

# Analema del Mar

El acto de mirar el oficio de la pesca al alero de una ola de sol

Constanza Munilla Holcomb . Diseño Industrial . Agosto 2012

Profesores guía . Sr. Arturo Chicano Jiménez . Sr. Alfred Thiers Juzan

A mis padres, pilares fundamentales para todo  
proyecto en mi vida.

A mi amiga y compañera Fabiola Ríos, con sus manos  
siempre disponibles y su corazón siempre abierto.

A Arturo Chicano y Alfred Thiers, que con su guía y  
paciencia -a pesar de nuestras diferencias-, más que  
profesores se convirtieron en maestros.

*Recuperación del borde costero: Fomento y desarrollo de las caletas pesqueras de Chile*

1. Del agua	
1.1. Estudio específico del ciclo del agua / Tratamientos en Chile	14
1.2. Serie de entrevistas a personajes relacionados (ESVAL, Parques y Jardines Municipalidad de Viña del Mar, etc.)	24
2. De su utilización	
2.1. Proceso de observación	
2.1.a. Cuándo y dónde hay diseño	28
2.1.b. El tiempo del agua	29
2.2. Primer caso de estudio Caleta Portales: entrevista sector comercial	30
2.2.a. Estudio Caleta Portales	31
2.2.b. Análisis: puntos críticos	33
2.3. Estado del Arte	34
2.4. Tratamiento y manipulación de alimentos	38
2.4.a. Refrigeración	
2.5. Investigación en terreno: UNA SALIDA A LA MAR	44
2.6. Investigación: situación actual caletas de Chile	48
2.6.a. Catastro del estado físico	50
2.6.b. Situación pesquera (tipo, número, disponibilidad)	53

*El aparecer del esplendor del oficio*

1. Análisis de habitabilidad de Caleta Portales	
1.1. Itinerario	70
1.2. Momentos	72
2. Definición de un autoencargo	
2.1. Estudio / Estado del Arte	76
2.2. Observación y pensamiento detrás de lo habitable y lo plegable	84
3. Propuestas	
3.1. Acercamiento al discurso	100
3.2. Maquetas	106
4. Propuesta final	
4.1. Incurción en las tenso estructuras	114
4.2. Planimetrías	118
4.3. Unidad discreta v/s Unidad mínima	120

*Pabellón itinerante expositor de los oficios: UNA SALIDA A LA MAR*

1. Marco teórico	126
2. Análisis general	
2.1. Propuestas	130
3. Definición de la forma	
3.1. Descripción final de la estructura	136
3.2. Gestión del proyecto	
3.2.a. Aspectos técnicos	140
3.2.b. Aspectos administrativos	141
3.3. Resultados simulados	144
3.3.a. Planimetrías del proyecto	154

¿Por qué un diseñador debe enfrentar un proyecto de diseño considerando la gestión como un aspecto central de su obra?, ¿será acaso propio del oficio del diseño pensarlo como una empresa?, ¿no será esto último una desviación del punto de vista artístico que esta escuela postula y por ello, una deformación del principio fundamental de toda obra, su sentido de gratuidad?

Cuando hablamos de lo gratuito como aquella dimensión central de la obra de un diseñador, nos referimos a aquel aspecto que da sentido a la obra de diseño, aquella dimensión meta funcional que se funda en la observación y que es gratuito en cuanto es aquello que hace distinguible la obra realizada de cualquier otra existente. Hablamos aquí de la búsqueda permanente de ese ser original que deseamos contenga todo proyecto que emprendemos.

Se trata de aquella dimensión que no siendo ne-cesaria pone en evidencia lo que es una obra de di-seño, por cuanto si ese ser gratuito, digamos innecesario, no estuviese presente, esa obra podría ser una obra de ingeniería, una construcción, una producción o una respuesta técnica a una necesidad, es decir, no necesariamente un “diseño”. Por ello, es la presencia de lo gratuito de la obra aquello que dice de su ser diseño, o mejor aún, de aquello que en esta escuela entendemos como obra de diseño.

Pero lo gratuito, no puede tener existencia si no somos capaces de dar lugar a que ello exista, que se plasme, que alcance realidad a través del proceso de llegar a la forma. Pero, ¿Después qué?, ¿cómo continua esa idea de forma?, ¿cómo adquiere evidencia? Allí, el proyecto no puede ser sólo el desarrollo formal, requiere entonces cuestionarse paralelamente por los “recursos de que disponemos”, y de no estar éstos, del pensar como los generamos y en este sentido entonces, el proyecto ha de considerar también en esa forma, en su forma, el cómo incorporar la motivación para un otro que ha de financiar nuestra propuesta. Por ello, para que lo gratuito exista, es necesario saber, entender y utilizar los recursos de que disponemos o de aquellos que no tenemos y que necesitamos para realizar nuestra obra. Es decir, solo existe gratuidad posible de la obra si somos capaces de gobernar aquellas dimensiones que permiten que el proyecto pensado adquiera realidad, ello implica que el proyecto es también una medida, ecuación, en cuanto posibilidad de realizarse y sostenerse en el tiempo. Todas esas dimensiones, requieren de un preciso cálculo, de un gobierno de las cifras, de un conocimiento de la economía del proyecto, del dominio de la empresa y sus recursos necesari-

os. Es decir, lo gratuito existe en cuanto seamos capaces de generar los recursos para que ese inmaterial, ese innecesario de la obra comparezca.

La experiencia que aquí se emprende consiste precisamente en pensar una obra de diseño desde una gestión. No se trata entonces sólo de la obra, sino y especialmente de hacer posible la existencia de ella y para ello, se debe plantear un proyecto capaz de generar interés en un potencial financista, y a su vez, ser capaz en cuanto proyecto, de generar los recursos que permitan sostener la empresa de diseño que tal proyecto implica.

¿Por qué esta dimensión?, ¿por qué acentuar este aspecto? Si un diseñador de esta escuela se forma en la permanente generación de ideas, ¿cómo adquiere las herramientas para que esas ideas alcancen realidad y por sobre todo, se comprenda y aprenda la importancia de autogenerar sus propios encargos y que ello sea un modo de emprender su empresa de diseño? La palabra empresa se debe entender aquí no solo en esa voluntad de llevar a-delante su proyecto, sino y especialmente comprender el contexto económico que hoy adquiere todo emprendimiento. Los recursos, no son dados, ellos deben ser autogenerados y su proyecto es esa posibilidad de autogeneración.

¿Qué proyecto emprender entonces?, ¿cómo pensar ahora la relación diseño- obra, distinta de la relación proyecto? Para ello, nos detenemos en lo que cada alumno posee, su primer capital, una materia de estudio, nacida ésta de su interés personal, aquello, como garantía de la voluntad de sostener en el tiempo la empresa a proponer. Si se ama una materia de estudio, ella se sostendrá en el tiempo y por tanto, será más fácil iniciar cualquier emprendimiento, pues, se tendrá algo que se quiere realizar y ese algo constituye aquí un conocimiento cierto, primer capital de la empresa que se inicia. Digamos que eso es lo fundamental en toda empresa, el conocimiento de una materia, eso es lo que un alumno de esta escuela ha de considerar lo esencial de su formación, Poseer un interés y una voluntad de sostener tal interés, expresado en un amor que se sostiene.

Así, Constanza realiza un viaje junto a los pescadores, una jornada del oficio, de aquello que es sólo del pescador, de sus secretos, sus sabidurías ocultas sobre un bote en “la mar”. Es su interés por mostrar este oficio, su visión de aquello que todo oficio oculta, aquello que ella nos quiere mostrar y que sacado del contexto

diario del trabajo del pescador y puesto de manifiesto se puede convertir en interés para otros. Por ello mostrar lo que los otros desconocen, para hacer aparecer el oficio de la pesca. ¿A quién interesa esto?, a los propios pescadores, a las instituciones gubernamentales preocupadas de la pesca artesanal al ministerio de economía, a las direcciones de turismo regional, éstos, como algunos posibles financistas, para desde ellos sostener la empresa que haga posible hacer presente esta dimensión oculta del oficio de la pesca artesanal.

Entonces, se ha de realizar un proyecto de exposición itinerante, el que deberá ser financiado por organismos vinculados a la temática de interés. En este proyecto, no se trata del objeto que permite la exposición, sino, de la empresa y su forma, la que permitirá la gestión del proyecto, única garantía para su existencia y sustento en el tiempo. En este sentido, forma y Gestión constituyen un mismo problema.

Digamos entonces que si antes generábamos un proyecto que suponía un interés por su existencia, hoy debemos considerar en ese mismo proyecto la necesaria motivación para ese otro que lo ha de financiar, es decir, la forma deberá considerar ese interés, y es más, ella, en cuanto forma, deberá incorporar el sentido de empresa que contiene, pensar, idear, producir, promover, vender. Nada quedará fuera del ámbito de incumbencia de la propuesta.

Como señalaba al comienzo de este discurso, lo gratuito, que es un regalo, un presente, lo es en cuanto precisamente desprendimiento, otorga-miento, de uno a un otro, ello lo es en un sentido creativo, poyético, es decir, sustentamos el diseño en cuanto oficio que regala algo al mundo, esa gratuidad no puede ser exigida, sólo es fruto de una voluntad que regala y para entender el límite de ese ser regalo, es necesario trabajar en todo lo que un proyecto requiere, pues regalar en el contexto actual del sistema económico en el que vivimos, requiere de la madurez de comprender ese contexto. Si lo más valioso de nuestro pensar es el regalo contenido en toda obra de diseño, ¿Cómo cuidamos que ello siga existiendo?, ¿cómo sostenemos tal visión, cuando todo es medido, delimitado y finalmente concebido en términos económicos?

Para que exista esa gratuidad entonces, ella no puede ser concebida como un algo que existe sólo por ser deseada. Lo gratuito, que decimos es esencia del diseño que practicamos, será siempre fruto de un gran esfuerzo, de un trabajo.

Un diseñador, para hacer diseño, debe trabajar y esforzarse por que esa gratuidad comparezca, pues persiste este diseñador en querer regalar ese algo innecesario que toda obra de diseño quiere hacer aparecer. Pero ello, es siempre esfuerzo y trabajo, digamos horas de insistencia y búsqueda, horas para que esa ecuación compleja de economía y espiritualidad comparezcan como posible.

Toda gratuidad, todo contenido de regalo que la obra de diseño contiene, implica un trabajo y un deseo de donación, el sentido de gratuidad del que hablamos es aquel que permite que una obra sea tal, en cuanto la necesidad contenida en cada proyecto de diseño es superada por esa gratuidad de lo innecesario y por ello obra de diseño. Es esa gratuidad la que debemos aprender a sostener, aquella que desde la voz poética nos señala el acto de desprendimiento que toda obra nos obliga, acto de trabajo, de sacrificio y de dedicación.

Arturo Chicano Jiménez

## Introducción

La primera parte del proyecto que a continuación se detalla, piensa en Chile como un país demarcado por su costa marina rica en productos de todo tipo -pero a su vez sobreexplotada- se encuentra en el sector pesquero artesanal un nicho apropiado para la iniciación de proyectos que impulsen al fomento turístico cultural que éstos aportan a nivel nacional.

Bajo esta óptica, se decide contar con un recurso maleable, a utilizar independientemente de la forma que tomase el proyecto: el manejo de la información relacionada.

Para un primer acercamiento al tema en terreno de las caletas pesqueras artesanales, se decide abarcar como caso de estudio la Caleta Portales de Valparaíso, incluyendo en él la información “tipo” aplicable en la particularidad –a cada caleta- y en la generalidad –sector pesquero artesanal-. De esta manera, la etapa concluye con el planteamiento de una empresa dedicada a la creación e implementación de proyectos de fomento para el rubro, contando para eso con los meses de investigación del tema y encontrando en él múltiples rubros.

En la segunda parte, conformada por un análisis del resultado obtenido en la primera parte del proceso de titulación, se decide mantener como trasfondo del asunto todo el capital con el que se cuenta -el conocimiento-, pero enfocándolo ahora a un proyecto en particular. Dado que en dicho conocimiento radica lo realmente valioso, se opta por concentrar esa información en pos de entregarla a la población en forma de exposición itinerante, para alcanzar así cada rincón desinformado del tema pesquero a nivel local y nacional.

Desde el comienzo de la etapa de creación del proyecto, se determinó como requisito una condición: ser, en sí mismo, concebido con la premisa de la INNOVACIÓN, entregando a través de él la originalidad que permite la observación. Lograr, con esto, un primer paso en el camino al emprendimiento. Por otro lado, el área de Diseño del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes define como necesario para el fomento del rubro, la creación de canales de participación –por parte del Estado-; la creación de programas y la configuración de políticas públicas que apunten en ese sentido, medidas que definirán una clara línea de trabajo para el planteamiento de este proyecto nacido de un auto encargo. Con ambas premisas, se trabaja en esta tercera etapa de titulación en torno a la formulación real del proyecto, considerando todos los aspectos técnicos que esto conlleva y planteando para ello una serie de propuestas enfocadas a cada uno.

# Recuperación del borde costero: Fomento y desarrollo de las caletas pesqueras de Chile

## Título uno

1. Del agua		2.2.a. Estudio Caleta Portales	31
1.1. Estudio específico del ciclo del agua / Tratamientos en Chile	14	2.2.b. Análisis: puntos críticos	33
1.2. Serie de entrevistas a personajes relacionados (ESVAL, Parques y Jardines Municipalidad de Viña del Mar, etc.)	24	2.3. Estado del Arte	34
		2.4. Tratamiento y manipulación de alimentos	
		2.4.a. Refrigeración	38
		2.5. Investigación en terreno: UNA SALIDA A LA MAR	44
2. De su utilización		2.6. Investigación: situación actual caletas de Chile	48
2.1. Proceso de observación		2.6.a. Catastro del estado físico	50
2.1.a. Cuándo y dónde hay diseño	28	2.6.b. Situación pesquera (tipo, número, disponibilidad)	53
2.1.b. El tiempo del agua	29		
2.2. Primer caso de estudio Caleta Portales: entrevista sector comercial	30		