancias relacionadas principalmente con el emprendimiento, la innovación, la tecnología, internacionalización y la difusión del diseño. | |
| | Incentivar al sector privado en el uso de tecnologías del diseño para el fomento de la innovación. | CNCA, Corfo, Minecon-Prochile, Dirac, Gremios y asociaciones del diseño, Instituciones de Educación Superior, Fundación Chile, Laboratorio de Gobierno, ASECH |
| | Favorecer el acceso de los agentes sectoriales a servicios de asistencia técnica, capacitación, prototipado, y fuentes de financiamiento, entre otros. | CNCA, Corfo, Minecon-Prochile, Dirac, Gremios y asociaciones del diseño, Instituciones de Educación Superior, Fundación Chile, Laboratorio de Gobierno, ASECH |
| | Fomentar el desarrollo de proyectos de diseño que generen impacto social. ³¹ | CNCA, Corfo, Gremios, Asociación Chilena de Municipalidades, Laboratorio de Gobierno. |

³¹ Entendemos por impacto social intensivo en diseño el generar productos, servicios o sistemas que —como resultado de la intervención/participación de diseñadores y/o del uso de metodologías intensivas en diseño— contribuyen al bienestar de una comunidad.

| OBJETIVOS | MEDIDAS | INSTITUCIONES |
|---|--|---|
| Incentivar el conocimiento y la valoración del diseño en el trabajo interdisciplinario y en el ámbito productivo, a través de la academia. | Generar iniciativas que fomenten la «investigación aplicada» en el ámbito del diseño en coordinación público y privado. | CNCA, Minecon, Corfo (Subdirección I+D), Instituciones de Educación Superior, Inapi, ACTI Chiletec, Conicyt |
| | Propiciar alianzas e intercambios entre diseñadores profesionales y entidades internacionales que aporten al desarrollo de la disciplina mediante el fortalecimiento de competencias y capacidades. | CNCA, Gremios, Minecon, Minrel, Instituciones de Educación Superior, Prochile, Imagen de Chile |
| Proteger la propiedad intelectual e industrial de las creaciones del diseño chileno. | Incentivar la inscripción de productos y servicios de diseño en el registro de propiedad intelectual, incorporando a las instituciones de educación superior a esta tarea. | CNCA, Inapi, DDI (Dibam), Gremios, Instituciones de Educación Superior |
| Promover la especialización de los agentes del diseño en todas las fases del ciclo de valor de la disciplina, incorporando buenas prácticas y el desarrollo sostenible. | Ampliar la oferta de capacitación especializada para profesionales del Diseño, vinculando a las necesidades territoriales y al quehacer de una empresa. Generar un código de buenas prácticas que promueva el desarrollo de un diseño responsable y sostenible en toda la cadena de valor de la disciplina. | CNCA, Sercotec, Gremios, Instituciones de Educación Superior, DDI (Dibam), Inapi |
| Fortalecer instancias de comercialización y difusión de diseño para su acceso por parte de las empresas y la ciudadanía. | Promover oferta periódica y permanente de espacios e instancias regionales de comercialización y difusión del diseño, incluyendo aquellos hechos a mano. Difundir los instrumentos de financiamiento existentes para el diseño chileno. | CNCA, Corfo, Gremios, Minecon, Agrupaciones y Colectivos de Diseño, Municipalidades, GORES, Inapi, Sercotec |
| Impulsar la vinculación sostenible entre el diseño y la artesanía. | Fomentar instancias de encuentro entre diseñadores/as, artesanos/as y cultores/as de oficios, destinadas al intercambio de saberes y aprendizajes recíprocos. | CNCA, Conicyt, Sercotec, Instituciones de Educación Superior |
| | Promover la incorporación de saberes y técnicas de la artesanía y los oficios a la formación de futuros profesionales del diseño. | CNCA, Instituciones de Educación Superior |

| OBJETIVOS | MEDIDAS | INSTITUCIONES |
|--|---|--|
| Promover el uso de tecnologías digitales para la creación y la diversificación de materialidades. | Generar instancias que permitan explorar el potencial del diseño en la aplicación de tecnologías, en procesos de investigación, desarrollo y producción. | CNCA, Minecon, Corfo |
| | Apoyar la creación de los profesionales del diseño a través de laboratorios de fabricación digital que articulen educación, pymes industria y a otros sectores creativos. | Instituciones de Educación Superior, Corfo, Conicyt, CNCA |
| Impulsar la internacionalización del diseño chileno, que permita el posicionamiento de los agentes del sector, y el valor cultural de su producción. | Fomentar la participación de diseñadores nacionales en exposiciones, ferias y muestras internacionales. | CNCA, DIRAC, ProChile, Fundación Imagen de Chile, Instituciones de Educación Superior. |
| | Crear un sello de diseño nacional, que certifique el valor cultural y el origen de los productos y servicios diseñados a nivel nacional para potenciar su internacionalización. | CNCA, Dibam, Imagen de Chile, Gremios, ProChile, Fundación Imagen de Chile, Inapi |
| | Difundir los instrumentos de financiamiento existentes para la internacionalización del diseño chileno. | CNCA, Prochile, Fundación Imagen de Chile, Dirac, ACHAP |
| | Capacitar al sector del diseño en el uso de herramientas de comercio electrónico (e-commerce) que apunten a los mercados internacionales. | CNCA, ProChile, Gremios, Minecon, Corfo, Sercotec |

EDUCACIÓN

| OBJETIVOS | MEDIDAS | INSTITUCIONES |
|---|---|--|
| Promover en la educación media técnico profesional vinculada al diseño, una formación acorde a las necesidades del mercado laboral. | Incentivar en los establecimientos de educación media técnico profesional, incluir a agentes del sector del diseño para potenciar los conocimientos de los jóvenes en su inserción laboral. | CNCA, Mineduc, Instituciones de Educación Superior |
| Fomentar la aplicación del diseño como herramienta de aprendizaje en el área de comunicación y educación. | Promover la inserción de contenidos, prácticas y metodologías del diseño en procesos educativos formales y no formales. | CNCA, Mineduc |

PARTICIPACIÓN Y ACCESO AL ARTE Y LA CULTURA

| OBJETIVOS | MEDIDAS | INSTITUCIONES |
|---|---|---|
| Impulsar la participación y acceso de la ciudadanía a las diferentes expresiones del diseño, con énfasis en el diseño nacional. | Generar una estrategia de difusión del diseño nacional, dando a conocer el rol de la disciplina en la ciudadanía. | CNCA, Instituciones de Educación Superior, Municipalidades, Dibam, Anatel, Archi, Inapi |
| | Fomentar la presencia del diseño nacional en el marco de otras actividades artísticas y culturales. | CNCA, Gremios, agrupaciones y colectivos del diseño, Municipalidades. |
| | Desarrollar publicaciones sobre el diseño chileno a nivel nacional e internacional. | CNCA, Corfo, Fundación Imagen de Chile, Minrel |

INFRAESTRUCTURA

| OBJETIVOS | MEDIDAS | INSTITUCIONES |
|---|---|--|
| Promover el uso de espacios culturales para el desarrollo del diseño. | Incentivar la facilitación de espacios para visibilizar el diseño, por parte de instituciones públicas y privadas. Promover la incorporación de la disciplina en los centros culturales a través de iniciativas de diseño de información y mobiliario entre otros. | Asociación Chilena de Municipalidades, Universidades, Instituciones de Educación Superior, CNCA, Intendencias, Gobernaciones |

PATRIMONIO CULTURAL

| OBJETIVOS | MEDIDAS | INSTITUCIONES |
|---|---|---|
| Promover el diseño a través de la generación de polos de desarrollo considerando la memoria e identidades de los territorios. | Incentivar acciones que relevén las identidades de los territorios y comunidades, a través de las diferentes expresiones del diseño. | CNCA, Ministerio de Bienes Nacionales, Asociación de Barrios Patrimoniales, Sercotec, Fundación Imagen de Chile |
| Contribuir al resguardo de colecciones materiales referidas a las diferentes expresiones del diseño. | Promover a nivel regional espacios que resguarden la diversidad de expresiones del diseño. | CNCA, CMN, Dibam, Gremios, Red de Espacios Culturales |
| Proteger el diseño patrimonial en las ciudades, reconociendo las identidades de los territorios. | Fortalecer la articulación entre las instituciones del Estado para el desarrollo y mejoramiento integral de los barrios por medio del diseño. | CNCA, CMN, Municipalidades, Minvu, Colegio de Arquitectos |
| | Promover la recuperación de los espacios públicos y el equipamiento atendiendo criterios de inclusión y diversidad cultural, bajo la supervisión de profesionales del diseño. | CNCA, CMN, Minvu, Municipalidades |
| | Generar estrategias de difusión que resguarden el patrimonio material e inmaterial del diseño en espacios urbanos. | CNCA, Minvu, Municipalidades |

ANEXO METODOLÓGICO

El proceso de elaboración de esta Política se desarrolló en base a una metodología diseñada por el Departamento de Estudios del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, la cual tuvo una clara orientación participativa. Se buscó que los diversos actores que forman parte del campo del diseño fueran protagonistas de la construcción de esta política pública, en consonancia con los lineamientos del Instructivo Presidencial para la Participación Ciudadana, anunciado el 6 de agosto del 2014. Este señala, en su punto 3, que «nuestro gobierno entiende la participación ciudadana como un proceso de cooperación mediante el cual el Estado y la ciudadanía identifican y deliberan conjuntamente acerca de problemas públicos y sus soluciones, con metodologías y herramientas que fomentan la creación de espacios de reflexión y diálogo colectivos, encaminados a la incorporación activa de la ciudadanía en el diseño y elaboración de las decisiones públicas.»

Recogiendo insumos de un proceso previo, desarrollado en el 2015 con agentes relevantes del sector, durante el año 2016 se dio comienzo al proceso de construcción de la Política con una fase de levantamiento de información sectorial, realizada por el Departamento de Estudios, el Área de Diseño y un consultor externo. En esta etapa se efectuó un diagnóstico preliminar del estado de situación del sector en Chile, identificándose las principales oportunidades, fortalezas y debilidades que lo caracterizan. De esta forma, se definieron los ejes temáticos que serían abordados durante la siguiente etapa de participación ciudadana, propiciándose, además, una reflexión informada y activa en torno a las diversas problemáticas que afectan el desarrollo del campo de la disciplina.

La etapa participativa se materializó en encuentros regionales llevados a cabo entre abril y mayo del 2017 en seis regiones del país: Coquimbo, Valparaíso, Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Metropolitana. Esta fase participativa del proceso de construcción de la Política de Fomento al Diseño contó con la asistencia de 223 personas, entre las que se contaron profesionales de distintos ámbitos del diseño

(gráfico, vestuario, industrial, de ambientes), académicos e investigadores del área, pequeños emprendedores y empresarios, gestores culturales y profesionales de las comunicaciones, entre otros. Cada uno de ellos pudo aportar al debate desde su ámbito de acción, entregando sus visiones y propuestas.

Durante estos encuentros se identificaron problemas y fortalezas del sector, se realizaron propuestas de medidas de política pública y se identificaron, de manera preliminar, qué instituciones del Estado debiesen estar involucradas o hacerse responsables de su implementación y seguimiento.

La información emanada de los encuentros participativos fue sistematizada por el Departamento de Estudios del CNCA, un trabajo que consistió en consolidar las propuestas de los asistentes, organizarlas en temas en común, clasificando y jerarquizando este material, para redactar finalmente un documento que agrupó la información en ejes temáticos estratégicos, los que consideran objetivos, propuestas de medidas e instituciones que participan en su implementación. Este proceso contempló cinco etapas: elaboración de una base de datos, codificación de las propuestas surgidas de las instancias participativas, reagrupación de esta codificación, construcción de una propuesta de medidas desde la sociedad civil y tabulación de la codificación.

Así, combinados estos tres insumos —levantamiento inicial de información, informe del proceso participativo y estudio de diagnóstico— se sentaron las bases para el trabajo de redacción de esta Política, a cargo de un Comité Técnico-Político —constituido por integrantes del Comité Asesor del Diseño, el coordinador del Área y por profesionales de los departamentos de Fomento y Estudios— que realizó la revisión y validación de las propuestas surgidas, considerando su coherencia con los lineamientos y prioridades programáticas del Área de Diseño y su viabilidad técnica. Además, esta instancia trabajó en la definición de los principios de la Política, de sus objetivos y, finalmente, en la definición de las medidas destinadas a cumplirlos.

Posteriormente, se llevaron a cabo fases de coordinación intrainstitucional e interinstitucional. La primera permitió validar al interior del CNCA los contenidos de esta Política, comprometiéndose sus departamentos y unidades en su implementación y seguimiento. La segunda, en tanto, buscó generar articulación entre los ministerios, servicios e instituciones públicas con competencias en el campo del diseño, lo cual constituye uno de los pilares de esta y todas las políticas culturales desarrolladas por el CNCA, proyectadas como políticas de Estado. En ambas instancias, a grandes rasgos, se identificaron los puntos de articulación con los programas e iniciativas llevadas a cabo por los distintos departamentos y unidades del CNCA y por otros organismos públicos, se proyectaron las articulaciones necesarias en términos de equipos para facilitar una acción coordinada y eficaz, se propusieron prioridades para iniciar el trabajo de articulación y se identificaron las dificultades y los desafíos para avanzar en esta dirección.

Luego, la *Política de Fomento del Diseño 2017-2022*, fue revisada, validada y finalmente aprobada por el Gabinete del Ministro y por el Directorio Nacional del CNCA, quienes velaron porque sus objetivos y medidas fuesen coherentes con los lineamientos estratégicos de la institución y por su factibilidad técnica y financiera.

SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Con el fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos que plantea esta Política y favorecer la transparencia y la rendición de cuentas hacia la ciudadanía, se establecerá un adecuado sistema de seguimiento y evaluación, considerando los procesos e instrumentos de gestión pública desarrollados por el CNCA para tales fines, cuando corresponda.

A través del seguimiento será posible identificar los factores que favorecen y dificultan la ejecución, y proponer medidas preventivas o correctivas de manera oportuna para facilitar el cumplimiento de la Política. Para lo anterior se establecerán las acciones, metas anuales y quinquenales, indicadores y medios de verificación que permitan basar en la evidencia los estados de avance y cumplimiento de objetivos en el corto, mediano y largo plazo. Tales contenidos se desarrollarán en conjunto por los Departamentos de Planificación, Estudios y Fomento de las Artes del CNCA. El sistema de seguimiento deberá aplicarse a partir del primer semestre del año 2018.

Asociado a lo anterior, se desarrollará una estrategia de implementación que tendrá como base el análisis de factibilidad técnica, presupuestaria, orgánica y de coordinación interinstitucional e interministerial necesaria para la ejecución de la Política, que permita además priorizar y planear anualmente el avance para el cumplimiento de la misma. Un elemento clave será la articulación entre los ministerios, subsecretarías y/o servicios públicos con competencias para contribuir al cumplimiento de las medidas propuestas en la Política.

Por su parte, la evaluación de resultados finales de esta Política se realizará una vez terminada, durante el año 2023, considerando un proceso de restitución a la ciudadanía.

Es propósito del CNCA fortalecer la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana en la función pública, entregando un lugar central a la ciudadanía a través del «seguimiento concertado».³² De acuerdo a estos lineamientos, los representantes de la sociedad civil organizada cumplirán una función vital en el cumplimiento de las medidas de la Política, monitoreando su avance y proporcionando aportes en ámbitos complementarios a los estatales, a través de Mesas Mixtas y Comisiones de Trabajo, las que constituyen un espacio de reflexión y diálogo colectivo que los involucrará sostenidamente en el tiempo.

En definitiva, el sistema de seguimiento y evaluación permitirá en el corto, mediano y largo plazo monitorear la ejecución de la Política, conocer sus avances y desafíos, introducir correcciones oportunas y reorientar estrategias cuando corresponda, así como también reportar los resultados objetivos, desde un enfoque donde la sociedad civil organizada es partícipe y protagonista.

32 Como ha sido el caso de la Política de la Lectura y el Libro 2015, que se apropia de esta modalidad de trabajo definido en el documento *Reporte de Seguimiento Concertado. Programas Presupuestales Estratégicos para la Reducción de la Pobreza y la Protección de la Niñez*, de octubre del 2008, Lima, Perú, como «[...] la concertación entre Estado y sociedad civil. A partir de la confluencia de distintas fuentes de información y el desarrollo del diálogo —el planteamiento de preguntas, la construcción de respuestas, consensuándose las alertas y las recomendaciones—, [...] fortaleciendo un espacio de confianza y compromiso. El seguimiento concertado no es lo mismo que la supervisión o el control que debe realizar el propio Estado sobre los servicios que tiene responsabilidad de suministrar a la población. Tampoco es lo mismo que la vigilancia ciudadana que se realiza desde la organización independiente de la sociedad civil. El seguimiento concertado se puede valer de lo producido por la supervisión estatal o la vigilancia ciudadana, pero lo que se acuerde como alertas y recomendaciones tiene que ser aprobado por consenso» (p. 8).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Allard, J. M. (2001). Diseño en Chile ¿Diseño como disciplina?, en *ARQ*, nº 49. Santiago: Ediciones ARQ.

Álvarez Caselli, P. (2004). Historia del Diseño Gráfico en Chile, en *Historia* 38(1). Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.

— (2015). Los inicios de la enseñanza profesional del diseño en Chile, en *Revista Diseña*, nº 9. Santiago: Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

Bonsiepe, G. (1989). Perspectivas del Diseño Industrial y Gráfico en América Latina, en *Dg Diseño*, nº 3.

Castillo, E. (2013). El diseño y la educación tecnológica en Chile, en *Revista Observatorio Cultural*, nº 13. Santiago: CNCA.

Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Gráfico (ico-D) (antes Icograda). (2007). *Congreso Mundial de Diseño de Icograda*. La Habana, Cuba, 20 de octubre de 2007. Citado en <http://tdg1-2010.blogspot.cl/2010/08/definicion-1.html>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) (2014). *Mapeo Industrias Creativas en Chile*. Santiago: CNCA.

— (2016). *Programa estratégico nacional de economía creativa*. Secretaría Ejecutiva de Economía Creativa, CNCA. Disponible en http://www.chiletransforma.cl/wp-content/uploads/2016/05/Presentacion_PENEconomiaCretiva.pdf

— (2017). *Política Nacional de Artesanía 2017-2022*. Santiago: CNCA.

— (2017a). *Sistematización de la información emanada de las jornadas de participación regionales para la construcción de la política nacional de fomento al diseño 2018-2022*. Santiago: CNCA.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) e Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2016). *Estadísticas Culturales, Informe anual 2015*. Santiago: CNCA, INE.

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) y Ministerio de Educación de Chile (2016). *Aportes de los lenguajes artísticos a la educación*. Santiago: CNCA y Mineduc.

Domínguez, C. (s.f.). «Patrimonio del diseño en el entorno social de Chile». *El Mercurio*. Disponible en <http://www.zebrand.cl/project/publicaciones-03/>

Estratégica (2015). *Diagnóstico y caracterización de la Economía Creativa: Brechas y drivers de los cuatro subsectores priorizados y la gobernanza de los esfuerzos públicos*. Santiago: Programa Estratégico Nacional, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Departamento de Economía Creativa.

Fonseca Reis, Ana Carla (org.). *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo* (2008). São Paulo: Itaú Cultural. Disponible en <http://emprendimientocultural.mincultura.gov.co/observatorio/wp-content/uploads/2017/05/Ekonomi%CC%81a-c-reativa-como-estrategia-de-desarrollo.pdf>

Herrera Batista, M.A. (2010). Investigación y Diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación en diseño, en *No Solo Usabilidad*, n° 9. Disponible en http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm

Larrañaga O., Cabezas G., Dussillant F. (2013). *Informe completo del Estudio de la Educación Técnico Profesional*. Santiago: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – Chile.

MatrizModa (2016). *Encuesta «Diagnóstico económico de la moda de autor en Chile»*. Resultados y desafíos. s.l.: MatrizModa.

MatrizModa (2017). *Encuesta «Diagnóstico económico del calzado de autor en Chile»*. Resultados y desafíos. s.l.: MatrizModa.

Palmarolla, H. (2002). *Diseño Industrial y Estatal en Chile 1968-1973*. Conferencia presentada en el ciclo «Testimonios de la Modernidad», 12 de noviembre 2002, Extensión FADEU. Disponible en http://www.guibonsiepe.com/pdf/files/timeline_design_chile.pdf.

Peters, S. (2005). *Diseño: innova, diferencia, comunica*. España: Pearson Educación.

Price Waterhouse Cooper (2010). *Importancia del diseño a nivel estratégico*. s.l.: Price Waterhouse Cooper

Prochile. Mesa sectorial Moda 2014

Pontificia Universidad Católica de Chile (1991). Introducción, en *Catálogo I Bienal de Diseño*. Santiago: Escuela de Diseño, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Rivera Scott, H. (2010). *Artesanos, artistas, artífices: la Escuela de Artes Aplicadas de la Universidad de Chile, 1928-1968*. Santiago: Editorial Ocholibros.

Tejeda, G. (2001). *Diseño patrimonial chileno*, en ARQ 49. Santiago: Santiago: Ediciones ARQ.

van de Velde, H. (1959). *Hacia un nuevo estilo*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Vicuña, M. (2010). Análisis de tendencias en la enseñanza de posgrado en diseño en un contexto de diversificación de la profesión del diseñador, en *Calidad en la Educación*, nº 33. Santiago: Consejo nacional de Educación. Disponible en http://cned.drop.cl/sites/default/files/revista/cse_articolog62.pdf

SITIOS WEB DE INTERÉS

<http://wdo.org/about/definition/industrial-design-definition-history/>

<http://www.duoc.cl/carrera/disenio-de-vestuario>

<http://www.duoc.cl/carrera/disenio-de-ambientes>

<http://modachile.org/>

<http://www.estrategiaynegocios.net/lasclavesdeldia/922494-330/dise%C3%B1o-de-servicios-una-tendencia-que-viene-con-fuerzas>

https://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160304/asoc-file/20160304100655/rev134_OLarranaga-GCabezas-FDussillant.pdf

<http://www.inapiprojecta.cl/>

<http://www.fablab.uchile.cl>

<http://fablabsantiago.org/>

<http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>

<https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>

<http://www.cultura.gob.cl/actualidad/disenonacional-cl-al-rescate-del-patrimonio-visual-de-chile/>

<http://www.lab.gob.cl/>

<http://www.tiposlatinos.com/2016/index.php>

La *Política de Fomento del Diseño 2017-2022* es un instrumento, el primero en su tipo para la disciplina, que permitirá avanzar sustantivamente en la planificación y articulación de las acciones del Estado con respecto a los principales desafíos de un sector en constante transformación, que se ha desarrollado de manera sostenida en los últimos años. En su construcción han sido fundamentales la participación activa y vinculante de la ciudadanía, centrando los énfasis de trabajo no solo en los creadores, sino también incorporando a los agentes culturales, esenciales en la implementación de las políticas culturales.

Hoy existe la certeza de que el aporte social del diseño resulta imprescindible para agregar valor a los procesos productivos y formativos, tanto en el sector público como privado, una noción que, para concretarse, deberá valerse de acciones que promuevan el reconocimiento y la puesta en valor de esta disciplina, como así también de su internacionalización y del acceso equitativo de la ciudadanía a la diversidad de expresiones que esta disciplina permite. Esperamos estar contribuyendo significativamente a lograr estos objetivos a través de las orientaciones que se incluyen en este documento, que busca fortalecer la institucionalidad cultural de nuestro país.

