



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN
FACULTAD DE ARQUITECTURA URBANISMO Y DISEÑO

TALLER DE DISEÑO GRÁFICO IV

TEMA

SISTEMA DE IDENTIDAD VISUAL, PROMOCIÓN Y
DIFUSIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE SAN
JUAN.

TÍTULO

PATRIMONIO HISTÓRICO, CULTURAL Y ARTÍSTICO
PROVINCIAL
ESPACIO CULTURAL Y FERIA DE LAS PULGAS
ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE SAN JUAN

POR

QUIROGA PÉREZ MARÍA LUZ

Trabajo final presentado a la Facultad de Arquitectura,
Urbanismo y Diseño de la Universidad Nacional de San Juan,
para optar al título de profesional de DISEÑADORA GRÁFICA.

CÁTEDRA

PROFESOR TITULAR: DI. LEONARDO FICCARDI
PROFESORA ADJUNTA: DG. VIVIANA LILLO - DG SANDRA
PEREYRA
JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICOS: DG. EMILIO CARRIZO
ADSCRIPTO: DG. JOSÉ PAREJA

ÍNDICE

1. DIAGNÓSTICO / INVESTIGACIÓN

- 1.1. Tema
- 1.2. Título
- 1.3. Problema
- 1.4. Justificación
- 1.5. Marco teórico
- 1.6. Descripción del proyecto - Briefing
- 1.7. Recopilación y análisis de antecedentes
- 1.8. Definición de Objetivos
 - General / Específicos

2. PRESCRIPCIÓN

- 2.1. Estrategias
 - Estrategia de comunicación
 - Estrategia creativa
 - Estrategia de medios / Programa de diseño

3. SOLUCIÓN

- 3.1. Bocetos y Anteproyectos

4. REALIZACIÓN

- 4.1. Proyecto
- 4.2. Informe técnico
- 4.3. Contextualización

5. BIBLIOGRAFÍA

1. DIAGNÓSTICO / INVESTIGACIÓN

Tema

Sistema de identidad visual, promoción y difusión de la Asociación de artesanos.

Título

Patrimonio histórico, cultural y artístico provincial. Espacio Cultural y Feria de las Pulgas. Asociación de Artesanos de San Juan.

Problema

La asociación y su locación carecen de identidad visual y gestión de diseño; por lo que se propone la planeación, promoción, comunicación visual y diversos elementos de diseño destinados a cada sector de artesanos, implusando la producción de artesanías con identidad cultural sanjuanina. Así mismo se propone otra mirada hacia la artesanía, como núcleo de la expresión de la cultura, y su relación con el diseño y el arte.

Justificación

Este proyecto de diseño se justifica en la necesidad comunicación y organización de acciones por parte de la asociación, sus expositores y aplicación de políticas públicas que favorezcan su desarrollo, para su reconocimiento, revalorización como hecho cultural y crecimiento de los emprendimientos de hacedores, productores, diseñadores y artistas independientes en la provincia, aumentando su mercado, su comunicación, ventas y mayor difusión.

La viabilidad del proyecto es altamente factible, ya que la asociación de artesanos cuenta con recursos disponibles para su difusión y promoción, además de que el proyecto apunta a la autogestión sustentable de cada artesano para la generación propia de su identidad visual.

La relevancia del trabajo radica en brindarle al espacio de la Feria de las Pulgas, un lugar de encuentro de la cultura sanjuanina, donde la artesanía, el arte, el diseño, las comidas típicas, los espacios de expresión y formación artística de la comunidad, se reúnan en este punto de encuentro y seamos todos partícipes de nuestro patrimonio cultural.

Marco Teórico

La historia de los artesanos comienza en 1984 con el apoyo de la Municipalidad de la ciudad de San Juan, la Dirección de Turismo y la Dirección de Cultura, adquiriendo personería jurídica en 1998 como "Asociación de artesanos". En sus comienzos en plaza Laprida se llamó Feria de arte y expresiones culturales "Las Pulgas". Actualmente conserva sólo esta última denominación y se establece en Avenida Libertador General San Martín entre

calles Urquiza y Las Heras desde el año 2008.

Esta asociación pone en función la ley de artesanía N° 6984 en la cual se disponen los derechos de los artesanos y la definición del trabajo artesanal. Esta ley tiene por objeto la preservación, promoción y desarrollo de las artesanías, tanto tradicionales como las de creación reciente, en los ámbitos rural y urbano, como partes integrantes del patrimonio cultural de la Provincia de San Juan y el reconocimiento al artesano como productor de obras de significación cultural.

La investigación de este proyecto visibilizó la necesidad de indagar y reformular el concepto de "artesanía". Diversas reglamentaciones, leyes y manuales establecen un marco para el desarrollo artesanal; conceptualizaciones asimiladas por la asociación de artesanos, instituciones y ministerios gubernamentales de carácter acrítico e impuestos como discursos únicos. La actualidad exige abrir los conceptos a la alteridad y discutir las aproximaciones, intersecciones y articulaciones transdisciplinarmente con el arte, el diseño, la estética y la cultura, para relativizar el concepto de artesanía en el contexto latinoamericano.

El próximo desarrollo conceptual se busca: contraponer conceptos sobre la estética para acercarnos al concepto de artesanía propuesto por Colombres; abrir el concepto de "artesanía" al de "Arte" y el rol del diseñador.

ESTÉTICA

Se toma como punto de partida las conceptualizaciones de estética de Baumgarten

(1750), quien introdujo esta disciplina para dedicarse a la belleza y a las artes, consideradas bellas para distinguirlas de las útiles.

El desarrollo de este concepto fue motivo de múltiples estudios, prevaleciendo aún esta división propuesta en el siglo XVI.

Katya Mandoki en "Análisis paralelo en la poética y prosaica" anticipa una mirada de la

expresiones cotidianas como parte de la experiencia estética:

"La dimensión estética concierne no sólo a los casos extraordinarios de expresión

artística que han captado la atención de prácticamente toda la teoría estética, sino a fenómenos cotidianos, de la vida diaria, sistemáticamente soslayados por ésta hasta el día de hoy."

El concepto de estética prefijado desde occidente devalúa y excluye la artesanía por encontrarse fuera de sus “canones”, por no poseer una función estética “exclusiva” (sino también funciones sociales y cargados de sacralidad). Estas obras, en especial las de origen popular e indígena, fueron asimiladas a lo decorativo y ornamental, alejadas de las grandes creaciones del espíritu humano.

ARTESANÍA

Colombes afirma que la artesanía sale en “defensa de nuestro sistema simbólico frente a la agresión colonial”, que encontraron sus fundamentos al genocidio y etnocidio, para entrar en la razón consumista y economista. Así es como el hombre pierde sentido y empieza la era del vacío. La teoría del arte propuesta por este autor aborda la construcción continua a través de la transdisciplinariedad atento a las prácticas simbólicas y concepciones estéticas, lejos de una estética dominante e interactuando con diversos campos.

“La diferencia debe ser asimismo agudizada y sintetizada en categorías de percepción y de entendimiento como un sistema organizado que permita no solo a cada pueblo conocerse a si mismo sino también enriquecer esa confrontación con el otro que va construyendo la identidad”

- Colombes (2004) -

Los espacios que promete la artesanía, son aquellos de liberación y descolonización, allí radica su gran importancia para la revalorización del patrimonio. En ciertas circunstancias estos territorios son copados por la cultura de masas y el kitsch, justificadas en razones económicas. En este sentido propongo una mirada hacia la industrialización como un medio para articular la estandarización con un estilo, una época, y un lugar, conceptos que aún están representados en la serie. A la manera del trabajo en “fábricas indígenas”, en las que el trabajo seriado y las grandes cantidades de producción abastecían al pueblo. También en el movimiento Arts and Craft, o Bauhaus, en la que la producción artesanal se vio estrechamente relacionada a la producción en serie sin abandonar sus preceptos estéticos y patrimoniales.

La “artesanía”, entendida como una creación popular comprometida con los ritos y funciones cotidianas, comúnmente queda subalternada a la clasificaciones de materialidad, técnica y función. Esta acepción deja de lado su compromiso con la cultura de pueblo originario, en la que se condensa la función estética, ritual, religiosa, política y lúdica inclusive.

ARTE

La etimología de la palabra “arte”, del latín “artis” (habilidad), no se encuentra definida como tal en las lenguas indígenas como el huarpe o quechua ya que el lenguaje nativo latinoamericano encuentra un sin fin de relaciones, y el arte no estuvo desvinculado de lo cotidiano y lo religioso. En este sentido, la definición de Mirko Lauer (1982), acentúa la colonización intrínseca del concepto “artesanía”:

“plásticas del precapitalismo contemporáneo”

La palabra “artesanía” proviene de “arte”, con sus diferencias generalizadas y desvalorizantes. Por ejemplo, el arte comúnmente se vincula al espíritu, y el artista como un genio; la artesanía se relaciona a la producción y el artesano con cualidades de habilidoso. El arte se adjudica a las manifestaciones que se alinea a los valores creativos de la cultura dominante. La artesanía, se reduce a una destreza manual que no alcanza el “status” para ser “arte”, dando lugar a conceptos vagos como el de las “artes mayores” y “artes menores”. Concepciones que responden al elitismo de turno y miradas eurocéntricas. Por tanto, es fundamental incorporar la noción de Arte Popular o Arte de los pueblos, la cual no sólo considera la producción objetual y material (adjudicada a la artesanía), sino también las diversas manifestaciones culturales que expresan una cosmovisión sensible de la realidad e incluyen el cuerpo, la voz, la música, la virtualidad, entre otros.

DISEÑO

En cuanto al diseño, abordaremos la definición de Enzo Manzini quien afirma “El diseño es cultura” y el diseñador un operador cultural (Ledesma). El diseño desarrolla, expande, mejora la capacidad humana, creando las condiciones para la acción.

Cabe destacar el concepto de diseño participativo, el cual tiene un “enfoque colectivo de recursos” estrategias y técnicas que considera los efectos sociales desde la interdisciplina, la cultura y la identidad. Implica un proceso de diseño activo que integre a los usuarios finales para afianzar una identidad cultural propia y colectiva. Implica el abordaje de problemáticas fundamentales y prioritarias de la sociedad de manera integral, que consideren los intereses de todas las personas involucradas asumiendo el compromiso con la sociedad y la naturaleza y responsabilizándose por las consecuencias de las decisiones, acciones y resultados a nivel social, económico y ambiental, que concretan las estrategias de transformación social en la búsqueda del bienestar integral.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Briefing

La Asociación de Artesanos reúne a productores culturales de San Juan, otorgándoles un carnet societario con posibilidades de acceder a un espacio en la feria los días sábados o domingos; jubilación y microcréditos para su producción, entre algunos beneficios. Además la asociación se encarga de la organización, alquiler de tabloneros e iluminación, promoción y difusión de la Feria de las Pulgas y Espacio Cultural. En ambas ferias se exponen, artesanías de diversos materiales y técnicas: madera, vidrio, cuero, tejidos, yeso, joyas, carteras, indumentaria; antigüedades, numismática, plantas, animales y comidas típicas. En Espacio cultural además se organizan ferias americanas una vez al mes y se realizan espectáculos musicales, teatrales, malabares, títeres y de entretenimiento.

La Asociación está conformada por un equipo y un presidente que se eligen cada dos años mediante votación de los expositores registrados, quienes abonan una cuota mensual societaria, una vez superada la selección del jurado con sus pertinentes exigencias (no permiten la reventa, solo producción propia en su totalidad con modificaciones de la materia prima en un 70% de su estado natural, con cantidades límites para puestos de comidas con certificaciones de manipulación de alimentos, entre algunas reglamentaciones).

Es notable la necesidad de organización, gestión y autonomía de la feria, esclarecer su reglamentación, selección, mantención y remuneración por parte de agentes intervinientes que fomenten la producción cultural, contemple la formación y otras expresiones artísticas además de la objetual, mencionando algunos ítems a evaluar.

“Espacio Cultural” y “Feria de las pulgas” funcionan sábados y domingos en Avenida Libertador Gral. San Martín, en el espacio comprendido entre el Museo Provincial de Bellas Artes Franklin Rawson y la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de San Juan. Cuentan con este espacio y la instalación de los puestos techados, además de un espacio de guardado de tabloneros. El lugar en sí no presenta señalética, ni identificación a nivel de cartelera o arquigrafía. Cada artesano toma sus propias decisiones en cuanto a como exponer su producto y de que manera venderlos, siendo necesaria la implementación de un sistema que ayude y agrupe a los artesanos asociados.

Objetivo de negocio

Pretende posicionarse en el mercado sanjuanino y darse a conocer como un punto de encuentro cultural revalorizando el trabajo artesanal y local.

RECOPIACIÓN Y ANÁLISIS DE ANTECEDENTES

MENDOZA GREEN MARKET

Mendoza Green Market es un paseo familiar itinerante, desarrollado mensualmente en el Parque General San Martín de la provincia de Mendoza, Argentina, de entrada libre y gratuita. Este evento consta de 50 puestos aproximadamente, con degustación y venta de aceites de oliva, verduras y frutas orgánicas, panificados, helados, cervezas artesanales, quesos, jugos, comidas, flores y plantas. Además ofrece actividades durante el día como clases de yoga y cocina, música en vivo, un comedor comunitario, entretenimiento infantil, entre otras.

En cuanto a su comunicación visual, utiliza recursos del estilo fileteado, característico argentino, para la conformación de la marca y selecciona una paleta de colores secundarios (principalmente un verde claro y un verde oscuro además de naranja) que reafirman la cultura y lugar de la feria. Las piezas de diseño comunican conceptos tales como saludable, ecológico, sustentable, artesanal, natural.



Isologo Mendoza Green Market
Fondo liso / Fondo con textura



Promoción web
- con otras marcas-



Promoción web
- con otras marcas-

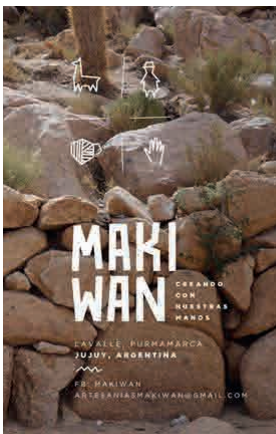


Isologo de la Cooperativa de diseño

COOPERATIVA DE DISEÑO

Está integrada por 6 mujeres: Emilia Pezzati, Sofía Bastanchuri, Silvia Nuñez y Carolina Cuiñas (diseñadoras industriales); Mora Monteverde (diseñadora industrial y gráfica) y Florentina Dib (diseñadora de imagen y sonido); formadas en la universidad pública de Argentina y actualmente involucradas en la docencia. Se conformaron como cooperativa en el 2011, trabajando de forma autogestionada, horizontal y colaborativa junto a las necesidades y luchas populares.

La Coop. de Diseño ofrece los siguientes servicios de diseño: Diseño Gráfico (Desarrollo de sistemas de identidad - WEB - Apps - Folletería / cartelería.); Diseño Industrial (Asesoramiento y consultoría en diseño - Diseño y desarrollo de productos.); Audiovisual (Piezas gráficas animadas, presentaciones institucionales y de productos, dirección de arte y realizaciones, fotografía.); Espacios (Diseño y producción de locales, escenografías, ambientación de espacio)



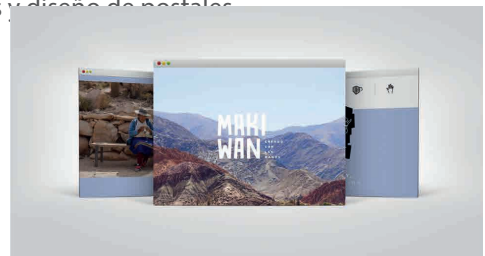
Logotipo de Makiwan



Flyer

MAKIWAN

Es un proyecto que busca generar redes entre los artesanos del NOA, fomentando sus artesanías y creando piezas propias; la Cooperativa de Diseño realizó la identidad gráfica, las fotografías y diseño de postales.



Presentación sitio web Makiwan
Catálogo digital



QOM LASHEPI ALPI - Mujeres tejiendo unidad y trabajo

La Coop. de Diseño trabajó en conjunto con las artesanas QOM de Chaco, Argentina con el objetivo de revalorizar las técnicas ancestrales y reivindicar su producción.



Tarjeta personal

Con la implementación de diferentes herramientas del diseño participativo, desarrollaron una serie de productos: objetos para el hogar, cateras, mochilas y accesorios. Esta perspectiva social/participativa generó un proceso de ampliación de información, aprendizaje y acuerdos colectivos que mejoraron las condiciones de la comunidad.

En cuanto a su identidad visual, se realizó con el objetivo de obtener un resultado que logre visibilizar su trabajo y mejorar su situación laboral. Se resaltaron las gamas de verdes de la planta de totora, materia prima utilizada para la elaboración de los productos, y las tramas generadas a partir de su



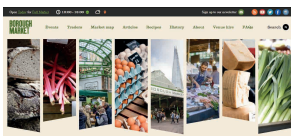
Diseño de mochila y bolso



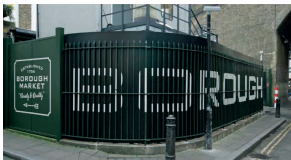
BOROUGH MARKET



Logotipo



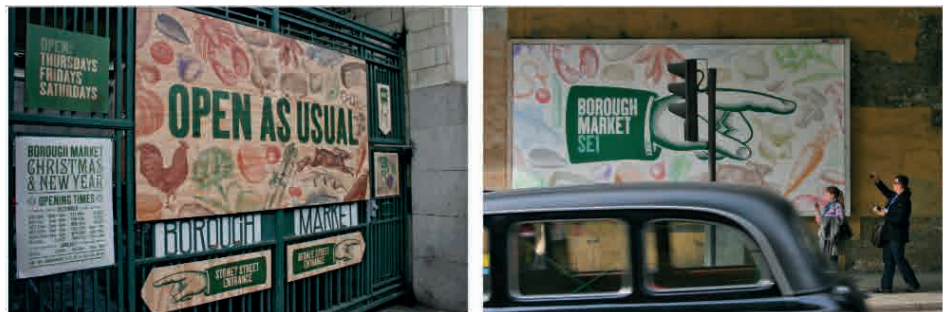
Sitio Web



Cartelería / Señalética

BOROUGH MARKET

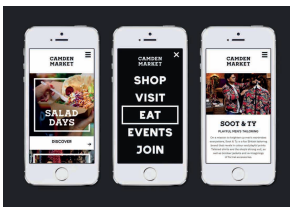
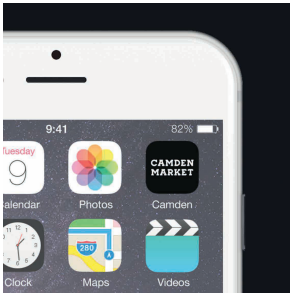
Es un mercado de Londres que data del siglo XIII (desde el año 1756). Es el lugar central de venta de comida y productos frescos: carne, queso, pan, frutas y verduras. Dentro de sus instalaciones puedes encontrar restaurantes y vendedores ambulantes de alimentos. Su diseño comunicación visual cuenta con un rediseño de logotipo, el cual utiliza una tipografía híbrida, otorgando mas naturalismo que la tipografía de palo seco inicial (también empleada en algunas aplicaciones), y mantiene las tonalidades de verde, haciendo incapié en los productos naturales y conciencia del medio ambiente. También cuenta con diversidad de carteles, señaléticas, grafica interior y arte de calle.



Señalética / Cartelería / Ambiente



Logotipo



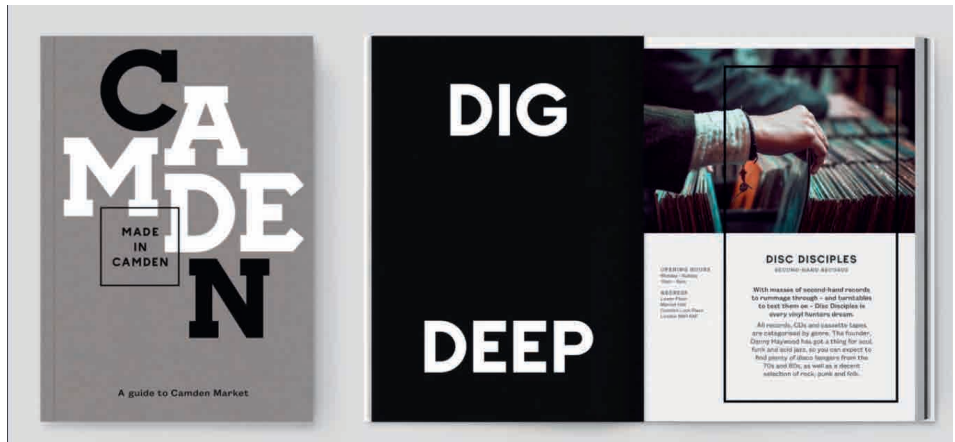
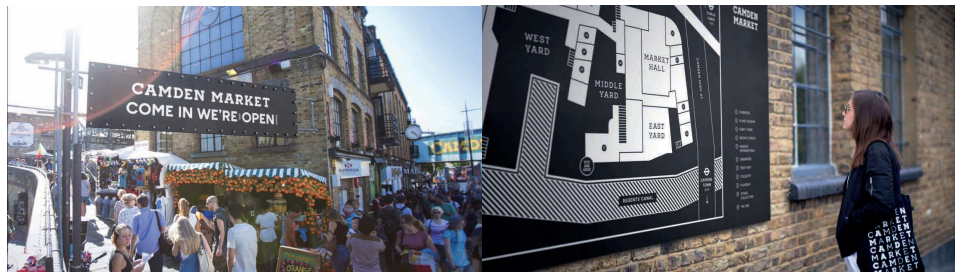
Aplicación celular



Remera / bolsa

CAMDEN MARKET

Camden Market es un mercado callejero de Londres que se caracteriza por su variedad y extravagancia ; de atmósfera alternativa y de contra cultura. Abarca un barrio del pueblo “Camden Town”, por tanto la embergadura de su desarrollo es amplio. Su logotipo consta de una tipografía con serif y el uso del blanco, negro y escala de grises.



Cartelería / Arquigrafía / Diseño de Editorial: Revista

Target

El público objetivo al que está dirigido es general: niños, adolescentes, adultos, etc. interesados en conocer, adquirir y compartir la cultura de San Juan. Son personas de poder adquisitivo variado, generalmente medio.

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

Objetivo General

Generar un sistema complejo de comunicación visual de la Asociación de Artesanos de San Juan.

Objetivos Específicos

Implementar metodologías que permitan la definición, clasificación y determinación de la identidad de la Asociación de Artesanos y sus expositores de acuerdo a los criterios considerados necesarios para su correcta aplicación en las piezas de diseño.

Proponer un plan de diseño estratégico, a través del diseño participativo conjunto con los artesanos. Establecer necesidades, demandas, y posibles soluciones sustentables entre los mismos artesanos pertenecientes a la asociación.

Proyectar y generar aplicaciones necesarias para la promoción, difusión y

2. PRESCRIPCIÓN

Estrategia Comunicativa

Artesanal como una huella en la cultura
Lenguaje simple, amplio y funcional.

Estrategia Creativa

Se desarrolla una tipografía adaptada a su trabajo en madera, para ser utilizada de manera calada o en relieve, con remates híbridos y un calibre variable; en relación directa con la forma de trabajar artesanalmente y la cultura de los pueblos originarios.

Se pretende crear formas limpias y puras, aludiendo al trabajo artesanal como un trabajo de gran dedicación y con buena terminación.

Paleta de colores: cálidos y en relación con la naturaleza de los materiales

Estrategia de Medios

Programa de diseño

Sistema de identidad visual

Identidad

- . Diseño de Marca: Isologotipo principal
- . Aplicaciones básicas de papelería
- . Diseño de imágenes para cada sector

Elementos

- . Bolsas: reutilizables.
- . Envoltorios: adaptables a los diversos productos
- . Etiquetas de ventas
- . Catálogo de productos
- . Displays y Expositores de productos
- . Productos de promoción: lápices, stickers, sellos, remeras, banderas.
- . Stand: proyección de formas de exposición para cada grupo de artesanos clasificados por sectores (Naturaleza, gastronomía, hogar, indumentaria, infantil) Número de puesto, nombre de emprendimiento, paneles, exposición de producto.

Sistema de promoción y difusión.

- Página Web / Facebook / Instagram
- Afiches / Flyers
- Cartelería

3. SOLUCIÓN

BOCETOS

En primera instancia se optó por diseñar posibles marcas que representarían las manos, elemento de común denominador para todos los artesanos.

Esta idea se descartó por poco original.

ANTEPROYECTO 1

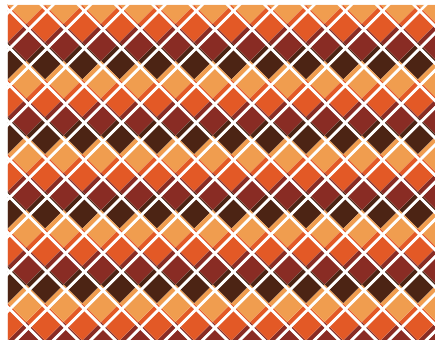
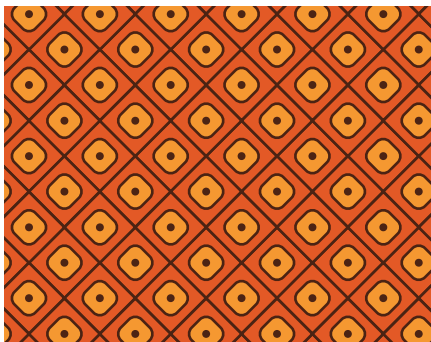
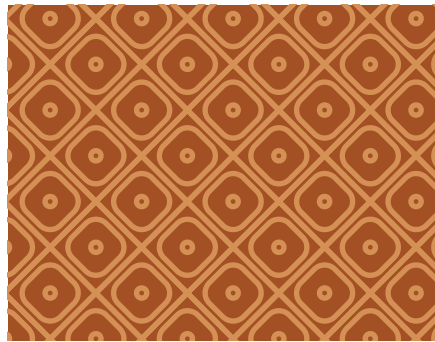
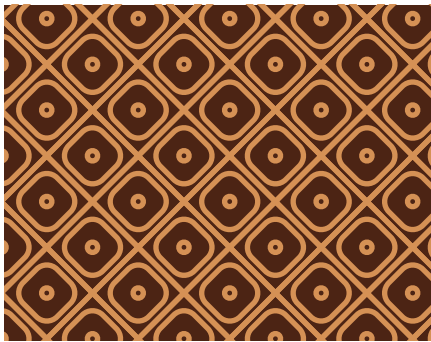
En el anteproyecto se realizaron diversas gráficas respondiendo a los diferentes sectores de artesanos, de manera lineal y plana. Este estilo de gráfica no responde al trabajo artesanal con sus detalles y características rústicas.

ANTEPROYECTO 2

El desarrollo del anteproyecto 2, propuso una identidad visual con la constante de la línea continua. Se realizó una selección de paleta de colores más amplia y otra selección tipográfica. Esta propuesta se descartó porque no se relaciona a lo artesanal.

Bocetos - Anteproyecto 1





Anteproyecto



ASOCIACIÓN DE ARTESANOS



ASOCIACIÓN DE ARTESANOS



SECTORES



NATURALEZA
Flora y Fauna autóctona



GASTRONOMÍA
Dulces y Salados



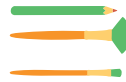
HOGAR
Decoración - Bazar



INDUMENTARIA
Tejidos - Accesorios - Joyas



INFANTIL
Juguetes - Entretenimiento

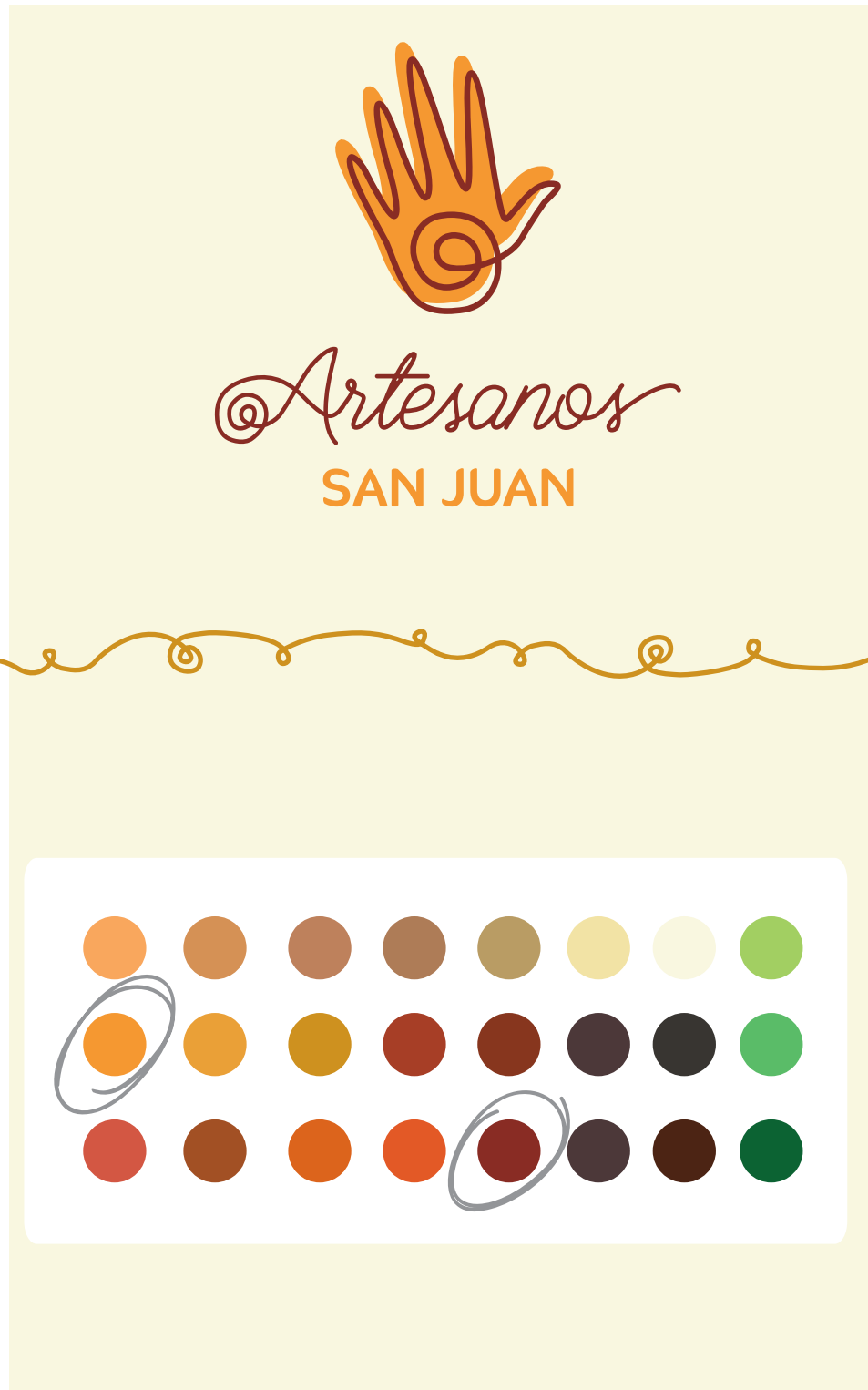


ASOCIACIÓN DE ARTESANOS
ESPACIO CULTURAL FERIA DE LAS PULGAS

PRESIDENTE / René Braco / +54 9 264 400-0166



Anteproyecto 2



Aplicaciones



Tarjeta Personal



Etiqueta de ventas



Credencial



5. BIBLIOGRAFÍA

Acha, J.; 2009. Introducción a la teoría de los diseños. México, Traillas, 4ª edición.

Colombres, A.; 2005. Teoría de lo transcultural del arte - Hacia un pensamiento visual independiente. Buenos Aires, Argentina. Ediciones del Sol.

Colombres, A.; Acha J.; Escobar, T.; 1991. Hacia una teoría americana del arte.

Colombres, A. Manual del promotor cultural - Bases teóricas de la acción. Ediciones colihue.

Ledesma, M.; 2001. Comunicación para diseñadores. Buenos Aires, Argentina. CEADIG.

Manzini, E.; 2015. Cuando todos diseñan - Una introducción al diseño para la innovación social. Publicado por MIT Press.

Mandoki, K. 2001. AISTHESIS N° 34 - Análisis paralelo en la poética y prosaica. Universidad Autónoma Metropolitana, México.