

7. Extensión Universitaria

Tejiendo orígenes.

Diseño estratégico en comunidades de artesanos de Santiago del Estero

Stradiot, Agustina; Ginestra, Sofía; Crespi, Gina;

agusstradiot@gmail.com; sofiaginestra@gmail.com; ginacrespi@gmail.com;

Orientadora: Antonini, Florencia Elena

Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires

Resumen

En el marco de un proyecto de extensión de la Universidad Nacional del Noroeste de la provincia de Buenos Aires, se propuso trabajar a través de un vínculo con la UNSE (Universidad Nacional de Santiago del Estero), ADUNSE (La Asociación de Docentes de la Universidad Nacional de Santiago del Estero), el grupo “Santiago Diversidad” y CONADU (Federación Nacional de Docentes Universitarios), con el objetivo de promover prácticas de intercambio de conocimiento, experiencias formativas y saberes productivos entre estas dos regiones de nuestro país.

La propuesta de trabajo que se llevó a cabo tuvo como actores principales a los productores integrantes del grupo “Santiago Diversidad”, 18 artesanos que comercializan diferentes productos: tejidos (dos agujas, telar, crochet), alimentos (derivados de la algarroba, dulces, alfajores) y marroquinería (indumentaria y accesorios, equipos de mate).

Fue necesario comprender profundamente la artesanía como experiencia estética, como procedimientos técnicos, como un entramado sistémico, que habilitara interpelar las posibilidades de aporte que tiene el diseño en cuanto a reestructuras, sistematización y optimización de la producción. Buscando promover un aporte disciplinar que funcionara como herramienta de inclusión, desarrollo y empoderamiento de la comunidad de artesanos, desde la transferencia de metodologías, tecnologías y con el propósito de favorecer emprendimientos capaces de ser sostenidos en el tiempo.

La incorporación de docentes y estudiantes, permitió que se desarrollaran actividades estratégicas, que propusieron al diseño como un valor integrado a los productos manufacturados, fomentando el respeto por el artesanado y garantizando así su competitividad.

Palabras clave: extensión, artesanías, diseño, territorio, identidad

Introducción

Tejiendo orígenes consistió en un proyecto donde se realizaron capacitaciones en diseño, técnicas de producción, comercialización, identidad, marca, packaging y piezas de promoción, a un grupo de artesanos urbanos de la ciudad de Santiago del Estero. A través de éstas, se intentó dar fortaleza e identidad a los diferentes productos que trabajan, con el objetivo de que adquieran una imagen capaz de potenciarlos para su comercialización en otros contextos, como pueden ser grandes urbes y centros turísticos.

Las organizaciones que participaron en el proyecto fueron:

- Autoridades de la Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE) y Asociación de docentes de la Universidad Nacional de Santiago del Estero (ADUNSE).
- Los integrantes del colectivo "Santiago Diversidad"
- Federación Nacional de Docentes Universitarios (CONADU)
- Asociación Docentes de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (ADUNOBA)
- Asociación Docentes de la Universidad Nacional de Santiago del Estero (ADUNSE)



Los artesanos conjuntamente con la Universidad de Santiago del Estero, trabajan en el proyecto "Por el Santiago de la diversidad" espacio en el cual buscan colaborar entre sí para fomentar la organización y cooperación. La UNNOBA, por su parte, buscó hacer un aporte en la capacitación a través del diseño y la gestión estratégica.

Según Beatriz Galán la Gestión Estratégica de Diseño es "el reordenamiento de recursos, ya sean éstos materiales o simbólicos para mejorar el posicionamiento de un grupo, comunidad, o empresa, para mejorar su desempeño en un contexto productivo y social" (Galán,2006). Esta noción más integral de la disciplina ha demostrado, en numerosos casos, ser de suma relevancia cuando es aplicada en el campo del diseño social, asistiendo a grupos, comunidades y emprendimientos en situación de vulnerabilidad.

La misma autora define la transferencia de diseño como la promoción, a través de prácticas de autogestión asistida, de herramientas conceptuales, vocabulario, incorporación de conductas de planificación, enriquecimiento de los imaginarios, que habilitan a las unidades productivas, grupos o comunidades, para proyectar y reposicionarse en los nuevos escenarios productivos.

Consideramos que el desarrollo de productos con identidad territorial y cultural constituye un camino abierto hacia mercados internos como externos ya que su evolución actual se orienta a la búsqueda de nuevos segmentos, provocado por una demanda de productos “culturales” con un alto valor agregado y calidad. Esto representó un desafío para los artesanos, que tuvieron que redireccionar su producción para encontrar soluciones, con nuevas ideas y enfoques, para poder lograr resultados positivos en el desarrollo de productos con identidad propia.

Además, el criterio comercial a seguir fue trabajar en la unificación de los diferentes artesanos bajo un mismo concepto-marca-territorio/identidad y la correspondiente propuesta para lograr la venta virtual y prevenir los gastos fijos que implicaría el mantenimiento de un local comercial.

Desde la perspectiva de Beatriz Galán:

“Se lo llama diseño estratégico porque no se ocupa de los productos si no de las interfaces de la unidad productiva con la demanda. Su importancia es una característica de las economías creativas. El diseño estratégico ligado a los servicios profesionales más calificados de las economías complejas, es el agente de una nueva institucionalidad: es un factor de competitividad para el territorio. Cuando se aplica a una empresa, esta adquiere sensibilidad al contexto, capacidad auto-organizativa, y se transforma en una empresa con autonomía”. (Galán,2007,p5)

En este sentido, desde la universidad nos proponemos la construcción de lazos asociativos y productivos entre diseñadores (docentes y alumnos) y productores y, el intercambio y la transferencia de saberes a través de prácticas participativas de intervención social destinadas a atender necesidades y demandas de la comunidad de artesanos.

Objetivos

El objetivo general de este proyecto consistió principalmente en la promoción de prácticas de intercambio de conocimiento, experiencias formativas y saberes productivos entre estudiantes y artesanos de estas dos regiones de nuestro país: Noroeste de la provincia de Buenos Aires y la provincia de Santiago

del Estero. Además, se buscó alcanzar una impronta diferencial desde el diseño vinculado con los saberes de la comunidad de artesanos, para optimizar las técnicas de producción y la comercialización de los productos. Con el fin de llevar adelante emprendimientos productivos sustentables en el tiempo, generar redes de encuentro, intercambio y crecimiento, ligadas a la producción artesanal.

Los objetivos específicos sirvieron para determinar las acciones a realizar, entre los cuales se distinguen:

- Relevar toda la actividad desarrollada por el grupo de artesanos, analizar sus técnicas productivas, y a su vez la región donde desarrollan sus productos.
- Generar un entorno para la transferencia de conocimientos.
- Realizar una propuesta de identidad que vincule a los diferentes productos en un sistema armónico y dinámico.
- Encontrar soluciones de diseño que otorguen valor agregado al producto manufacturado.
- En cuanto a la diversificación productiva, establecer nuevos productos que garanticen mayor posibilidad de acceso a otros mercados.
- Gestionar estrategias comunicacionales y desarrollar nuevos canales de comercialización.
- Presentar los productos en canales de venta online.

Materiales y Métodos

Para llevar adelante este proyecto se utilizó como alternativa del método cualitativo, la Investigación Acción Participativa (IAP), entendiéndolo como un proceso metodológico que conjuga las actividades de conocimiento de la realidad mediante mecanismo de participación de la comunidad para el mejoramiento de las condiciones de vida.

Este tipo de metodología tiene tres ejes centrales que se han mantenido inamovibles, a) ser una metodología para el cambio; b) fomentar la participación de las personas que intervienen; c) ser la expresión de la condición dialéctica entre conocimiento y acción como expresa Contreras, R. (Durston; Miranda, 2002)

Se propuso un espacio de intercambio en el cuál la construcción de conocimiento fue generándose en simultáneo a la acción. A medida que la interacción y el debate fueron aconteciendo, se comenzaron a distinguir las realidades productivas que debíamos tener en cuenta. Características morfológicas, paleta de color, sistematización de la producción. Además se continuó con intercambios capaces de construir líneas de fortalecimiento en el área comercial asimilables por el grupo de artesanos, como por ejemplo: sistema identitario, costos y valor agregado de la producción, vías de comercialización,

comunicación y vinculación con el mercado.

El desafío, según Galán (2007), es precisamente gestionar esta complejidad que abarca tanto los ámbitos tradicionalmente considerados (producción, distribución y consumo), como de problemáticas relacionadas con la conservación y reproducción de las tradiciones productivas y materiales, la valorización de los intangibles culturales y los recursos naturales, la subsistencia de los productores, entre muchos otros. A partir del conocimiento de la situación, de necesidades y requerimientos se estableció un plan de trabajo. En función del objetivo específico de relevar las actividades realizadas hasta el momento, analizar sus técnicas productivas así como el entorno regional donde se producen, se desarrolló en conjunto con estudiantes y docentes un análisis de elementos iconográficos pertenecientes a la región.

Posteriormente se realizó el análisis de las necesidades del grupo de artesanos para poder plantear las temáticas de los talleres, diseñados en función de lograr una impronta diferencial desde nuestra disciplina proyectual.

Como ya hemos dicho en los objetivos, se buscó optimizar el sistema productivo y la comercialización de su trabajo, con el objetivo principal de que pudieran lograr un emprendimiento productivo

sustentable, generando redes de encuentro, intercambio y crecimiento ligadas a la producción artesanal. A partir de estos lineamientos se prepararon los talleres con los siguientes ejes y contenidos:

Taller de Identidad

Reconocimiento de los elementos que utilizan para identificar sus productos e identificarse a ellos mismos. Relevamiento de datos y conceptos que ayuden al desarrollo de una propuesta identitaria. Desarrollo: cada artesano trabajó sobre su propia identidad, tratando de representarse a sí mismos a través de la caligrafía. Para lograr una tipografía acorde a su proyecto se hicieron pruebas con diferentes herramientas como plumas, grafito, pinceles y también con otros instrumentos extraídos de la flora autóctona. Además se utilizaron distintos soportes y tintas que proporcionaron variedad de formas y texturas.

Taller de Diseño estratégico I

Estudio y análisis de las tradiciones artesanales locales y su entorno. Relevamiento de la zona, para conocer más acerca de su biodiversidad, sus pueblos originarios, sus tradiciones y valores culturales. Análisis de los sistemas de trabajo, orientación en sistemas productivos y costos.

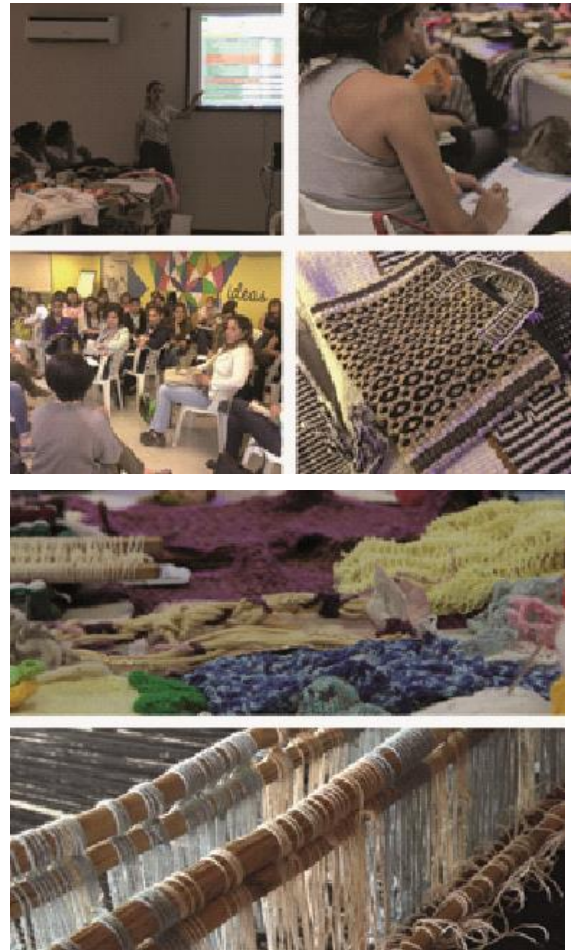
Desarrollo del taller: al dialogar con el grupo se detectó una gran necesidad de orientación en diseño y optimización de los productos en cuanto a estética y calidad en la mayoría de los casos. Al realizar la presentación del tema costos nos enfrentamos ante un gran desconocimiento del tema, advertimos la informalidad con la que se manejan y tratamos de profundizar para ofrecer la mayor ayuda. Generalmente encontramos que no cobran su hora de trabajo como artesanos, sino que contabilizaban una sumatoria aproximada de los gastos que les suponía realizar la pieza y luego le agregaban un margen que ellos consideraban ganancial. Para que puedan seguir trabajando esta cuestión con mayor facilidad se les envió por mail una ficha de costos modelo con las fórmulas ingresadas para que establezcan sus precios acorde a un estudio más exacto de los costos arrojados por la producción.

Diseño estratégico II

Nueva mirada del diseño elaborada bajo las macro tendencias de sustentabilidad y territorialidad. Introducción al concepto de "Glocal". Aplicar lo incorporado en una serie de productos innovadores.

Desarrollo del taller: se observó la disparidad en las producciones artesanales. Mientras algunos artesanos dominaban ciertas técnicas ancestrales de tejido, alfarería y peletería, otros aún no

dominaban las técnicas de realización de los productos que ofrecían en la feria. El concepto de diseño identitario fue muy valorado y brindó varias herramientas sencillas de aplicar.



Actualización tecnológica

Optimizar el uso de las redes sociales y canales de venta on line. Desarrollar nuevos lenguajes de promoción y sistemas de venta. Comprender los usos de portales como: Facebook (tienda nube), Instagram, Pinterest, twitter, entre las principales.

Diagnóstico y desarrollo: en esta capacitación se brindaron metodologías simples para una mejor utilización de las herramientas de internet. Se realizó una muestra del procedimiento necesario para fotografiar los productos y luego subirlos a las respectivas páginas de facebook, por ejemplo. Por otro lado se les preparó un manual de procedimientos para estos menesteres y se les entregó material para realizar consultas.

Cadena de valor textil

Conceptos generales sobre la cadena de valor textil. Reflexiones acerca de la producción textil en la región.

Capacitación en herramientas de gestión para mejorar y agregar valor a los productos actuales e identificar potenciales productos.

Diagnóstico y desarrollo: el grupo de artesanos es heterogéneo y no forma una cooperativa. Se trabajó para potenciar experiencias individuales de gestión del proyecto. Se debatió sobre las ventajas y desventajas de ser emprendedor, los desafíos a sortear y los aspectos a tener en cuenta como la necesidad de manejarse en redes.

Gestión de la comercialización

Diseño del concepto de producto y su presentación comercial. Desarrollo de herramientas para codificar y clasificar sus productos. Desarrollo de imagen y

packaging para agregar valor a su producción.

Diagnóstico y desarrollo: los artesanos experimentaron técnicas de trabajo en taller como los que se realizan en la universidad en las Carreras de Diseño. La práctica se orientó a la definición de una imagen posible de marca para cada emprendimiento.



Resultados y Discusión

Los artesanos elaboran los productos aplicando técnicas y materiales que forman parte de una tradición que se encuadra dentro del ámbito familiar. Estas técnicas, que han sido transmitidas generacionalmente y que poseen un gran valor cultural, muchas veces no resultan las más convenientes para llevar adelante un emprendimiento productivo sustentable actual. Este proyecto propuso desarrollar herramientas que mejoren el diseño y las técnicas de producción y comercialización de los productos que realizan los artesanos, sin dejar de considerar el patrimonio social que significan las

prácticas productivas heredadas. Esto propició la construcción de un vínculo con la organización con el objetivo de crear dinámicas de autogestión y, al mismo tiempo, se rescató y socializó el saber local.

El diseño y la optimización de los procesos, posibilitaron la realización de productos con mayor valor agregado, que revalorizaron las tradiciones y la cultura autóctona. También se fomentó la organización y cooperación del grupo humano participante, al brindarles las herramientas para obtener una optimización de su rendimiento económico-productivo.

Por último, en el marco de la materia Introducción al Taller de Diseño Gráfico correspondiente a la Licenciatura en Diseño Gráfico de la UNNOBA, el grupo de alumnos tomó en cuenta la impronta que cada artesano expresó en el taller de comercialización e imagen de marca. De esta manera rescataron los trazos y las formas, para desarrollar una propuesta identitaria en conjunto con piezas de promoción que pudieran ser usadas tanto en el stand como en las redes sociales. Cada una de las piezas de promoción fue pensada en base a una reproducción a bajo costo que a su vez tenga la impronta artesanal que tienen los productos para sumar valor agregado a lo realizado a mano.

Según Thackara (2013) las condiciones locales, los patrones comerciales locales, las redes locales, las capacidades locales así como la cultura local, son factores críticos de éxito para la mayoría de las organizaciones.



Conclusiones

Es necesario abrirse a la comunidad y formar parte de ella. “Si la Universidad no desempeña su misión social, las tres misiones anteriores (cultural, científica y formación de profesionales) pierden

buena parte de su valor y sentido” (Fronzizi,2005,p247). El desafío es escuchar, integrar a la Universidad con la Sociedad e involucrarse para elaborar una respuesta útil y comprometida, no sólo con el futuro, sino con el presente. La Universidad posee como misión primordial comprometerse con la sociedad, contribuyendo a la solución de problemas y a la construcción de una sociedad más justa, equitativa y respetuosa de los derechos humanos.

“..de lo que significa, y debería significar y podría significar una real Responsabilidad Social Universitaria, que vaya más allá del ya conocido tercer pilar de la Universidad latinoamericana, que la reforma de Córdoba llamó la “misión social” de la Universidad (al lado de la formación académica y la investigación)” (Vallaes,2006,p16)

Por otro lado, en los últimos años, nuestra disciplina se orientó hacia un nuevo paradigma, el diseño colaborativo y la economía sostenible. El diseño colaborativo como creación colectiva y conjunta es capaz de fusionar la producción creativa y competitiva en el mercado con el respeto por los saberes, los tiempos y los modos de producción de la artesanía y los oficios tradicionales. Mucho del saber tradicional de los oficios se ha perdido en la vorágine

contemporánea, sin embargo se han sabido conservar muchas técnicas y procesos originales transmitiéndolos de una generación a otra.

Si bien los procesos colaborativos no son nuevos, la disciplina comienza a aproximarse a estas prácticas buscando sustentabilidad, diálogo horizontal, desarrollo social y buen diseño.

Bibliografía

- Cecchi, N;Lakonich,J;Perez,D;Rotstein,A (2009) El compromiso social de la Universidad Latinoamericana del Siglo XXI. Entre el debate y la acción. IEC - CONADU.
- Durston J., Miranda F. (Compiladores) (2002) Experiencias y metodología de la investigación participativa. Publicación de las Naciones Unidas, Chile
- Freire, P. (1998) “¿Extension o Comunicacion?”, Ed. Siglo XXI.
- Fronzizi, R (2005) La universidad en un mundo de tensiones: misión de las universidades en América Latina. Eudeba, Buenos Aires.
- Galán, B. (2006) Diseño estratégico y autogestión asistida en Buenos Aires. Primer Congreso de Transferencia de Diseño: Diseño y Territorio, Universidad Nacional de Colombia. Mes de Mayo. Bogotá.
- Galán, Beatriz (2007). Impacto económico del diseño en la Argentina: el rol del diseño en las economías creativas.

www.inti.gov.ar/prodiseno/pdf/ie_anexo_g

alan.pdf

Galan, B. y otros. (2011) "Diseño,
proyecto y desarrollo". Wolkowicz
editores. Argentina

Thackara, J (2013) Diseñando para un
Mundo Complejo. Acciones para lograr la
sustentabilidad (Traducción de La
Burbuja) Editorial Designio, México.

Vallaey, F (2006) Conferencia en
Universidad: Construye Paía, s/d, Chile.

¿Qué es la Responsabilidad Social
Universitaria? Pontificia Universidad
Católica de Perú. (Extraída del libro:
Cecchi, N;Lakonich,J;Perez,D;Rotstein,A
(2009) El compromiso social de la
Universidad Latinoamericana del Siglo
XXI. Entre el debate y la acción. IEC -
CONADU)

Financiamiento (Si hubiere)

Proyecto de extensión universitaria:

Tejiendo Orígenes (Convocatoria 2013)

Proyecto de extensión universitaria:

Tejiendo Orígenes (Convocatoria 2014)

Proyecto de voluntariado universitario:

Tejiendo cultura (Convocatoria 2014)