

La Usina: espacio de producción cultural para la inserción laboral en el territorio



Germán Lang, Carla Repetto y Gisela Here

Palabras clave: reterritorialización del diseño - autogestión - trabajo sostenible

1. Repensar nuevos desafíos desde lo territorial

Suele decirse que el mundo productivo se transforma de manera constante como consecuencia de los avances tecnológicos que modifican día a día nuestros modos de ser, de habitar, de relacionarnos y también de crear. Según esa perspectiva, el conocimiento y la innovación tecnológica “global” de los últimos años nos plantearían nuevos desafíos entre los cuales, la inserción laboral de los profesionales graduados constituye uno de los puntos críticos que merecen cierta reflexión a la hora de preguntarnos si realmente nuestro territorio encaja dentro de esos modelos “globales”. Es necesario detenerse en este asunto y revisar afirmaciones que se sustentan en el discurso hegemónico de la globalización, con el fin de formular nuevos interrogantes. ¿Cómo creamos las condiciones para que estudiantes y graduados de la universidad pública tracen relaciones con instituciones, empresas y organizaciones? ¿Cómo concebimos didácticas propias e idóneas para la formación de profesionales que van a trabajar en realidades complejas, bien distintas a las planteadas en las currículas y compendios de tradición eurocentrista?

El sentido común arraigado tanto en los medios como en las instituciones, nos ha bombardeado en las últimas tres décadas con la falsa idea de una horizontalidad globalizada en la que las particularidades de clase, etnia y género estarían abolidas por el discurso de la “aldea global” tecnológica. Ahora bien,

ese discurso sabemos que ha invisibilizado las precariedades, silenciado ciertas voces y, en nuestro territorio, ha promovido la ilusión de que lo mismo que se piensa en los países centrales o las grandes metrópolis puede ser aplicado, sin mayores interrogantes, en nuestras tierras. Sabemos desde la experiencia que esto no es así, y que la reproducción de dichos modelos por parte de las universidades históricas de nuestro país, ha dejado un gran abismo entre los graduados y las necesidades de la sociedad.

Hoy, la formación técnica de excelencia es uno de los aspectos fundamentales que un graduado debe alcanzar para lograr insertarse en el mercado laboral. El crecimiento profesional depende en gran medida del desarrollo de habilidades, tales como la comunicación y el saber vincularse entre los distintos actores de la cadena de valor. Las empresas, las organizaciones del territorio y de Latinoamérica no pueden ni deben afrontar los desafíos de competitividad de manera aislada: precisan conectar con una red de información, tecnología adecuada, innovación y desarrollo de productos que abrace un paradigma de información abierto a las especificidades de la región, en el que la creatividad fluya hacia múltiples direcciones. Es desde este posicionamiento que creamos La Usina: como espacio territorial para la formación de profesionales capaces de conocer, coordinar y liderar situaciones cuya clave radique en la interacción eficiente y coordinada entre entes gubernamentales, sectores privados, áreas académico-universitarias, comunidades de emprendedores de bienes y servicios a nivel local, regional y nacional.

2. ¿Qué es La Usina?

La Usina está conformada por un equipo interdisciplinario de profesionales vinculados al desarrollo y fortalecimiento de la industria, con una amplia trayectoria en la gestión de proyectos de diseño e innovación orientados a organizaciones de diversos tamaños y sectores: economía social, emprendimientos, cooperativas, pymes, tercer sector y sector público. Estas áreas han constituido los espacios que permanentemente hemos acompañado en los últimos años con el objetivo de ofrecerles la posibilidad de diferenciación mediante el desarrollo de estrategias para la mejora de su competitividad, fortaleciendo así las identidades locales para una mejor inserción en los mercados nacionales e internacionales.

Por otro lado, la presencia de los estudiantes y graduados integra uno de los pilares fundamentales en la conformación de La Usina. Tomamos como punto de partida sus fortalezas para potenciarlas en el desarrollo de servicios estratégicos, orientados a la ejecución de proyectos que integren las demandas de innovación de las pymes y organizaciones locales. Este punto se complementa ofertando el conocimiento y el “saber hacer” de los estudiantes y graduados, ya sea como proveedores, consultores o expertos externos. Buscamos que, en la transferencia de saberes, el futuro (o nuevo profesional) consiga entrenarse en otras formas de laborabilidad alternativas a la clásica relación de dependencia.

Desde La Usina ofrecemos todas las herramientas y el apoyo necesario para empoderar y fomentar –en quienes participen– la gestión de proyectos de trabajo sostenible, tanto individuales como colectivos. Constituye en sí una *espacio de formación y acompañamiento extracurricular*, destinado tanto a graduados como a estudiantes del último año de todas las carreras universitarias ofertadas en una unidad académica. Mediante la promoción y el incentivo, acompañamos la generación de *proyectos de trabajo*

autogestionados a través de modelos de negocios creativos e ingresos flexibles. Esto es, modos basados en formas alternativas de generar dinero. Creemos en la diversificación laboral para desarrollar la sostenibilidad económica de los jóvenes que ingresarán al mercado.

En este sentido, convocamos a egresados y estudiantes que estén cursando sus últimas materias para que se sumen a la propuesta tras haber evaluado en el equipo los beneficios de esta incorporación. Estudiantes, graduados y docentes que conformamos el espacio, mantenemos encuentros regulares de intercambio de conocimiento.

La Usina se desarrolla en dos instancias anuales. Por un lado, en la primera parte del año, se dictan “Encuentros de formación” en cuyo marco se trabajan herramientas de empoderamiento, liderazgo, gestión y desarrollo de proyectos, siempre desde una mirada innovadora y creativa, adecuada a las demandas y necesidades del grupo. Por otro lado, en la segunda parte del año, se desarrollan los “Encuentros de mentoría”, en los que se acompañan y potencian los proyectos de trabajo de cada participante y/o grupo buscando soluciones autogestivas para alcanzar tanto la inserción en los mercados como la sostenibilidad económica deseada. Por último, se prevé también una instancia de “Formación para futuros formadores” en las metodologías de La Usina, con la intención de expandir las capacidades instaladas en el territorio.

3. ¿Qué produjo La Usina?

La labor más importante de La Usina fue estimular la demanda de innovación por parte del sector productivo y las organizaciones sociales territoriales, fortaleciendo la relación de estos con el sector académico, a través de los siguientes proyectos de investigación:

- **Universidades Agregando Valor 2018:** Convocatoria de Proyectos de Vinculación Tecnológica - Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología “Posicionamiento de Marca para ganar y consolidar nuevos mercados (Nacionales e Internacionales)”.
- **Programa Consejo de la Demanda de los Actores Sociales (PROCODAS)** - Proyectos de Tecnologías para la Inclusión Social - Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva “Generación de marca y concepto para la construcción asociativa de un módulo habitacional rodante”.
- **Proyecto de Investigación y Transferencia Tecnológica y Social (PITTS)** - Secretaría de Vinculación Tecnológica - Departamento de Ciencia y Tecnología - Universidad José Clemente Paz “El uso de marcas y su comunicación mediante herramientas digitales en la economía social y solidaria”.
- **Proyecto de Investigación y Transferencia Tecnológica y Social (PITTS)** - Secretaría de Vinculación Tecnológica - Departamento de Ciencia y Tecnología - Universidad José Clemente Paz “Posicionamiento de marca de las empresas del sector pymes metalmecánico para ganar y consolidar nuevos mercados”.

4. Resultados

La articulación lograda entre la universidad, el territorio y los agentes de políticas públicas en materia de generación de valor produjo dos resultados muy importantes: el primero de ellos vinculado a la mejora de la competitividad de las pymes y organizaciones sociales territoriales. El segundo, relacionado con la creación de oferta laboral derivada de la implementación de los resultados de las investigaciones.

Al estimular la demanda de innovación en el sector productivo territorial a través de los proyectos mencionados, se impulsó la creación de empleo para estudiantes y honorarios para los graduados a través de recursos aportados tanto desde la universidad –becas de investigación, rentas profesionales– como desde las pymes locales.

Con relación a la mejora de la competitividad de las pymes y organizaciones territoriales, cabe destacar los resultados alcanzados junto a la pyme *Metab S.A.* y la ONG *Nuestras Huellas*. En el primer caso, el proyecto buscaba proveer a la pyme (dedicada a la fabricación de frigobares) la actualización de la imagen de marca con el propósito de facilitar el alcance y la consolidación de y en nuevos mercados. El equipo de trabajo desarrolló un nuevo concepto de “marca paraguas”¹ –*TouriBar refrigeración eficiente*– aplicable a dos nuevas líneas –*TouriBar Línea Urbana* y *TouriBar Línea Aire Libre*– con el objetivo de diferenciar la funcionalidad de los productos y apuntar a diferentes públicos objetivos.

En el segundo caso, el proyecto junto a la ONG *Nuestras Huellas* tuvo el propósito de desarrollar una metodología de comunicación capaz de hacer visible la oferta de los productos de la economía social, mejorar su comercialización e incrementar la participación en el mercado. Para ello, el equipo creó una campaña que fomenta el consumo masivo de productos y servicios, la que permitió impulsar sus ventas durante una fecha específica de comercialización: Día de la Madre 2019.

Por último, el equipo intervino también en otras propuestas para el fortalecimiento de la innovación, como ser el Concurso Nacional de Innovaciones / INNOVAR 2019 con la presentación del proyecto *Nutriciber*: un videojuego pensado para la alimentación saludable de niñas y niños, el cual resultó seleccionado para integrar el catálogo INNOVAR 2019 - 15 ANIVERSARIO y también como participante de la Exposición del Concurso Nacional de Innovaciones.

5. Reterritorialización del diseño

Si pensamos las relaciones posibles entre el diseño y el territorio del NO del conurbano bonaerense, surgen varios interrogantes que se remontan a la pregunta del porqué disciplinar, a una consolidación que se forjó muy lejos en el tiempo y el espacio excluyendo a las prácticas visuales de los bordes y las periferias. Hacemos referencia a una mirada del diseño forjada en una tradición moderna, cos-

¹ Concepto basado en la creación de una marca madre bajo la cual se desarrollan otras marcas pertenecientes o asociadas a esta. Según Norberto Chavez: “Toda marca-paraguas posee, de hecho, una jerarquía superior o, al menos, equivalente a la de las marcas que cubre. Pues su función no se limita a indicar pertenencia (*‘este producto es de Bayer’*) sino, primordialmente, transferir valor (*‘si es de Bayer, es bueno’*)”.

mopolita y europea: la herencia que moldeó un paradigma de la funcionalidad gracias a los aportes de la HfG Ulm de la mano de Tomás Maldonado, devenido en los últimos años en un *Neo Styling* subsidiario de la publicidad y el marketing.

Ahora bien, reflexionar en torno a las complejidades del territorio nos lleva, obligadamente, a revisar qué lugar ocupan esos paradigmas a nivel local. Se trata de reterritorializar una disciplina, devolverle aquello propio de la tierra, entregarle el oficio perdido y la sensibilidad de un territorio. Devorar el diseño de tradición moderna, canibalizarlo y hacerlo propio: eso es lo que finalmente generó La Usina y que excede cualquier modelo tradicional o globalizante. La importancia de crear herramientas autogestivas, así como metodologías que crucen los límites anquilosados de la relación obrero-patrón, son marcas de una política de lo colectivo como nuevo paradigma del diseño. Esto es, un diseño reterritorializado, centrado en las complejidades de la trama social del conurbano y en las necesidades de las organizaciones y pequeñas/medianas empresas de la zona, bien diferentes a las de sus pares céntricas y cosmopolitas.

Pensar en nuevos vínculos para construir redes de contactos en el territorio forma parte de la tarea primordial que se ha hecho con La Usina, a través de la universidad como nexo, como un entrelugar que conecta a los estudiantes y graduados con las necesidades del territorio. En tiempos de incertidumbre, de encierro y paralización, es de vital importancia sostener el rol de La Usina, no solo como fábrica de innovaciones e incubadora de proyectos, sino como una red que traza y mantiene vivo el deseo de crear.

¿Qué significa La Usina para sus integrantes?

JESSICA NUÑEZ

“La Usina representa un lugar de encuentro y compañerismo donde se generan ideas, laborabilidad, con la ayuda de dos profesores que nos impulsan siempre a seguir creciendo como profesionales del diseño. El beneficio que me brinda La Usina es seguir ganando experiencia, para poder implementarla en mi futuro como diseñadora gráfica”.

JOSEFINA TRONCOSO MARENZI

“Formar parte de La Usina me ayudó a dejar de percibirme como estudiante para comenzar a sentirme una profesional, aprender a trabajar en equipo, afrontar responsabilidades, relacionarme con mis profesores como pares —colegas—. A lo largo de estos dos años, con victorias y tropiezos, pude entender y dejar de idealizar mi vida como futura diseñadora para comenzar a hacerlo en el presente”.

RENZO GIRÓN

“La Usina me dio una gran oportunidad de ganar experiencia con trabajos reales, fortalecer la confianza en mí mismo, trabajar en equipo con mis compañeros y crecer profesionalmente a través de herramientas y experiencias que nos brindaron nuestros asesores”.

FLORENCIA MEDINA

“Mirando hacia atrás en el tiempo, cuando entré en el remolino de dudas e inseguridades sobre el después de terminar la carrera (si iba a ser capaz de salir al mundo laboral por mi cuenta, si estaba realmente capacitada para lo que se venía y un montón de preguntas más que todavía no respondí por completo), me doy cuenta de lo mucho que crecí junto a mis compañeros. Cuando surgió la oportunidad de formar parte de La Usina, dije que sí desde el principio, aunque no estaba segura de lo que se trataba. Y al transitar este proyecto entendí que soy capaz de hacer muchas cosas: La Usina me dio confianza en mí misma.

Estoy muy agradecida y contenta de ser parte de algo tan importante como es La Usina de producción cultural. Creo que puede llegar a ser un aporte muy grande para la universidad y la sociedad, que trascienda el mero hecho de ayudarnos a cumplir objetivos laborales”.

FLORENCIA OLIVA

“La Usina representa la constancia y el poder de superación dentro de la profesión que elegí. El trabajo en equipo, los roles que ocupa cada uno y las herramientas en base al aprendizaje que tuvimos a través de estos dos años. Sin duda, ser parte del equipo me llena de más confianza para poder enfrentar nuevos desafíos y oportunidades”.

VIVIANA ESCURRA

“La Usina es un espacio para intercambiar ideas, generar proyectos de trabajo y desarrollar mis habilidades. Me hace ver la importancia de trabajar colectivamente, intercambiando críticas constructivas, ayudándonos y aprendiendo juntos todos los días. Nos brinda la oportunidad de trabajar con empresas y/o emprendimientos reales, lo que hace que nos enfrentemos al mundo laboral de la comunicación visual.

En estos dos años de participar en La Usina, crecí profesionalmente, adquirí más experiencia de trabajo y espero seguir sumando habilidades y conocimientos”.

CRISTIAN GONZÁLEZ

“La Usina, a mi parecer, está orientada a estudiantes y profesionales recién recibidos. Es un espacio de intercambio de conocimientos, de capacitación y de trabajo en equipo. Nos ayuda a generar nuestros propios proyectos y/o trabajar en otros ya armados para desarrollarnos profesionalmente.

Esto nos abre una puerta al mundo laboral totalmente distinta a cuando uno se recibe y debe arreglarse solo”.

GERMÁN LANG

Una mirada sobre el diseño desde La Usina de Producción Cultural

Diseño y cultura

Para poder comprender la dimensión del diseño como un hecho cultural, se debe tener en cuenta que lxs diseñadorxs (a través de los objetos/mobiliarios, vestimentas/textiles, interiorismo/paisajismo, comunicaciones gráficas/multimediales y la formación/intercambio de saberes) crean realidades culturales y modos de relacionarse entre las personas; forman parte de la vida cotidiana e integran en ella valores de uso y valores simbólicos que hacen a la cultura contemporánea, contribuyendo así a su bienestar e identidad.

El diseño es, entonces, una estrategia cultural que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos, servicios y organizaciones. En efecto, el diseño es un *valor constitutivo* y no un valor agregado (como generalmente se lo presenta), ya que forma parte de los productos y los servicios desde el mismo momento en que estos son creados. El diseño no es, en consecuencia, un campo determinado de la cultura, sino un *medio de producción* que genera cultura en todos los campos.

Entendiendo que lxs diseñadorxs no diseñan objetos, sino las formas en que las personas se relacionan entre sí y con su entorno, y que además actúan tanto en la dimensión práctica como en la dimensión simbólica del diseño, el impacto que produce no puede ser más que cultural, pues el diseño se está ocupando de generar alternativas para la vida. Diseñar es, en definitiva, construir tanto sentido como uso y discurso. ¿Y qué es la cultura? Justamente eso: la lógica, los hábitos y el decir de un pueblo. En síntesis, diseñar (entonces, acción colectiva) es construir cultura, principalmente porque el diseño se encarga de crear coherencia en lo cultural y lo estructural.

Diseño, desarrollo y economía

Es por eso que se vuelve necesario que la sociedad en su conjunto (particularmente en países emergentes o en desarrollo) comprenda y valore el diseño como un componente fundamental de su cultura, de su calidad de vida y de la calidad de sus productos.² Para ello, es necesario crear un discurso que permita instalar el valor del diseño en la esfera cultural de nuestras comunidades nacionales, tomando conciencia de que se trata de una disciplina transversal que, utilizada sistémicamente, articula y da sentido a las acciones cotidianas para permitir el desarrollo estratégico de las organizaciones, las empresas, las instituciones y cualquier grupo humano que demande identidad y requiera un desarrollo inteligente.

El diseño nacional es, hoy en día, una herramienta fundamental y diferencial en la producción de bienes y servicios. “El diseño adquiere hoy una nueva responsabilidad: la de abrirles oportunidades inesperadas a los recursos propios. Deviene así un instrumento más de la autonomía productiva, de la creación de riqueza”.³

Los diseñadorxs latinoamericanxs son un factor importante de la modernización de nuestros países al integrar inteligencia en el desarrollo de productos y servicios, y así contribuir en la creación de discursos formales y estéticos, coherentes y significativos, que aporten identidad y calidad a bienes y servicios, generando las condiciones necesarias para la expansión cultural y la mejora de las condiciones de vida de nuestros pueblos.

En un mundo global en que el intercambio de productos y servicios crece, para los países emergentes el diseño debe formar parte del discurso político del desarrollo. Esto significa que, a la hora de hablar de “desarrollo”, la palabra *diseño* deba estar presente. Principalmente porque los productos que se integran al intercambio internacional deben ser capaces tanto de comunicar su alteridad como de conservar el sentido local, para así tener una oportunidad en el mundo global.

El diseño se convierte así en embajador de nuestra cultura en otros países, en el generador de una posibilidad de expresión genuina, comprendiendo lo singular en lo general. El diseño, en definitiva, es una parte importante en la construcción de nuestro modo de proyectar el país en el mundo.

2 Producto: (sust. sing) resultado de un trabajo u operación. Puede también entenderse como bien de intercambio.

3 Chavez, N. (2017). Cultura y Diseño. En Ministerio de Cultura, *Dis.Glosario Federal del Diseño Argentino*. Recuperado de <https://issuu.com/minculturaar/docs/disglosarioweb20170926>

BIO

GERMAN LANG



Diseñador gráfico (FADU/UBA). Hoy se considera un diseñador multidisciplinario, abordando la enseñanza como docente universitario, mentor de proyectos creativos, consultor en políticas públicas y gestor cultural. Como investigador en Morfología se especializó en moldería para el vestir, desarrollando dos etiquetas de indumentaria. Sus conocimientos en la comunicación visual de bienes y servicios, la docencia, el diseño para el vestir y la vinculación entre el pensamiento teórico y el quehacer artesanal los articula con la producción y gestión de políticas públicas para el fortalecimiento de proyectos culturales, creativos e independientes.

BIO

CARLA REPETTO



Abogada especialista en Derecho Empresarial (UBA), agente de la propiedad industrial y Magíster en Propiedad Intelectual (Universidad Austral).

Comenzó su carrera en el año 2007 como docente regular en la Facultad de Derecho (UBA). Es docente de Propiedad Intelectual en el Diseño (UNPAZ) y en la Maestría en Propiedad Intelectual (Universidad Austral).

BIO

GISELA HERE



Diseñadora Gráfica (FADU/UBA) y Magíster en Diseño Comunicacional (FADU/UBA). Se desempeña como docente en UNPAZ, UNDAV y FADU/UBA, dictando materias vinculadas al campo de la Historia del Arte, la Estética y la Morfología. Cuenta con más de veinte años de trayectoria en el oficio de diseñar. Actualmente cursa la Maestría en Estéticas Contemporáneas Latinoamericanas (UNDAV).

La Usina en imágenes





URBANA Elegante y Funcional



AIRE LIBRE Portátil y Eco-amigable



VEHÍCULOS

