



CARTOGRAFÍA DE LA INNOVACIÓN EN DISEÑO Y PATRIMONIO *MAPPING OF INNOVATION IN DESIGN AND HERITAGE*

CLAUDIA HURTADO, DIRECTORA EJECUTIVA DE LA FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE / EXECUTIVE DIRECTOR OF FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE

Agregarle valor a la tradición

Adding value to tradition

FOTOGRAFÍAS _PHOTOS: ARCHIVO ARTESANÍAS DE CHILE

LA DIRECTORA EJECUTIVA DE FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE, CLAUDIA HURTADO, CONVERSÓ CON REVISTA BASE DISEÑO E INNOVACIÓN SOBRE CÓMO LA INSTITUCIÓN HA LOGRADO IR MÁS ALLÁ DE LA MERA CONSERVACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES AL INCORPORAR EL DISEÑO EN TODAS LAS ETAPAS DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

THE EXECUTIVE DIRECTOR OF FUNDACIÓN ARTESANÍAS DE CHILE, CLAUDIA HURTADO, SPOKE WITH BASE DESIGN AND INNOVATION MAGAZINE ABOUT HOW THE INSTITUTION HAS MANAGED TO GO BEYOND THE MERE CONSERVATION OF ARTISANAL PRODUCTS BY INCORPORATING DESIGN IN ALL STAGES OF PRODUCTION AND DISTRIBUTION.



CLAUDIA HURTADO NOVOA

Directora Ejecutiva de la Fundación Artesanías de Chile desde marzo de 2018. Profesora de Historia, Geografía y Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con un Diplomado en Administración Cultural en la misma sede universitaria, ha dedicado su carrera a revalorizar la identidad cultural de los pueblos indígenas, a través de la recuperación de oficios ancestrales y del desarrollo de productos de aclamado diseño. Previo a su llegada a Artesanías de Chile dirigía su propio emprendimiento Ideartesana. En ese contexto, en 2012 logró convocar a la empresa CMPC para asesorar el desarrollo de la artesanía como sector económico en Huentelolén (comuna de Cañete) y así refortalecer la cestería como patrimonio cultural de la Región del Biobío.

Executive Director of Fundación Artesanías de Chile (Artesanías de Chile Foundation) since March 2018, Historian Claudia Hurtado has dedicated her career to revaluing the cultural identity of indigenous peoples, through the recovery of ancestral trades and the development of acclaimed design products. Prior to her arrival at Artesanías de Chile, she directed her own venture Ideartesana, where she developed identity and excellence projects. In that context, in 2012, she called the company CMPC to advise the development of handicrafts as an economic sector in Huentelolén (Locality of Cañete) to reinforce basketry as cultural heritage of the Biobío Region.

Como una manera de entregar un marco institucional a los artesanos y artesanas de Chile, en 2002 nació la Fundación Artesanías de Chile con la misión de “preservar, valorar, fomentar y difundir la artesanía tradicional chilena, promoviendo la integración de artesanos/as en los procesos de desarrollo sociocultural y económico del país”. Para ello, busca “aumentar las oportunidades de desarrollo de los artesanos/as tradicionales que poseen algún grado de vulnerabilidad; impulsar estrategias de fomento productivo y comercial que contribuyan a relevar el oficio artesanal como una opción laboral; difundir y educar sobre las distintas expresiones artesanales, valorando su diversidad cultural como elemento constitutivo de nuestra identidad nacional; y, por último, contribuir a la

preservación y rescate de las artesanías tradicionales, estimulando la investigación y el reconocimiento de los oficios que forman parte de nuestro patrimonio cultural material e inmaterial”.

Sus proyectos se organizan en torno a tres programas de trabajo –económico, cultura (extensión y educación) y capacitación–, que funcionan sinérgicamente para entregar plataformas de desarrollo comercial a los artesanos, así como difundir y educar a niños, jóvenes y adultos, acerca del patrimonio material e inmaterial que significan los diversos oficios y los productos derivados de ellos.

La Fundación Artesanías de Chile pertenece a la Red de Fundaciones de la Presidencia de la República y es presidida por la Primera Dama, Cecilia Morel. Para dar cumplimiento a su cometido,

Fundación Artesanías de Chile (Chilean Artisanal Foundation) was created in 2002 as a way to deliver an institutional framework to the artisans of Chile, with the mission of “preserving, valuing, promoting and disseminating Chilean traditional crafts, encouraging the integration of artisans in the socio-cultural and economic development processes of the country”. To accomplish this, it seeks to “increase the development opportunities of traditional artisans who have some degree of vulnerability; promote strategies for

productive and commercial development that contribute to value craft trade as a work option; disseminate and educate on the different craft expressions, valuing their cultural diversity as a constitutive element of our national identity; and finally, contribute to the preservation and rescue of traditional handicrafts, stimulating research and recognition of the activities and products that are part of our material and immaterial cultural heritage”.



Artesana alfarera pueblo Atacameño



Colchanderas del Itata

ha consolidado una red de artesanos y artesanas en todo el territorio nacional, aplicando principios de comercio solidario sin intermediación, asegurando transacciones comerciales éticas basadas en un modelo sustentable y cumpliendo con altos estándares de calidad en cada una de sus piezas. Su trabajo se nutre de la colaboración de un comité de expertos en artesanía tradicional, quienes evalúan la pertenencia de las piezas artesanales que exhiben y comercializan en sus seis tiendas.

Claudia Hurtado es la directora ejecutiva de la Fundación, cargo que asumió el 11 de marzo de 2018. Profesora de Historia, Geografía y Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, con un Diplomado en Administración Cultural de la misma sede universitaria, ha dedicado su carrera de historiadora a rescatar la identidad cultural de los pueblos indígenas a través del fomento de la artesanía tradicional.

¿QUÉ OPORTUNIDADES LES OFRECEN A LOS ARTESANOS DESDE LA FUNDACIÓN?

La fundación está para darles reales oportunidades a los artesanos de Chile. Hablo de reales, porque muchas veces hemos caído en el asistencialismo y esa no es la forma. Nosotros creemos en los artesanos y, por lo mismo, debemos ser responsables de cómo los apoyamos. Las oportunidades que les ofrecemos incluyen, entre otras cosas, capacitaciones y la venta de sus productos en las seis tiendas que tenemos en el país. Las capacitaciones van desde mejorar la técnica hasta cómo hacer un cálculo de costo, y desde el año pasado hemos sumado la creación de nuevos diseños. Los motivamos a considerar características como tamaños, colores, generar colecciones, que les permitan tener un abanico más grande de productos. Si ofrecemos siempre lo mismo, tenemos un problema. La gente que quiere la artesanía dice “pero si yo ya tengo todo lo que hay en las tiendas, quiero ver otras

cosas”. El problema no es que no tengamos demanda, el problema radica en nuestra oferta aún es limitada y eso está perjudicando a los artesanos. Nuestra obligación como fundación es preservar la artesanía patrimonial y disponer de toda su oferta, pero también, debemos fomentar una oferta más contemporánea. ¿Qué significa eso? Por ejemplo, incentivar el trabajo en coautoría con el diseño sin que se imponga un oficio sobre el otro, que se cree de manera conjunta y respetuosa. Es un trabajo en el que el artesano aporta el valor de la tradición transmitida de generación en generación y el diseñador le suma su mirada contemporánea. No es ir contra lo tradicional, todo lo contrario, es potenciarlo con una oferta más amplia. La artesanía está viva y, por lo mismo, debemos acoger su dinamismo.

¿POR QUÉ TRABAJAR CON EL DISEÑO COMO DISCIPLINA?

Porque tenemos que darles nuevas oportunidades a los artesanos. Porque también, tenemos que situarnos en cómo responder a las necesidades y demandas de estos tiempos. Si el día de mañana pensáramos en exportar, tenemos que reflexionar sobre cómo le agregamos valor a la artesanía. Agregar valor puede contemplar distintas acciones como son sumar nuevos diseños, generar campañas comunicacionales, mostrar procesos productivos, contar historias humanas detrás de cada producto único. Si nosotros no mostramos cómo se hacen esos productos, todo lo que cuesta llegar a la materia prima, y todo el trabajo posterior, es difícil que las personas puedan entender por qué un producto artesanal es más caro que uno que no lo es.

¿QUIÉNES SON LOS ARTESANOS QUE SON PARTE DE LA FUNDACIÓN?

Son 2.100 artesanos los que pertenecen a nuestra red. Sus productos fueron seleccionados por un comité de expertos que certificó que cumplen con estándares artesanales de

Its projects are organized around three work programs: economic, culture (outreach and education) and training. These areas work synergistically to deliver commercial development platforms to artisans, as well as to disseminate and educate children, youth and adults, about tangible and intangible heritage produced by the various trades and the products derived from them.

Fundación Artesanías de Chile belongs to the Network of Foundations of the Presidency of the Republic and is chaired by the First Lady, Cecilia Morel. To fulfill its mission, it has consolidated a network of artisans throughout the national territory, applying principles of solidary commerce without intermediation, ensuring ethical commercial transactions based on a sustainable model and complying with high quality standards in each of its pieces. Their work is nourished by the collaboration of a committee of experts in traditional crafts, who evaluate the coherence of the artisan pieces that they exhibit and market in their six stores.

Claudia Hurtado assumed as executive director of the Foundation, on March 11, 2018. Professor of History, Geography and Education of the Pontificia Universidad Católica de Chile, with a Diploma in Cultural Administration from the same university. She has dedicated her career as historian to rescue the cultural identity of the indigenous peoples through the promotion of traditional crafts.

WHAT OPPORTUNITIES DO YOU OFFER TO ARTISANS THROUGH THE FOUNDATION?

The foundation was created to give real opportunities to the artisans of Chile. I speak of real, because many times we have fallen in the assistance-based model, and that is not the way to do it. We believe in artisans and, therefore, we must be responsible for the ways in which we support them. The opportunities we offer include, among other things, training and the sale of their products in the six stores we have in the country. The training ranges from improving the technique to learning how to make a cost calculation, and since last year we have added the creation of new designs. We motivate them to consider characteristics such as sizes, colors, and generating collections, that enables them to develop a wider range of products. If we always offer the same, we have a problem. The people who buy the crafts say “but if I already have everything you offer in the stores, I want to see other things”. Today we have a high demand, the problem is that our offer is still limited and that is harming the artisans. Our obligation as a foundation is to preserve heritage craftsmanship and count with of its entire offer, but we must also promote a more contemporary offer. What do we mean by that? For example, encourage work in co-authorship with designers without imposing a trade over the other, to create products jointly and respectfully.

Tenemos que ser responsables en qué productos se le piden al artesano para comprometerle su venta.

excelencia. Como organización contamos con un fondo rotatorio que utilizamos para comprarle a los artesanos. Eso significa que nuestro poder adquisitivo es limitado y, también, que si dispusiéramos de más capital necesitaríamos aumentar la demanda artesana. Tenemos que ser responsables en qué productos se le piden al artesano para comprometerle su venta. Nuestro foco como fundación es social, pero nuestro objetivo es comercial. Si no vendemos no podemos perpetuar los oficios ni el patrimonio.

AHÍ ESTÁ LA RELACIÓN ENTRE LA LABOR PÚBLICA Y PRIVADA, ¿NO?

Claro, por un lado, hay que cumplir las responsabilidades que tenemos desde lo público, del rescate de los oficios y el fomento de ellos; pero, por otro, buscar oportunidades para que los artesanos tengan más canales de comercialización, que no

We have to be responsible in what products to ask for from the artisans in order to commit their sale.

tengan que depender solo de la fundación. Cuando me preguntan cuál es nuestra competencia, diría que son los productos hechos con manufactura tecnológica que imitan los procesos productivos artesanos. Por ejemplo, la cestería que usa la misma técnica artesanal, pero que se hace industrialmente sin el valor de lo hecho a mano. Una persona que no conoce la artesanía no repara en esa diferencia sustancial.

ES DIFÍCIL COMPETIR CON EL PRECIO.

Sí, es difícil, porque los chilenos muchas veces no conocemos nuestro patrimonio y, por lo mismo, no entendemos y no estamos dispuestos a pagar más por un producto hecho a mano. Por eso, una de las misiones de la fundación es sensibilizar y acercar la artesanía a todos los chilenos, porque es imposible que valoremos algo si no lo conocemos. Esta realidad nos plantea importantes

It is a collaborative work in which the artisan contributes the value of the tradition handed down from generation to generation and the designer adds his/her contemporary vision. It is not going against the traditional, on the contrary, it is to promote it with a wider offer. Craftmanship is alive and, therefore, we must welcome its dynamism.

WHY DO YOU WORK WITH THE DESIGN DISCIPLINE?

Because we have to give new opportunities to artisans. And in addition, we have to position ourselves well in order to respond to the needs and demands of these times. If tomorrow we think about exporting, we have to reflect on how to add value to the craft. Adding value can contemplate different actions such as incorporating new designs, generating communication campaigns, showing productive processes, or telling human stories behind each unique product. If we do not show how these products are made, the effort implied in obtaining the raw material, and all the subsequent work, it is difficult for people to understand why an artisanal product is more expensive than one that is not.

WHO ARE THE ARTISANS THAT FORM PART OF THE FOUNDATION?

There are 2,100 artisans who form part of our network. Their products were selected by a committee of experts that certified that they comply with artisan standards of excellence. As an organization we have

a revolving fund that we use to buy the products from the artisans. That means that our purchasing power is limited and, also, that if we had more capital, we would need to increase the demand for craft products. We have to be responsible in what products to ask for from the artisans in order to commit their sale. Our focus as a foundation is social, but our objective is commercial. If we do not sell, we cannot perpetuate the trades or the patrimony.

THERE LIES THE RELATIONSHIP BETWEEN PUBLIC AND PRIVATE WORK, RIGHT?

Of course, on the one hand, we must fulfill the responsibilities we have from the public, the rescue of the trades and their promotion. But, on the other hand, search for opportunities for artisans to count with more marketing channels, which do not have to depend solely on the foundation. If I am asked about our competitors, I would say that they are the products made with technological manufacturing that imitate productive artisan processes. For example, basketry that uses the same craft technique, but that is made industrially without the value of what is made by hand. A person who does not know the craft may not notice that substantial difference.

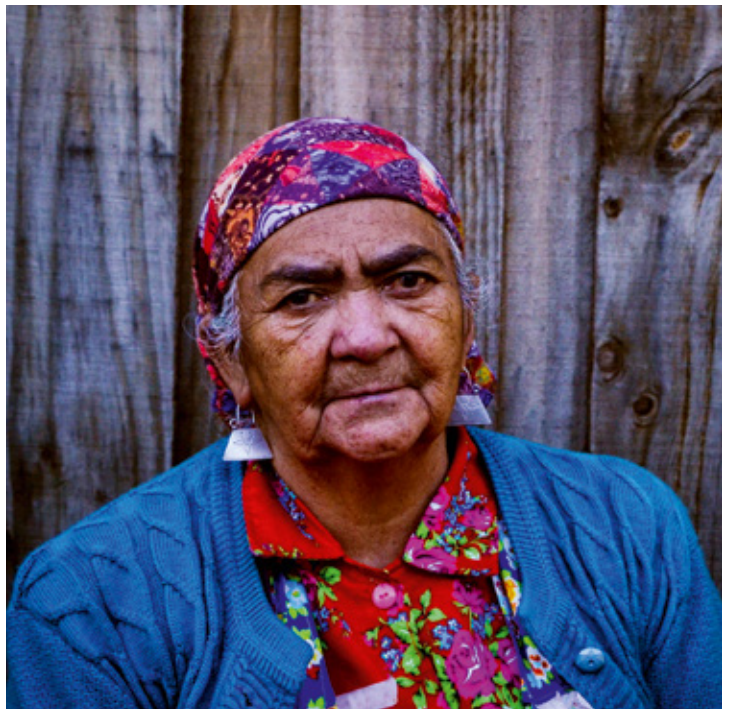
IS IT HARD TO COMPETE FOR THE PRICE?

Yes, it is difficult, because Chileans often do not have knowledge about our heritage and, therefore, do not





Artesanas Pehuenches en
Trapa Trapa trabajando
la técnica del tejido
tradicional



desafíos desde el ámbito educacional, cultural y comercial. Que la artesanía siga viva es tarea de todos, debemos sentirnos orgullosos de nuestro patrimonio e identidad.

PRODUCTOS ÚNICOS E IMPECABLES

Artesanías de Chile trabaja con un modelo mixto que prioriza tanto variables culturales como económicas, sumadas a oportunidades de capacitaciones a los artesanos y artesanas de la Red y al traspaso de sus oficios a través de talleres que realizan en los espacios de creación que la fundación ofrece.

“Ellos están ávidos de aprender, de tener nuevas oportunidades, agradecen las capacitaciones que van desde lo técnico hasta lo comercial. Pero también quieren innovar, muchos artesanos dicen: ‘estamos aburridos de hacer siempre lo mismo; queremos hacer cosas nuevas’”, explica la directora ejecutiva. Y asegura que el propósito va aún más allá de mejorar las ventas: “El sueño es situar al artesano como un artista. ¿Por qué el artesano ha sido menos valorado? Probablemente es porque concebimos la artesanía como un producto rústico que no tiene el refinamiento que podría tener una obra de arte. Por eso, es importante que las personas que están en el mundo del diseño, del arte, de la arquitectura, y que tienen una sensibilidad con la artesanía realcen la figura del artesano y lo integren para que no haya tantas diferencias ni distinciones.

¿EN QUÉ ÁREA ARTESANAL SE VEN MAYORES PROYECCIONES?

En el área textil tenemos una gran oportunidad. En Chile, más del 60% de la artesanía que se realiza pertenece al oficio textil, para los artesanos que lo desarrollan significa una gran oportunidad. Si pensamos en exportar, deberíamos apostar a lo textil. Nuestro sueño como fundación es tener escuelas de oficios textiles para que las artesanas mantengan vivas sus tradiciones y desde ahí podamos abrirnos al mundo.

¿HAY ALGÚN PRODUCTO O PROPUESTA EN LA QUE SE DOCUMENTE TODO ESO?

Nosotros tenemos una colección patrimonial de más de 500 piezas y muchas de ellas pertenecen al oficio textil. En

Chile, tenemos muchos expertos en el área y valiosas investigaciones. Los productos textiles tienen un lenguaje, nos proporcionan mucha información de las culturas que los desarrollaron. El próximo semestre inauguraremos la exposición “Territorio tejido”. Será una excelente oportunidad de conocer el patrimonio que como país atesoramos.

ADEMÁS, HA IDO TENIENDO UNA EVOLUCIÓN, PERO DE TODAS MANERAS HAY PRODUCTOS QUE UNO IDENTIFICA COMO TÍPICOS.

Hay productos emblemáticos que son representativos de cada uno de los oficios artesanos de Chile. Esos productos tienen una valiosa historia porque están vinculados a artesanos que viven en un territorio específico el cual ofrece materias primas propias. La artesanía nace de necesidades utilitarias, tiene una funcionalidad que va acorde a sus tiempos y, por lo mismo, va evolucionando. Desde ahí podemos hablar de artesanía patrimonial y de artesanía contemporánea.

Y ADEMÁS TIENE QUE VER CON UNA COSMOVISIÓN.

La artesanía chilena está muy vinculada a los pueblos indígenas y responde a sus culturas y cosmovisiones. Ahí hay todo un patrimonio y una identidad. El proceso artesanal responde a una sabiduría ancestral que se ha heredado por generaciones. Los pueblos indígenas se sienten parte de la naturaleza, se funden con el territorio al cual pertenecen y desde el observar conectado crean con sus manos al ritmo de la naturaleza. La vida acelerada y la vorágine tecnológica nos ha hecho valorar muy poco el trabajo artesano porque somos muy ajenos a ese saber hacer.

CLARO, HAY QUE RESPETARLO. NO TRATAR DE HACERLO URBANO.

El valor de la artesanía está en su proceso hecho a mano, si lo desconocemos no podemos entender su precio. La artesanía urbana responde a otras situaciones de vida que también necesitan ser valoradas. Ambas artesanías (rural y urbana) deben ser respetadas porque de todos nosotros depende que sigan existiendo.

understand its value. We are not willing to pay more for a product made by hand. Therefore, one of the missions of the foundation is to raise awareness and bring crafts to all Chileans, because it is impossible for us to value something if we do not know it.

This reality poses important challenges for us from the educational, cultural and commercial spheres. Keeping craftsmanship alive is everyone's task, we should feel proud of our heritage and identity.

UNIQUE AND IMPECCABLE PRODUCTS

Artesanías de Chile works with a mixed model that prioritizes both cultural and economic variables. In addition, it offers training opportunities for artisans of the Network and the transfer of their trades through workshops held in the creation spaces of the foundation.

“They are eager to learn, to have new opportunities, they appreciate the training that goes from the technical to the commercial. But they also want to innovate, many artisans say: ‘we are

bored of always doing the same; we want to do new things’”, explains the executive director. And she ensures that the goal goes beyond increasing their sales: “The dream is to position the artisan as an artist”. Why has the artisan been less valued? Probably because we conceive craftsmanship as a rustic product that lacks the refinement that a work of art could have. Therefore, it is important that people who belong to the world of design, art, architecture, and who have a sensitivity with crafts, enhance the figure of the craftsman and integrate it so that there are not so many differences or distinctions.

IN WHAT ARTISAN AREA DO YOU SEE BIGGER PROJECTIONS?

In the textile area we have a great opportunity. In Chile, more than 60% of the craft that is made belongs to the textile trade, which presents a great opportunity for the artisans who develop it. If we think about exporting, we should bet on textiles. Our dream as a foundation is to have textile craft schools so that the craftswomen keep their traditions alive and from there, we can open ourselves to the world.



Maestro artesano en madera de Liquiñe



IS THERE ANY PRODUCT OR PROPOSAL DOCUMENTING ALL THAT?

We have a heritage collection of more than 500 pieces and many of them belong to the textile trade. In Chile, we have many experts in the area and valuable research. Textile products have a language, they provide us with a lot of information about the cultures that developed them. Next semester we will inaugurate the exhibition “Territorio tejido (weaved territory)”. It will be an excellent opportunity to get to know the heritage that we treasure as a country.

IN ADDITION, IT HAS BEEN EVOLVING, BUT IN ANY CASE, THERE ARE PRODUCTS THAT CAN BE IDENTIFIED AS TYPICAL.

There are emblematic products that are representative of each of the artisan crafts of Chile. These products have a valuable history because they are linked to artisans who live in a specific territory which offers its own raw materials. The craft is born of utilitarian needs, has a functionality that is consistent with their times and, therefore, is constantly evolving. In this context we can talk about heritage crafts and contemporary crafts.

AND IT ALSO HAS TO DO WITH A COSMOVISION.

Chilean crafts are closely linked to indigenous peoples and respond to their cultures and cosmovision. There is a whole heritage and an identity due to that fact. The artisan process responds to an ancestral wisdom that has been inherited for generations.

Indigenous people feel part of nature, they merge with the territory to which they belong and as a result of their connected observance, they create with their hands according to the rhythm of nature. The accelerated life and technological turmoil, has made us value artisan work very little because we are far from that way of living and learning.

Of course, you have to respect it. Not try to make it urban.

The value of the craft is in its handmade process, if we do not know it, we cannot understand its price. Urban craftsmanship responds to other life situations that also need to be valued. Both handicrafts (rural and urban) must be respected because they depend on all of us to continue existing.