



Tesis Final de Grado:

IDENTIDAD MARCA PAIS

**Proyecto de diseño: “Revalorización de la madreSelva en el
diseño de marroquinería”**

Alumna: TASCHERET, Jazmin.

DNI: 40928502.

Legajo: IND01271.

Institución: Universidad Empresarial Siglo 21.

Carrera: Licenciatura en diseño de indumentaria y textil.

Profesora: CUBEIRO, Ana.

Lugar, mes y año: Córdoba, Abril 2021.

Resumen:

La presente investigación tiene por finalidad diseñar, de manera experimental, marroquinería, utilizando técnicas de cestería en madreSelva. Se ha desarrollado una marca situada en Córdoba, Argentina, proponiendo la producción de accesorios de moda que aporten a un consumo más consciente. Promoviendo el progreso social arraigado a nuestra identidad cultural, como la cestería en madreSelva que forma parte de nuestra cultura argentina y es un tejido ancestral que no se utiliza mucho en la actualidad, sin embargo ahora se está recuperando (por lo menos en diseño de interiores y mobiliario). El proyecto atendió la necesidad local de consumir productos que no generen un impacto negativo en el medio ambiente pero que también cuenten con un estilo acorde a las tendencias actuales de moda. Se llegó a la resolución de diseñar accesorios con tipologías como carteras y bolsos; utilizando la madreSelva como principal material de la producción fusionado con arpillera, lienzo y avíos.

Palabras clave: Marroquinería, trabajo artesanal, madreSelva, diseño, identidad cultural.

Abstract:

The purpose of this research is to design, in an experimental way, leather goods, using honeysuckle basketry techniques. A brand located in Córdoba, Argentina has been developed, proposing the production of fashion accessories that contribute to a more conscious consumption. Promoting social progress rooted in our cultural identity, such as honeysuckle basket weaving that is part of our Argentine culture and is an ancestral fabric that is not used much today, however it is now recovering (at least in interior design and furniture). The project addressed the local need to consume products that do not have a negative impact on the environment but that also have a style consistent with current fashion trends. The resolution was reached to design accessories with typologies such as purses and handbags; using honeysuckle as the main production material fused with burlap, canvas and accoutrements.

Keywords: Accessories, artesanal job, honeysuckle, design, cultural identity.

Índice:

• Portada-----	1
• Resumen – Palabras clave / Abstract – Keywords-----	2
• Índice-----	3-5
1. Definición estratégica del proyecto de diseño-----	6
1.1. Tema-----	6
1.2. Problema de diseño-----	6
1.3. Descomposición del problema-----	8
1.4. Alcance y objetivos-----	8
1.4.1. Objetivo general-----	8
1.4.2. Objetivos específicos-----	9
1.5. Justificación-----	9
2. Marco teórico-----	14
2.1. Diseño de autor frente a la masividad-----	14
2.2. Trabajos artesanales e identidad cultural-----	16
2.3. Mimbres-----	17
2.4. MadreSelva-----	22
2.5. Marroquinería-----	23
2.6. Cierre marco teórico-----	26
3. Metodología de investigación-----	27
3.1. Fichas técnicas del diseño metodológico-----	27
3.2. Explicación del diseño metodológico-----	28
3.2.1. Encuesta-----	28
3.2.2. Entrevista-----	28
3.2.3. Observación-----	29
3.3. Diseño de los instrumentos que se implementarán en la investigación---	
-----	29
3.3.1. Cuestionario encuesta a usuario-----	29
3.3.2. Cuestionario entrevista a artesanos-----	33
3.3.3. Guía de pautas para observación-----	33
4. Análisis de resultados de la investigación-----	34
4.1. Análisis de encuesta a usuario-----	34

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

4.2.	Análisis de entrevista a artesanos-----	37
4.3.	Análisis de observación a artesano-----	38
4.3.1.	Artesana que trabaja con mimbre-----	38
4.3.2.	Artesana que trabaja con madreSelva-----	42
5.	Concepto de diseño-----	45
5.1.	Programa de diseño y/o requerimientos-----	45
5.2.	Plan de trabajo o cronograma-----	46
6.	Alternativas de diseño-----	48
6.1.	Moodboard de concepto-----	48
6.2.	Moodboard de usuario-----	49
6.3.	Colección-----	50
7.	Propuesta de diseño-----	55
7.1.	Fichas técnicas-----	55
7.2.	Prototipos-----	65
7.2.1.	Bandolera Oskar-----	65
7.2.2.	Cartera Margo-----	66
7.2.3.	Bandolera Bianca-----	67
7.2.4.	Cartera Kelly-----	68
7.3.	Carta de texturas-----	69
8.	Propuesta final de marca-----	71
8.1.	Identidad de marca-----	71
8.2.	Etiquetería y Packaging-----	72
8.2.1.	Etiqueta de producto-----	72
8.2.2.	Etiqueta externa-----	72
8.2.3.	Packaging-----	73
8.2.4.	Packaging de envío-----	74
8.3.	Estrategias productivas-----	75
8.4.	Estrategias comerciales-----	75
8.4.1.	Comunicación-----	75
8.4.2.	Comercialización-----	75
9.	Costos-----	77
10.	Conclusiones-----	80

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

11.	Referencias bibliográficas-----	82
•	Índice de figuras-----	84
•	Índice de tablas-----	86
12.	Anexo-----	87
12.1.	Resultados de encuesta a usuario-----	87
12.2.	Resultados de entrevista a artesanos-----	93

1. Definición estratégica del proyecto de diseño:

1.1. Tema.

Éste es un proyecto de diseño con una línea temática de “Identidad: Marca- País”; donde se plantea la revalorización de la cestería realizada en madreselva y las posibilidades de poder implementarla en el diseño de marroquinería actual.

1.2. Problema de diseño.

En la actualidad, vivimos en una sociedad consumista donde constantemente estamos comprando productos generados en serie; es por esto que buscamos plantear una forma de volver a nuestros orígenes, al consumo de lo artesanal así como también a un consumo más controlado y que aporte al medio ambiente. Para confirmar lo planteado:

Tal como plantea el autor, los estilos de vida en la cultura de consumo contemporánea “denotan individualidad, expresión personal y autoconciencia estilística” [Featherstone] (1991: 142). Los bienes de consumo pasan a conformar así expresiones estilísticas adaptadas a los estilos de vida, orientados a una construcción cotidiana subjetiva, a un vivir y a un habitar propios. (Correa, 2016, p. 26)

Teniendo en cuenta el tipo de sociedad que somos hoy en día, buscamos la forma de unificar nuestro estilo actual, con nuestras raíces; es por esto que analizamos los distintos tejidos artesanales que se están dejando atrás y definimos investigar sobre la cestería en mimbre y en madreselva.

El mimbre, es una fibra vegetal que se obtiene de un arbusto de la familia de los sauces y que se teje para crear muebles, cestos y otros objetos útiles; se da mayormente en la parte del Delta, en Paraná:

Dentro de nuestro país, encontramos que el 98% de la producción se concentra en la Región del Delta y que existen otras regiones en el sur de la provincia de Buenos Aires, como la costa de Berisso, donde se

produce mimbre a menor escala. (Ariza, Gay, Herrero, Oneto, 2014, p. 13)

El tejido mencionado anteriormente, comenzó a realizarse en la anterioridad. Se cree que la cestería es una de las artes más antiguas que realizó el hombre, como demuestran los distintos estudios arqueológicos realizados que evidencian cestas descubiertas en el Medio oriente con hasta 7.000 años de antigüedad. (Abedrop, M., 2014) Cumplían la función de cubrir la necesidad de cargar y trasladar:

La producción de mimbre y de manufacturas de mimbre estaba directamente asociada a la producción de fruta, se complementaban en varios sentidos: todos los canastos para la recolección y transporte se desarrollaban en la isla, ambas actividades eran estacionarias (con lo cual la familia dejaba de hacer un trabajo y empezaba el otro), e implicaban una alta utilización de la mano de obra familiar, ya que, en ambos casos, la presencia de equipamiento (mecanización) era muy baja. (Ariza *et al.*, 2014, p. 11)

A lo largo del proceso de investigación, tuvimos en cuenta de que el mimbre es una opción que aporta al consumo, el volver a lo natural, y contribuye a generar empleo para muchos agricultores y artesanos, que se dedican a éste labor desde hace décadas y algunos hasta casi desde toda su vida, como podemos ver:

Hoy, si bien el sector está atravesado por problemas estructurales, como la falta de mano de obra, la tendencia a volver a lo natural hace que el mimbre tenga una nueva oportunidad. La ecología, el cuidado del medioambiente y la búsqueda de productos naturales están revalorizando al mimbre como material. A ello se suman varias características que muestran su potencial: es una producción con muy baja inversión de capital, y de rotación rápida, y una muy alta utilización

de mano de obra, y un factor tierra que no necesita gran extensión para que una familia pueda obtener ingresos medios. (Ariza *et al.*, 2014, p. 11)

En conclusión, nos planteamos que la problemática a tratar, va a ser la que surge de la pregunta ¿De qué manera se puede re significar la cestería en mimbre o madreSelva fusionándose con la marroquinería y las tendencias actuales? Esto parte de la idea de revalorizar técnicas antiguas que están quedando en el olvido, como es el caso del mimbre.

1.3. Descomposición del problema.

- ¿El usuario al que apunta la marca, está dispuesto a consumir un accesorio de marroquinería producido artesanalmente?
- ¿El usuario al que se dirige la propuesta utiliza a diario artículos de marroquinería? ¿En qué situaciones?
- ¿Quiénes son los artesanos que saben tratar el mimbre y la madreSelva, donde se encuentran y que posibilidad hay de que materialicen los diseños de la marca?
- ¿Qué tipos de productos se realizan en mimbre o madreSelva y con qué técnicas de tejido?
- ¿Cuáles son las técnicas y procedimientos para trabajar el mimbre/madreSelva, más oportunos a fines de aplicarlos en marroquinería?
- ¿Qué tipo de impacto genera la producción de cestería en mimbre/madreSelva, sobre el medio ambiente?

1.4. Alcance y objetivos.

1.4.1. Objetivo general:

Desarrollar una marca de productos de marroquinería realizados en tejidos de madreSelva, con el fin de revalorizar técnicas antiguas de nuestra cultura, que apunte a un público de mujeres de entre 25 y 35 años de edad, de Córdoba capital, con un estilo de vida activo, amplia vida social y que se preocupan por el medio ambiente.

1.4.2. **Objetivos específicos:**

- Analizar la vinculación de la artesanía con la identidad cultural local.
- Averiguar a cerca de la producción de mimbre y madreSelva, más los distintos tipos de tejidos que se pueden realizar con éste material.
- Investigar las técnicas de cestería de los artesanos que trabajan el mimbre y la madreSelva en la actualidad en Argentina, Córdoba.
- Indagar sobre el impacto ambiental que genera la producción de mimbre/madreSelva y la cestería.
- Experimentar con el mimbre o madreSelva en búsqueda de nuevos tipos de tejidos y morfologías.
- Explorar sobre la marroquinería y sus requerimientos técnicos y funcionales.
- Abordar y analizar el modo de resolver los requerimientos planteados con el mimbre y la madreSelva.
- Analizar el usuario al que apunta la marca, cuáles son sus hábitos, preferencias y costumbres.

1.5. **Justificación.**

El proyecto propone generar una marca de marroquinería donde se utilicen tejidos en mimbre o madreSelva, fusionados con otros materiales que aporten terminación y calidad al producto.

El mimbre y la madreSelva son material de una gran robustez, que a pesar de su apariencia frágil poseen una durabilidad similar a la de las maderas más utilizadas; son flexibles y maleables lo que permite realizar con ellos, objetos de muy diversas formas. Son muy ligeros y completamente naturales con un cultivo respetuoso con el medio ambiente.

Ofreceremos distintitas morfologías de accesorios que se amolden al material a utilizar, y que sean acordes al público de mujeres jóvenes, al cual estará destinada la marca, considerando el estilo de vida de éste cliente y aportando al consumo de productos que formen parte de nuestra cultura.

Teniendo en cuenta la primera función con que se comenzó a realizar los canastos de mimbre en la antigüedad, es que surgió la idea de crear marroquinería, cumpliendo

con la misma utilidad de cargar y trasladar, siendo importante también la resistencia y calidad del material a utilizar.

El proyecto aportará a la ecología y al medio ambiente, generando la menor cantidad de desperdicios posibles y retomando el uso de productos realizados artesanalmente, con una vuelta a lo natural. También introducirá productos artesanales dentro del mercado urbano y contará con un diseño acorde a la moda urbana fusionada con lo artesanal.

Cómo se puede ver en el siguiente caso, donde otros diseñadores tienen el mismo objetivo de revalorizar técnicas artesanales de la antigüedad:

Algunos diseñadores han intentado recuperar en sus propuestas el trabajo artesanal, incluso cuando su diseño rebasa fronteras y se imprime en grandes cantidades, como en los carteles o en la identidad corporativa. Es por ello que el trabajo único, el artesanal, no desaparece, se recuperan ciertas técnicas o modos de realizar soluciones, pero se puede incorporar a lo actual, pues se han simplificado recursos y tiempos de la mano con el trabajo creativo.

(Barrera Medina, 2019, p. 96)

Un antecedente de nuestro país es por ejemplo la colección “Monte” de Sabrina Sastre que realizó en 2015, donde el principal objetivo era rescatar, revalorizar y reposicionar desde una mirada contemporánea a la randa como tejido, pero también como poética y tradición tucumana.

En Argentina podemos encontrar de referente, una marca formoseña llamada “Mauro Pesoa Diseño de Autor”, que está enfocada en la mezcla de materiales nobles locales y propone un estilo *slow*, mezclando artesanías en mimbre y diseño. Produce prendas de indumentaria, calzado y accesorios en mimbre.

Figura N° 1. Accesorios en Mimbre. Mauro Pesoa – Diseño de Autor. Fuente: La Nación (16 de agosto de 2019)

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret



Figura N° 2. Cartera Mimbre. Mauro Pesoa – Diseño de Autor. Fuente: Facebook (16 de octubre de 2018)



Figura N° 3. Zapatos Mimbre. Mauro Pesoa – Diseño de Autor. Fuente: Facebook (16 de julio de 2019)



A nivel mundial podemos destacar marcas de referencia como Sensi Studio (Ecuador), Serpui (Brasil), Amelie Pichard (Francia), Stella Rittwagen (España), Kayu (Estados

Revalorización de la madreselva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

Unidos) que ofrecen marroquinería realizada en distintas técnicas y materiales donde podemos encontrar algunos productos realizados en mimbre.

Figura N° 4. Cesta tejida de mimbre de Amelie Pichard. Fuente: Nomad Bubbles Magazine (2019)



Figura N° 5. Cesta redonda de Stella Rittwagen. Fuente: Nomad Bubbles Magazine (2019)



En conclusión, la marca va a aportar valor a la sociedad, brindando tanto productos artesanales que nos identifiquen con nuestra cultura, como generando oportunidades de trabajo y revalorizando el labor de los artesanos. Ofrecerá diseños exclusivos donde ningún producto sea igual a otro y todo el proceso productivo generará la menor cantidad de desechos posibles.

El target seleccionado para la marca (mujeres que vivan en la ciudad de Córdoba, Argentina y que tengan entre 25 y 35 años) fue elegido teniendo en cuenta que son personas jóvenes que buscan aportar al medio ambiente consumiendo productos donde se cuidan todos los procesos productivos y su impacto ambiental. Son personas que están en constante movimiento, y transportan diversos objetos en distintas

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

ocasiones a lo largo de su día, como su teléfono, maquillajes, *snacks*, entre otras cosas, y para eso utilizan accesorios como mochilas, carteras, bolsos o riñoneras.

Es el target potencial más oportuno debido a que son personas que en su mayoría trabajan y tienen su propio sueldo para sí mismas teniendo en cuenta que aún son jóvenes que quizás no tienen familia por mantener. Y se interesan por consumir objetos de diseño que aporten a su imagen para utilizar día a día.

La marca les ofrecerá productos que se amolden a su estilo de vida activo, generando objetos prácticos que sean acordes para diversos tipos de actividades como ir al trabajo, momentos de dispersión ya sea en la playa o ciudad, actividades diurnas o nocturnas, entre otras. Se pretende proponer un estilo acorde a las tendencias de moda del momento, sin dejar de lado la practicidad y comodidad para llevar sus objetos a donde sea.

2. Marco teórico:

2.1. Diseño de autor frente a la masividad:

En la cultura contemporánea los estilos de vida representan individualidad, expresión personal y autoconciencia. Para los individuos, los productos de consumo conforman expresiones estilísticas, unidas a su estilo de vida (Correa, 2016). Estamos constantemente obteniendo nuevos productos para satisfacer nuestras necesidades y deseos.

El consumo se ve influenciado por la economía de cada país y región. A lo largo de la vida, uno no se imagina todo lo que puede surgir luego de un momento de crisis; estamos abiertos a cambiar, adaptarnos y hacer lo que sea necesario para resolver las problemáticas. Como fue el caso de la crisis de 2001, donde se crearon muchos emprendimientos y la gente se movilizaba para salir adelante de esta situación caótica. Uno de los casos más interesantes fue el “mercado de trueque” donde la gente intercambiaba productos de similar valor. Son éstas las situaciones que demuestran que ante un problema, los seres humanos estamos dispuestos a realizar lo que sea necesario para sobrevivir e inclusive a cambiar nuestra forma de ver las cosas, con el fin de estar mejor y superar una crisis (Porrúa, 2014). Al momento de emprender y llevar a cabo nuestros proyectos debemos definir la manera en que producirémos; se puede optar por una producción masiva o una producción más artesanal. Hoy en día, se opta mayormente por el desarrollo tecnológico que ha ido sustituyendo el trabajo manual por maquinarias; se fue perdiendo el trabajo artesanal, prefiriendo utilizar sistemas automatizados que generan mayor cantidad en menor tiempo y con menor posibilidad de fallas (Barrera Medina, 2019).

El diseño cumple un rol muy importante en la sociedad porque se dedica a reconocer problemáticas y buscar una solución. Toma como factor de desarrollo su territorio, teniendo en cuenta que es donde se habita y se socializa; se tiene que tener presente el cuidado del medio ambiente debido a que somos parte de ese espacio (Porrúa, 2014).

La moda es, según Baudrillard, la columna vertebral de la sociedad de consumo moderna debido a que en la actualidad se dejó de cumplir el fin de vestirnos y cubrirnos de las variables ambientales y pasó a cumplir un rol de generar una imagen inestable, la necesidad de cambio constante, creando una hiper producción e hiper

consumo (Porrúa, 2014). Es por esto que hoy en día, existen distintas contra tendencias que se oponen al consumo masivo, como por ejemplo anteponiendo a la contaminación del ambiente soluciones vinculadas con el desarrollo sustentable; por sobre la cantidad, la calidad; contra el individualismo, la colectividad, comunidad; entre otras (Porrúa, 2014).

“La industria textil es la segunda más grande del mundo, siguiendo a la de los alimentos, por eso no es novedad afirmar que es también una de las que genera más impactos negativos en el medio ambiente” (Moriconi, A., 2017, p. 17).

Debido a que el diseño es cómplice de este consumo masivo regido por la economía, últimamente los diseñadores han comenzado a tratar variables con un desarrollo sustentable, construyendo la identidad en su territorio y delimitando el campo del poder hacer/producir para generar un desarrollo auto sustentable de sus habitantes (Porrúa, 2014). A pesar de que la mayor cantidad del consumo es de productos generados masivamente, también existe cierta cantidad de gente que busca destacarse y sentirse diferente; para lograr estos objetivos suelen consumir productos de diseño de autor, con productos más exclusivos. Teniendo esto en cuenta, surge la idea de comenzar a personalizar distintos productos, donde los clientes se sientan identificados con los objetos para que se conviertan en productos de deseo al que apunten a obtener. En estos casos suele prevalecer el trabajo artesanal que cumple con las mismas cualidades de destacarse por su exclusividad, calidad y su valor cultural identificado con una cultura en particular (Correa, 2016).

“El lujo ya no actúa por sí solo como un agente distintivo que ejerce presión en la sociedad de consumo, sino que se amolda a sus demandas y expectativas. Esto se debe a lo que Saulquin plantea cuando dice que “la crisis de los discursos modernos impulsa la reapropiación de la capacidad de gestión de la vida propia, que hasta este momento se depositaba en la sociedad.” (2015, p. 97).” (Saulquin en Moriconi, 2017, p. 40)

En la actualidad con una sociedad consumista e individualista; el vestir dejó de ser el principal comunicador pasando a tomar mayor importancia el vender un estilo de vida a través de los medios de comunicación; la indumentaria comienza a amoldarse a distintos requerimientos como la comodidad para acompañar a estos estilos de vida (Saulquin en Moriconi, 2017).

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

En Argentina, la fabricación de cantidades limitadas y de hasta piezas únicas, coincide con la reflexión que realiza Saulquin (2010) cuando dice que la personalización cambia el valor de uso de la prenda. El mismo, por lo general conlleva un significado, una historia y una función de realización personal, donde la persona intenta diferenciarse a través de objetos con mayor valor emocional (Moriconi, A. 2017, p. 84).

El proyecto contará con productos exclusivos que generaran interés de consumo por los beneficios que aportarán tanto para el artesano que lo realiza, desde su trabajo valorado, como para el usuario que contara con un artículo único recargado de historia de técnicas ancestrales y trabajo artesanal.

Como lentamente hay una toma de conciencia de una nueva realidad, resulta imprescindible actualizar el significado de la experiencia de lujo como un poder transformador, a partir del goce de los sentidos y la conexión de los estados de ánimo, en una aventura de refinada exquisitez. Este novedoso concepto se refleja también en el área de la sustentabilidad, impulsando producciones de objetos y vestimentas éticas y responsables. (Saulquin, 2014, p. 91) (En Moriconi, A. 2017, p. 90).

Los productos que surgirán del proyecto serán objetos del nuevo lujo ya que aportaran a una experiencia de compra donde importe la practicidad, que se amolde al estilo de vida del usuario y generará el menor impacto negativo posible en el medio ambiente.

2.2. **Trabajos artesanales e identidad cultural:**

La identidad cultural puede ser definida en tres puntos; uno es el plano Psico-Social, donde se permite entender la creación de la identidad personal como proceso de construcción social. El plano Social, es la parte de auto concepto de un individuo que surge de su conocimiento de pertenencia a un grupo social. Y por último el plano

Cultural, donde la identidad está generada por el contenido gramatical de una cultura (Rodríguez, 1995).

Según la Unesco las artesanías son “productos producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado.” (Sesnic, 2013).

Un artesano representa el compromiso, realizando una tarea donde van unidas la mano con la cabeza, aprendió del error, haciendo y deshaciendo (Barrera Medina, 2019).

El diseño que se centra en la cultura y la identidad, logra una calidad y profundidad mayor (Porrúa, 2014). El diseño es un nexo entre las comunicaciones humanas con los objetos industrializados. (Barrera Medina, 2019).

El sello artesanal genera objetos auténticos y exclusivos donde un producto u objeto no es igual a otro. El desarrollo de estos objetos aún es importante y socialmente necesario, debido a que tienen una gran carga cultural e histórica que relacionan a la sociedad con sus costumbres y tradiciones. El trabajo artesanal no desaparece, está siempre presente y es importante revalorizarlo teniéndolo en cuenta al momento de generar nuevas soluciones de diseño (Barrera Medina, 2019).

El diseño actualmente está volviendo a mezclarse con los trabajos artesanales, buscando generar nuevos diseños y soluciones con una base en lo artesanal, creando así productos más nobles con el medio ambiente y con una identidad cultural que los defina y les de valor (Barrera Medina, 2019).

2.3. **Mimbre:**

El mimbre es una fibra vegetal que se obtiene de un arbusto de la familia de los sauces (Salix Viminalis) que puede ser utilizado en su forma natural como varilla y también puede ser procesado para generar huinchas de diversos anchos y largos, que después pueden ser trabajadas con diferentes técnicas propias de la cestería (Sesnic, 2013).

Existen tres variedades de mimbre:

- **Mimbre blanco:** Es amarillento, es muy flexible y por esto es el más utilizado para cestería fina. Solo puede producirse en primavera y a esto se debe su precio más elevado.

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

- **Mimbre de buff:** Se logra cociendo las ramas de mimbre durante 8 horas. Luego se ponen en agua fría; Más tarde, se pasan por la maquina peladora y por último se deja al sol para que tomen un color bronceado. Es recomendable ir girando las varas para que tomen un color uniforme. Su precio es menor debido a que se puede realizar todo el año.
- **Mimbre negro:** Es el mismo tipo de mimbre que los dos ya mencionados, pero dejados a secar sin pelarlo (Calle Rodriguez, A., 1982).

En todos los pasos de la cestería en mimbre, el material debe tratarse húmedo para que sea flexible y manipulable. Se suele utilizar una esponja mojada para pasarla frecuentemente sobre el mimbre o un recipiente con agua donde se conservan las hebras a usar (Orlando Benavides y Días López, 2013)

Pasos de la cestería:

- **Fabricación: Estructura.**

Antes de comenzar a realizar el tejido se debe fabricar un soporte que funcione como guía para el tejido y le otorga rigidez al futuro objeto. Puede ser construido con diversos materiales como madera, caña, fierro y mimbre (Sesnic, 2013).

- **Fabricación: Tejido.**

Una vez construida la estructura se comienza, de forma manual, a generar el tejido, cubriendo con mimbre seccionado, desmedulado y rebajado. Según el caso, se incorporan progresivamente varillas no seccionadas de mimbre para lograr mayor homogeneidad en el tejido (Sesnic, 2013).

- **Fabricación Terminaciones.**

Una vez terminado el proceso de tejido se procede a encolar amarras y ligaduras realizadas. Opcionalmente existe la posibilidad de aplicar tintes, pinturas y barnices o, simplemente, dejar la pieza tejida en estado natural, sin recubrimiento adicional (Sesnic, 2013).

- **Tipo de tejidos:**

Tipo de tejido:	Técnica:	Acabado:
Entramado simple.	Entorno a una urdimbre rígida, se tejen elementos de trama en forma sucesiva. En cada vuelta alrededor de la urdimbre, se va	

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

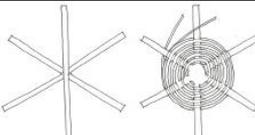
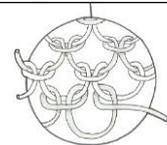
	<p>alternando el orden de pasada, por encima y por debajo de ella. Se utiliza esta técnica en tejidos planos.</p> <p>Variaciones entramado simple: Ortogonal / Triangular o estrellado / Radial.</p>	 <p style="text-align: center;"><i>Figura N° 6.</i></p>
Acordona do o aduja.	<p>Varilla o cordón estructural espiral recubierto con otra fibra de mayor ductilidad.</p> <p>Generalmente se utiliza para forma la base de un cesto o canasto.</p>	 <p style="text-align: center;"><i>Figura N° 7.</i></p>
Trenzado.	<p>Consiste en entrelazar de manera regular, un conjunto de tres o más ramales de fibra vegetal, para formar un cuerpo alargado y de mayor resistencia.</p>	 <p style="text-align: center;"><i>Figura N° 8.</i></p>
Aparejado o torcido.	<p>Torsión de dos elementos activos; en torno a la urdimbre dispuesta ortogonalmente, que se envuelve con la fibra torcida alternadamente.</p>	 <p style="text-align: center;"><i>Figura N° 9.</i></p>
Anudado o malla.	<p>Se corta la fibra en hebras que luego se tuercen hasta formar una soga, posteriormente se van anudando, formando anillos que se unen a otros por medio de lazos.</p>	 <p style="text-align: center;"><i>Figura N° 10.</i></p>

Tabla N° 1. Elaboración propia a partir de la lectura de Sesnic (2013)

- Acabados para el tejido

Según Orlando Benavides y Díaz López (2013), los principales acabados para el tejido de mimbre son:

Inmunizado: Se diluye el inmunizante en agua de acuerdo a las recomendaciones del fabricante y se aplica con un trapo humedecido en la solución, para luego pasarlo sobre la superficie del producto. Se debe usar protección adecuada para las mucosas y vías respiratorias.

Tintillado: Se aplica una tintilla natural de acuerdo al color que se quiera dar al producto. Esto se hace con pistola y se aplica a una distancia aproximada de 20cms. de la superficie.

Tinturado: Se puede tinturar previamente el material con colorantes naturales o sintéticos. El color se obtiene por inmersión y cocción. Los colorantes se diluyen en agua de acuerdo a la concentración deseada, la cual determina la intensidad del color. Para obtener mejor coloración con los colorantes naturales se utilizan mordientes como alumbre, sulfato de cobre, sulfato de hierro y ácido cítrico.

Lacado: Para dar protección al mueble se aplica capa de laca transparente, la cual puede ser mate o semimate. Se aplica con pistola y se puede diluir en algún disolvente como varsol o thinner.

La producción de mimbre y de manufacturas de mimbre estaba directamente asociada a la producción de fruta, se complementaban en varios sentidos: todos los canastos para la recolección y transporte se desarrollaban en la isla, ambas actividades eran estacionarias (con lo cual la familia dejaba de hacer un trabajo y empezaba el otro), e implican una alta utilización de la mano de obra familiar, ya que, en ambos casos, la presencia de equipamiento (mecanización) era muy baja. (Ariza *et al.*, 2014, p. 11).

La cestería es uno de los oficios más antiguos de la historia del hombre. Pero actualmente es un oficio que se ha ido extinguiendo con la aparición del plástico y las maquinarias que fueron ocupando su lugar (Ramos Rubio, Rodríguez Mateos, 2018).

Como arte que es la cestería es un claro ejemplo de una manifestación del hombre en su búsqueda por cubrir ciertas necesidades. Lo expresa recogiendo los elementos vegetales de su entorno, los moldea y los adapta creando primero un objeto funcional, simple y con el tiempo en uno creativo y/o decorativo. (Ramos Rubio, Rodríguez Mateos, 2018, p. 53).

En todo el mundo, la cestería es una de las técnicas que más aprovecha la abundancia de la naturaleza para crear obras de arte, algunos de estos objetos tienen una función específica pero no dejan de ser piezas únicas e irrepetibles (Ramos Rubio, Rodríguez Mateos, 2018).

La mimbre se cosecha en el campo, se selecciona y luego se mete en la caldera, se cuece, se pela y después se tiende para que vaya cogiendo

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

color. Finalmente se barniza. Luego se almacena y se va secando, se pone a remojo un par de horas y ya está dispuesta para trabajar. (Ramos Rubio, Rodríguez Mateos, 2018, p. 53).

En la actualidad, el sector de producción de cestería en mimbre está atravesando una problemática por la falta de mano de obra, pero la tendencia a volver a lo natural hace que el mimbre tenga una nueva oportunidad. La ecología, el cuidado del medioambiente y la búsqueda de productos naturales están revalorizando al mimbre como material.

A nivel mundial, Asia; Francia, España y Finlandia en Europa; y en América, Chile y Argentina poseen la mayor cantidad de plantaciones de mimbre y están más actualizados en cuanto a técnicas de producción. En todos los países, se da la particularidad de que es una única región la que concentra y produce más del 80% de la producción total, en nuestro país se encuentra el 98% de la producción en la región del Delta, en Paraná. (Ariza *et al.*, 2014)

En 1989, un grupo de 40 pequeños y medianos productores crea la Cooperativa Los Mimbres, con el objeto de comercializar su propia producción, buscando acotar el accionar de los intermediarios, quienes se apropian de la renta intersectorial de la cadena. Siendo la única entidad en el rubro, en la actualidad nuclea al 75% de los productores de mimbre y comercializa mimbre y artesanías desde el Puerto de Frutos, Tigre. Tiene un padrón de 150 socios que se ubican en la segunda sección del Delta Bonaerense, y trabaja con 70 artesanos, a quienes les vende la materia prima y les compra los productos manufacturados. En total posee un plantel de nueve empleados e impacta en forma directa e indirecta en 750 personas. (Ariza *et al.*, 2014, p. 13).

2.4. MadreSelva:

La madreSelva es una fibra vegetal que proviene de un arbusto sarmentoso, cuyas hebras jóvenes pueden tener hasta 4 mts de longitud se enredan entre sí. Cuando el lugar es apto por la humedad y propiedades del suelo, se forman bosques espesos. Es allí donde comienza la recolección de la fibra, que es la primera etapa de la elaboración de los objetos (Liliana Guzmán, 2015).

- Proceso de trabajo:

1º- Se recolecta la fibra con cuidado para no arrancar raíces.

2º- Luego es preciso quitar de cada hebra la corteza que la recubre, obteniendo así una fibra absolutamente limpia de impurezas.

3º- Una vez limpia, es evaluada y distribuida de acuerdo a su espesor, en diferentes recipientes con agua.

4º- Ahora se cortan a medida las fibras donde se montará la urdimbre.

5º- Comienza el juego mágico de la comunión entre las manos y la fibra, el urdido que dará como resultado la creación consumada: el objeto.

- Virtudes de la madreSelva:

a) No altera los sabores.

b) el uso continuo prolonga la vida de los utensillos, ya que por ser una fibra vegetal, la humedad le devuelve la plasticidad y así no se quiebra.

c) es una fibra hueca, es decir que cuenta con cámara de aire, que le da mayor resistencia (Liliana Guzmán, 2015, p. 1).

- Tipos de tejido:

Los tipos de tejido en madreSelva son los mismos que en el mimbre, se puede utilizar las técnicas de tejido entramado o simple, acordonado o aduja, trenzado, aparejado o torcido y anudado o malla. (Descripción completa en *Tabla N° 1.*)

2.5. Marroquinería:

Los accesorios son extensiones del cuerpo, se usan para proteger, ocultar o hacer ostentación. Son símbolos que identifican y distinguen a sus usuarios. Los accesorios fueron creados con el fin de facilitar la vida de los seres humanos, como es el caso de los bolsos que cubren la necesidad de cargar y trasladar objetos. También son utilizados para mostrar la magnificencia del usuario, marcando su estatus. Es por esto que los accesorios tienen que cubrir la necesidad práctica pero también tener en cuenta el factor estético (Lau, 2013).

Dentro de la categoría de bolsos podemos encontrar tres modelos: los bolsos con bastidor o boquilla, los bolsos con fuelle y los bolsos tipo cartera (Lau, 2013).

El bolso, que a lo largo de la historia ha sido un accesorio predominantemente masculino, ha trascendido sus modestos orígenes y, en la actualidad, su evolución lo sitúa como un accesorio esencial e indispensable para la mujer. Los bolsos, en particular los de mano, han pasado a ser un poderoso símbolo tanto de riqueza como de poder. (Lau, 2013, p. 11).

Bolso con bastidor o boquilla: Para salvaguardar su contenido, se utiliza un bastidor (o boquilla) que permita soportar el peso que transporta. El diseño de estos bolsos suele ser complejo ya que se comienza a diseñar en base a los requerimientos de la estructura elegida. Su estructura es un tanto rígida (Lau, 2013, p. 13).

Bolso con fuelle: Son bolsos más maleables, diseñado para facilitar su manipulación. Es un modelo muy popular debido a su flexibilidad y su morfología expandible (Lau, 2013, p. 15).

Bolso tipo cartera: Es un bolso básico, en las versiones más básicas, las piezas laterales se cosen entre sí por el revés y quedan ocultas del derecho. Al ser tan versátil puede llevarse con una correa, corta o larga, o bien una asa (Lau, 2013, p. 17).

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

Figura N° 11. Bolso con boquilla. Fuente: MIS MANUALIDADES por M^a Jose (25 de febrero de 2014)



Figura N° 12. Bolso con fuelle. Fuente: Etsy (13 de octubre de 2019)



Figura N° 13. Bolso tipo cartera. Fuente: Top 3 (2019)



El proyecto contará con una colección de accesorios de marroquinería exclusiva. “Las gamas exclusivas se producen en pequeñas cantidades debido a la complejidad del diseño o a la rareza de los materiales utilizados” (Lau, 2013, p. 70). Para realizar bolsos se necesitan ciertas herramientas indispensables como bastidores o boquillas, anillas, sacabocado, cierres para bolsos, mazo de madera, máquina de coser y alicates (Lau, 2013).

El tamaño de los bolsos normalmente está definido por los objetos que una persona puede cargar o por la función con la que se diseñó la pieza. Como los bolsos de mano

que están pensados para trasladar pocos objetos y los bolsos de viaje deben poseer mayor capacidad (Lau, 2013).

- Avíos:

Los avíos son una parte fundamental del diseño de un bolso, ya que se tienen en cuenta al momento de realizar su moldería. Dependiendo del avío que se utilice es el tipo de refuerzo que se utilizará en el interior del bolso.

Existen dos tipos de avíos, los funcionales que son aquellos que cumplen una función específica como sujetar, atar o trabar alguna parte del bolso; y por otro lado los ornamentales que si bien cumplen alguna función, son primordialmente decorativos, como tachas, tira cierres con logos, etiquetas, etc. (Vallejos, L., 2013).

Distintos avíos según Vallejos, Leandra (2013):

- Cierres (Diente de perro, diente de perro desmontable, desmontable, cadena continua).
- Deslizadores.
- Broche imán.
- Vivo espagueti.
- Relleno de manijas.
- Argollas.
- Medias lunas.
- Dados.
- Hebilla (Cerradura, con pasante)
- Mosquetón.
- Remaches.
- Ojalillos.
- Tachas (Bombe, piramidal)

- Torniquete.
- Broche resorte.

2.6. Cierre marco teórico:

En la actualidad habitamos en una sociedad que está en constante cambio, buscando encontrar su mejor versión habitualmente, tal como podemos observar día a día la importancia que está tomando el cuidado del medio ambiente y la consciencia que se está generando en la sociedad. Gracias a esto las personas están empezando a consumir nuevas opciones que contengan un proceso de producción más cuidado y con menor impacto, sin dejar de lado el consumo por objetos de moda, siempre y cuando estos aporten beneficios tanto al usuario como al ambiente.

El mimbre y la madreSelva junto al trabajo artesanal son grandes aliados para crear objetos de diseño exclusivo, que generen el menor impacto ambiental posible.

Fusionar marroquinería con madreSelva o mimbre dará la oportunidad de crear diseños atractivos y de alta calidad gracias a este material tan noble y natural.

3. **Metodología de investigación:**

3.1. **Fichas técnicas del diseño metodológico.**

FICHA TÉCNICA ENCUESTA:						
ENFOQUE:	TIPO DE INVESTIGACIÓN:	POBLACIÓN:	MUESTRA:	CRITERIO MUESTRAL:	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:
Cuantitativa	Descriptiva	Mujeres de 25 a 35 años que viven en Córdoba.	100 mujeres.	No probabilístico, accidental.	Encuesta anónima vía <i>google forms</i> .	Cuestionario de preguntas.

Tabla N° 2. Elaboración propia.

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA:						
ENFOQUE:	TIPO DE INVESTIGACIÓN:	POBLACIÓN:	MUESTRA:	CRITERIO MUESTRAL:	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:
Cualitativa	Exploratorio	Artisanos que trabajan en mimbre en Córdoba.	3 Artisanos.	No probabilístico, intencional.	Entrevista via <i>google forms</i> .	Cuestionario de preguntas.

Tabla N° 3. Elaboración propia.

FICHA TÉCNICA OBSERVACIÓN:						
ENFOQUE:	TIPO DE INVESTIGACIÓN:	POBLACIÓN:	MUESTRA:	CRITERIO MUESTRAL:	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:
Cualitativa	Exploratorio	Artisanos que trabajan en mimbre en Córdoba.	1 Artisanos.	No probabilístico, intencional.	Observación semi-estructurada.	Observación con guía de pautas.

Tabla N° 4. Elaboración propia.

FICHA TÉCNICA OBSERVACIÓN:						
ENFOQUE:	TIPO DE	POBLACIÓN	MUESTRA:	CRITERIO	TÉCNICA DE	INSTRUMENT

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

	INVESTIGACIÓN:	N:		MUESTRAL:	RECOLECCIÓN DE DATOS:	OS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:
Cualitativa	Exploratorio	Artisanos que trabajan la madreSelva en Córdoba.	1 Artisanos	No probabilístico, intencional.	Observación semi-estructurada.	Observación con guía de pautas.

Tabla N° 5. Elaboración propia.

3.2. Explicación del diseño metodológico:

3.2.1. Encuesta:

Se generó una encuesta que cuenta con un cuestionario de 20(veinte) preguntas que tomará alrededor de 10(diez) minutos en ser contestada; en su mayoría con preguntas cerradas. El criterio muestral es no probabilístico, accidental, dado que se realizará a través de *google forms* de forma anónima y será enviada por distintas redes sociales.

Estará destinada a realizarse a una población de mujeres jóvenes de entre 25(veinticinco) y 35(treinta y cinco) años de edad, que vivan en la Ciudad de Córdoba. La muestra será de 100(cien) mujeres de la población antes mencionada.

Los criterios de selección de la metodología cuantitativa se deben a que través de la medición de dimensiones e indicadores del estilo de vida del consumidor se podrá descubrir distintos aspectos del uso cotidiano, costumbres y preferencias del usuario; que se tendrá en cuenta al momento de direccionar la marca y sus diseños para ofrecerles productos que sean de su interés.

3.2.2. Entrevista:

La entrevista cuenta con un cuestionario de preguntas sobre temas de interés y de preguntas abiertas con el fin de obtener información adicional y emergente. El criterio muestral es no probabilístico, intencional, dado que se realizará a ciertos individuos con conocimientos específicos, expertos para el estudio del proyecto.

La población a la que estará destinada la entrevista son artesanos que trabajan el mimbre en Córdoba y la muestra será de 3(tres) personas que formen parte de la población ya mencionada.

Los criterios de selección de la metodología cualitativa se relacionan con el interés de obtener mayor información sobre el uso y producción del mimbre, desde su punto de vista como expertos en el oficio que desarrollan día a día.

Los resultados obtenidos serán de mucha importancia para el proyecto de manera que los artesanos aportarán con información sobre sus metodologías de trabajo que será muy útil al momento del estudio del material y la creación de nuevos diseños.

3.2.3. Observación:

La observación es de carácter semi-estructurado, a partir de la implementación de una guía de pautas con temas de interés a tener en cuenta al momento de realizarla. El criterio muestral es no probabilístico, intencional.

La población en la que se realizará la observación es a artesanos que trabajan el mimbre y la madreSelva en Córdoba y la muestra será de 1(una) persona que forme parte de cada una de las poblaciones anteriormente mencionadas.

Los criterios de selección de la metodología cualitativa están relacionados con el interés de observar las condiciones de trabajo, describir los utensilios que se emplean, analizar los objetos que producen y sus acabados.

3.3. **Diseño de los instrumentos que se implementarán en la investigación:**

3.3.1. Cuestionario encuesta a usuario:

Hola soy alumna de la Universidad Siglo 21, estudiante de diseño de indumentaria y textil. Me encuentro realizando una encuesta en la Ciudad de Córdoba a mujeres de entre 25 y 35 años. Este cuestionario tiene como fin investigar acerca de un posible usuario consumidor de marroquinería en mimbre.

Sus respuestas serán tratadas de forma anónima.

- ¿Tienes entre 25 y 35 años de edad?

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

- Si.
- No.
- ¿Cuál es tu Sexo?
 - Femenino.
 - Masculino.
- ¿En qué zona de Córdoba vivís?
 - Centro.
 - Sur.
 - Norte.
 - Periferia (Villa Allende, Alta Gracia, etc.)
- ¿Cuál es tu nivel de estudios máximo?
 - Estudios primarios.
 - Estudios secundarios.
 - Tecnicatura.
 - Título universitario.
- ¿Cómo es tu situación de trabajo actualmente?
 - Monotributista/Independiente.
 - Trabajando en relación de dependencia.
 - Desempleada.
- ¿Consumís productos artesanales cómo vajilla en porcelana, alfombras, joyas, muñecas, dulces caseros, conservas, jabones artesanales, etc.?
 - Poco.
 - Mucho.
 - No consumo.
- En caso de consumir ¿Con qué fin lo haces mayormente?
 - Para regalar.
 - Consumo propio.
- ¿Utilizas con frecuencia accesorios como mochila, cartera, riñonera, bolso?
 - Si.
 - No.
- ¿Cuál utilizas mayormente? (Ordena del 1 al 4 en una escala de mayor a menor uso, tomando como más usado el 1 y menor uso el 4.)

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

- Mochila.
 - Cartera.
 - Riñonera.
 - Bolso.
- ¿Dónde compras artículos de marroquinería (accesorios como mochilas, billeteras, bolsos, riñoneras, carteras) normalmente?
- Ferias / Micro emprendimientos.
 - Tiendas multimarca.
 - Tienda de marca específica.
 - Tienda de antigüedades.
- ¿Qué marca/s (de marroquinería) consumís preferentemente?
-
- A la hora de elegir estos accesorios ¿Qué priorizas? (Ordena del 1 al 5 en el orden de importancia para vos, tomando como más importante el 1 y menos importante el 5.)
- Precio.
 - Calidad.
 - Material.
 - Durabilidad.
 - Innovación y diseño.
- ¿Te interesaría consumir accesorios de diseño exclusivo?
- Si.
 - No.
- ¿Estás al tanto de los problemas ambientales en la actualidad?
- Sí, me interesa y busco informarme para aportar desde mi lugar.
 - Si, se lo que pasa pero no hago nada al respecto.
 - No, no estoy al tanto de la situación.
- ¿En tu día a día incorporas medidas que ayudan al medio ambiente como la separación de residuos, uso de productos reutilizables, etc.?
- Si.
 - No.

Revalorización de la madreselva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

- ¿En el rubro de la indumentaria y marroquinería, consumís productos que aporten al medio ambiente y que tengan una producción consciente donde se tiene en cuenta cada parte del proceso?
 - Si.
 - No.
- En caso de haber respondido NO ¿Por qué motivo no lo consumís?
 - Porque no me interesa.
 - Porque no encuentro productos de éste rubro con esas cualidades.
 - Porque consigo esos productos pero no son de mi estilo.
 - Porque consigo esos productos pero tienen un precio muy elevado.
- ¿Sabes lo que es la cestería en mimbre?

Figura Nº 14. Canasto en mimbre. Fuente: Jugarijugar.



- Si.
- No.
- ¿Con qué características definirías a este material (mimbre), tanto simbólicamente como sensorialmente? (Qué sensaciones te despierta su textura, que cualidades crees que contiene, con que lo relacionarías, etc.)

Figura Nº 15. Tejido en mimbre. Fuente: 123RF.



-
- ¿Estarías dispuesta a pagar un poco más por un producto artesanal, con un diseño único y que aporte a un consumo consciente, a diferencia de la oferta estandarizada?
 - Si.
 - No.

3.3.2. Cuestionario entrevista a artesanos:

- ¿Cuál es su nombre y su edad?
- ¿Hace cuánto tiempo realiza esta técnica de cestería y donde lo aprendió?
- ¿Qué cantidad de objetos produce al mes?
- ¿Usted vende sus propios productos o los distribuye a alguien que los venda?
- ¿Realiza encargos a pedido?
- ¿Cuál es el precio de venta al público de alguno de sus productos?
- ¿Cuáles son los costos de producir objetos en mimbre?
- ¿Realiza distintas técnicas de tejido en mimbre? ¿Las podría describir brevemente?
- ¿Realiza técnicas de teñido, o distintos acabados en sus productos de mimbre?
- ¿Qué formas puede realizar en mimbre? (Es posible generar un objeto con cualquier forma o hay formas que no se pueden moldear en mimbre?)
- ¿Dónde consigue el mimbre? ¿Existen distintos grosores y acabados de mimbre?
- ¿Cuáles son las herramientas y materiales que utiliza para producir la cestería?
- ¿Cuánto tiempo le lleva producir un objeto en mimbre?
- ¿Cuánto dura un objeto en mimbre? ¿Se puede mojar? ¿Hay alguna forma de cuidar estos productos para que duren más tiempo?

3.3.3. Guía de pautas para observación:

- Herramientas y materiales que utiliza para tratar el mimbre.
- Tipos de tejidos que realiza.
- Técnicas que realiza en mimbre.
- Objetos ya materializados.
- Espacio de trabajo.
- Variedades de mimbre.
- Almacenamiento del mimbre.
- Proceso de producción.

4. Análisis de resultados de la investigación:

4.1. Análisis de encuesta a usuario:

En base a los resultados obtenidos con la encuesta realizada a mujeres de entre 25 y 35 años, pudimos descubrir que en su mayoría viven en la zona centro, zona sur, en zona norte y la minoría en las periferias como Villa allende, Carlos paz, entre otras.

La mayoría de las encuestadas poseen título universitario y trabaja actualmente en relación de dependencia por lo cual cuenta con un sueldo fijo mensualmente.

Acerca de todos los productos artesanales en general, gran parte de los encuestados compra poca cantidad y para consumo propio, lo que demuestra que nuestro target objetivo no consume principalmente objetos artesanales. Gracias a la pregunta realizada de si estarían dispuestos a pagar un poco más por un producto artesanal, con un diseño único y que aporte a un consumo consciente, a diferencia de la oferta estandarizada, se descubre que según la respuesta de la mayoría, sí lo harían, y esto es de suma importancia para el proyecto ya que el producto que se ofrecerá cuenta con esas cualidades.

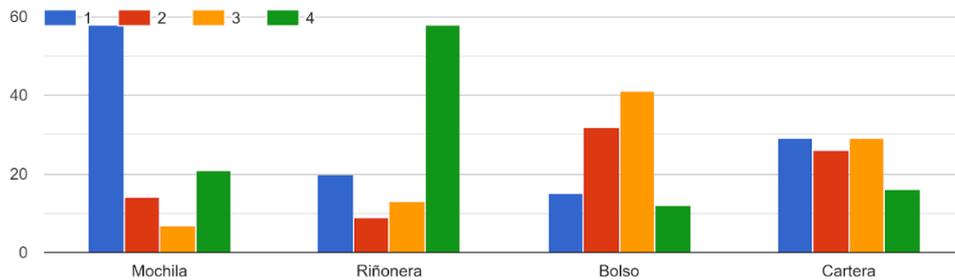
Ésta contradicción se aclara teniendo en cuenta que la pregunta sobre consumo de objetos artesanales no era puntual sobre el rubro de marroquinería, pero la mayoría de los encuestados dentro del rubro de la marroquinería e indumentaria no consumen productos que aporten al medio ambiente y que tengan una producción consciente porque la oferta existente, no se ajusta a sus preferencias de estilo o por los costos elevados.

Se intentará lograr una gran difusión a través de redes sociales para que el consumidor conozca nuestra marca y pueda acceder a consumirla.

Casi en la totalidad de los encuestados, utiliza con frecuencia accesorios; como se puede ver en el siguiente gráfico, existe una marcada preferencia por el uso de la mochila y el bolso respecto de otras tipologías.

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería TFG: Jazmin Tascheret

¿Cuál utilizas mayormente? (Ordena del 1 al 4 en una escala de mayor a menor uso, tomando como más usado el 1 y menor uso el 4.) (Sin repetir numero)



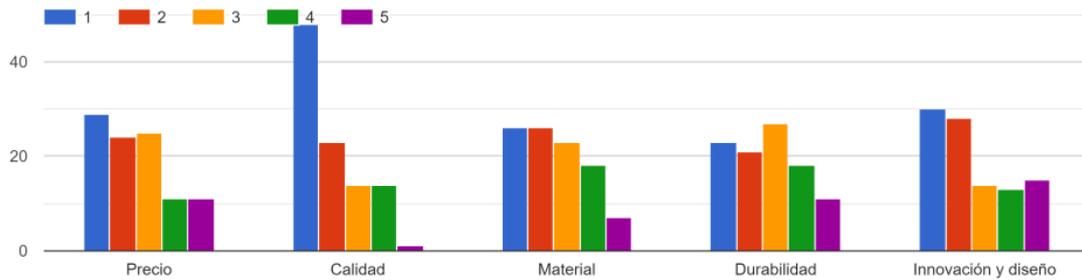
Existe una amplia variedad de marcas que el consumidor elige, las cuales son: Prune, Blaque, XL, Lazaro, Jackie Smith, Amphora o Mango, Basement, Isadora o Todo moda, Jansport, Vans, Nike, Adidas o Fila, también consumen marcas independientes como Gorrion, Citterio, Nico pé, Granadha, Vacari, Pixy, Hotel Chelsea, Montura, Bohemia o Pilaze. Las distintas marcas demuestran estilos y diseños que representan al target seleccionado.

Es por esto que se va a tener en cuenta al momento de diseñar la colección, el tipo de marcas que consume mayormente nuestro target para realizar tipologías similares y tener en cuenta sus cualidades, primordialmente para entender el estilo del consumidor objetivo para que se sienta identificado con los productos que ofreceremos.

Las marcas independientes antes nombradas son la competencia directa del proyecto, pero debido a que ninguna tiene un trabajo con materiales naturales y más sustentables se descubrió que es una oportunidad de mercado, lo que beneficia nuestro proyecto por ser innovador en esta zona que carece de una marca con estas características.

Al momento de consumir accesorios de marroquinería los encuestados muestran las siguientes preferencias:

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería TFG: Jazmin Tascheret



Se revela que priorizan el producto y sus cualidades, es decir, tendrán en cuenta el producto que el proyecto ofrece y sus virtudes. Inclusive el 87% está interesado en consumir accesorios de diseño exclusivo, tal como ofrecerá la marca del proyecto en cuestión.

A cerca de las problemáticas ambientales de la actualidad, el 74% de las encuestadas si está al tanto de lo que sucede y busca informarse para aportar desde su lugar, tal como demuestra también la encuesta que la mayoría incorpora medidas que ayudan al medio ambiente en su día a día como la separación de residuos, uso de productos reutilizables, entre otros. Esto es de gran importancia porque demuestra una sociedad joven que se interesa por modificar sus hábitos cotidianos buscando aportar a un consumo más consciente. Tal como aportará el proyecto, sin dejar de lado el estilo y las tendencias de la actualidad.

El mimbre y la cestería es un material que si es reconocido por el 98% de las encuestadas y lo relacionan con los siguientes aspectos:

- **Materialidad:** superficie áspera, que forma patrones simétricos, visiblemente atractivo, olor a seco, trama, rustico, resistente, natural.
- **Cualidades:** tejido fuerte, liviano y fresco, dureza, rigidez, artesanal, producto fresco y simple, fibras naturales, textura prolija y áspera, liviano.
- **Significado simbólico:** remite a la playa, la unión, es amigable, es un complemento muy canchero, artesanos tejiendo el producto en zonas rurales, es antiguo pero de calidad, acogedor, noble, demuestra comodidad, es cálido, practico, es una buena alternativa para el consumo sustentable, frágil, remite al verano, multiuso, dedicación, protección, abuelos y sostén.

Estos aspectos sugeridos por el usuario sirven para tener un paneo general de lo que le refleja y opina sobre el mimbre, que será el principal material del proyecto.

4.2. Análisis de entrevista a artesanos:

En base a las entrevistas realizadas y la búsqueda por encontrar artesanos en Córdoba, se descubrió que no existen muchos artesanos que trabajen la cestería en mimbre, ya que es una zona donde no se encuentra tan fácilmente el material e históricamente no se han realizado estos tejidos en la provincia de Córdoba.

La mayoría de los artesanos que trabajan el mimbre realizan canastos con tejidos simples ya que no saben realizar muchas técnicas y lo fusionan con otros materiales como la caña para producirlos en menor tiempo y con distintos acabados.

En las entrevistas se encontraron similitudes entre ambas artesanas (Norma y Natalia) entrevistadas ya que no realizan este oficio como su principal fuente de ingresos debido a que no existe mucha demanda de estos objetos como para que dediquen su tiempo completo a producir.

En los dos casos utilizan mimbre que cosechan en sus casas o encuentran en zonas públicas de ríos, por ende utilizan un tipo de mimbre que crece en Córdoba.

Sería interesante conseguir más información sobre algún distribuidor de mimbre blanco para unificar con el mimbre negro que se da acá.

A lo largo de la entrevista las dos demostraron estar dispuestas a colaborar con el proyecto aportando sus sabidurías y estando abiertas a aprender técnicas nuevas para realizar los productos requeridos, con el fin de ser parte del mismo y conocer nuevas formas de trabajar el mimbre. Ambas suelen demorarse aproximadamente una semana para producir un canasto intermedio (aproximadamente de 30cm x 40 cm). Y para producir una cartera mediana les llevará aproximadamente una semana y media debido a que su morfología es más compleja que la de un canasto.

A diferencia del artesano (Hugo) que hace aproximadamente 30 años que se dedica a realizar estos tejidos y aprendió en Córdoba capital. Él si se dedica a producir y vender

estos productos y genera aproximadamente 50 al mes y también realiza pedidos por encargo.

El mimbre lo compra en Tigre, y cuenta con diversos grosores que dependen de la edad de la planta, el kg cuesta alrededor de \$200.

Depende del producto que realiza, utiliza diferentes técnicas; la más habitual es la de pre-telar; intercalando las cintas de mimbre de arriba hacia abajo sobre una base. Y normalmente utiliza tintes de látex, pinturas sintéticas o anilinas naturales para dar acabados diferentes en los objetos. Pueden realizar cualquier forma con mimbre, pero hay formas que llevan un trabajo más arduo que otras.

Utiliza herramientas como tijera de podar, partidores de mimbre y una máquina para hacer esterillas.

4.3. Análisis de observación a artesanos:

4.3.1. Artesana que trabaja con mimbre:

Se realizó observación a la artesana Norma de 60 años, que vive en Villa de las Rosas, Córdoba.

Realiza su producción, en un taller en su casa y cosecha el mimbre en su propio patio, Es un trabajo muy artesanal, utiliza únicamente la técnica de tejido simple y solo produce canastos en mimbre ya que es lo que más se vende al público en su zona, los realiza de diversas medidas, tamaño pequeño aproximadamente de 10 cm x 10 cm a canastos grandes de 1m x 50cm.

Normalmente la mayoría de sus productos son en mimbre y caña para combinar colores y para agilizar los tiempos de tejeduría ya que el agregado de caña se realiza más rápidamente.

Figura N° 16. Plantación en su casa de mimbre negro. Fuente: Registro fotográfico del autor.

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret



Figura N° 17. Mimbre negro. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° 18. Plantación en su casa de mimbre amarillo. Fuente: Registro fotográfico del autor.

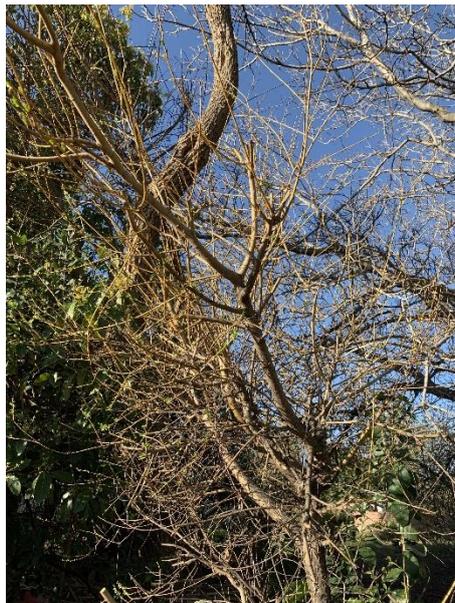


Figura N° 19. Cuchillo para hacer corte en mimbre. Fuente: Registro fotográfico del autor.

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret



Figura N° 20. Tijera de podar para cortar el mimbre. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° 21. Proceso de armado de base en mimbre. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° 22. Base de canasto en mimbre. Fuente: Registro fotográfico del autor.

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret



Figura N° 23. Base con parantes en proceso de armado. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° 24. Canasto en mimbre y caña tamaño medio ovalado. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° 25. Canasto en mimbre tamaño chico ovalado. Fuente: Registro fotográfico del autor.

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret



4.3.2. Artesana que trabaja con madreSelva:

Se realizó observación a la artesana Maria de 60 años, que vive en Villa de las Rosas, Córdoba.

Realiza su producción, en su casa y cosecha la madreSelva de los senderos de la zona.

Es un trabajo muy artesanal, utiliza las técnicas de tejido simple, acordonado, trenzado y torcido; pero mayormente produce infusores de té, con la técnica de acordonado, ya que es lo que más se vende al público en su zona, tamaño pequeño aproximadamente de 5 cm x 5 cm.

Normalmente la mayoría de sus productos son en madreSelva únicamente. Suele utilizar caña cuando le encargan productos de mayor tamaño, para combinar materiales que dan una linda terminación.

Figura N° . MadreSelva recién recolectada del sendero. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° . Artesana pelando la madreSelva. Fuente: Registro fotográfico del autor.

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret



Figura N° . Descarte de corteza de la madreSelva. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° . Cuchillo para pelar la madreSelva. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° . Alicata para cortar y dar terminación en punta a la madreSelva. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

Figura N° . MadreSelva lista para ser usada. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° . Centro en madreSelva listo para comenzar un tejido. Fuente: Registro fotográfico del autor.



Figura N° . Infusor de té en proceso, tejido acordonado. Fuente: Registro fotográfico del autor.



5. Concepto de diseño:

Objetivo principal de aplicación:

Desarrollar una marca de accesorios basada en la cestería en madreselva, para mujeres de entre 25 y 35 años. Que genere un impacto social y ambiental positivo, promoviendo los valores de un consumo más consciente debido a las problemáticas ambientales de la actualidad.

Objetivos específicos de aplicación:

- Diseñar marroquinería a partir del trabajo artesanal en madreselva.
- Crear accesorios originales y prácticos a la vida del usuario potencial (mujeres de entre 25y 35 años).
- Desarrollar la marca bajo criterios sustentables.
- Gestionar una producción responsable, empleando artesanos locales que estén bien remunerados.

5.1. Programa de diseño y/o requerimientos:

Condicionante:	Requerimiento:	Premisas:
Diseñar marroquinería a partir del trabajo artesanal en madreselva.	Investigar posibles estructuras a realizar en madreselva para adaptar los diseños a sus posibilidades.	Vincular textiles y avíos a los tejidos en madreselva para lograr mayor amplitud de diseños.
Crear accesorios originales y prácticos a la vida del usuario potencial (mujeres de entre 25y 35 años).	Generar una propuesta productiva con valor artesanal y no masificado. Con diseños simples y delicados para que se puedan llevar en diversas ocasiones.	Trabajar la madreselva en sus diversas técnicas y posibilidades, que por el hecho de ser a mano, generará un producto único que podrá adaptarse a distintos diseños.
Desarrollar la marca bajo criterios sustentables.	Generar la menor cantidad de desperdicio de materiales posible.	Reutilizar los sobrantes de materiales para futuros diseños de accesorios.

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

Gestionar una producción responsable, empleando artesanos locales que estén bien remunerados.	Trabajar con procesos y técnicas artesanales.	Contratar artesanos de la zona para realizar tanto la cestería como los acabados de los accesorios.
---	---	---

Tabla N° 6. Elaboración propia.

5.2. **Plan de trabajo o cronograma:**

ACTIVIDAD:	SEMANAS:														
	1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º	9º	10º	11º	12º	13º	14º	15º
Diseño de portada															
Definición estratégica															
Corrección de tp1															
Marco teórico															
Metodología de investigación															
Corrección de tp2															
Análisis de resultados															
Concepto de diseño															
Programa de diseño															
Plan de trabajo															
Corrección de tp3															
Alternativas de diseño (Diseñar la colección)															
Definición técnica de la															

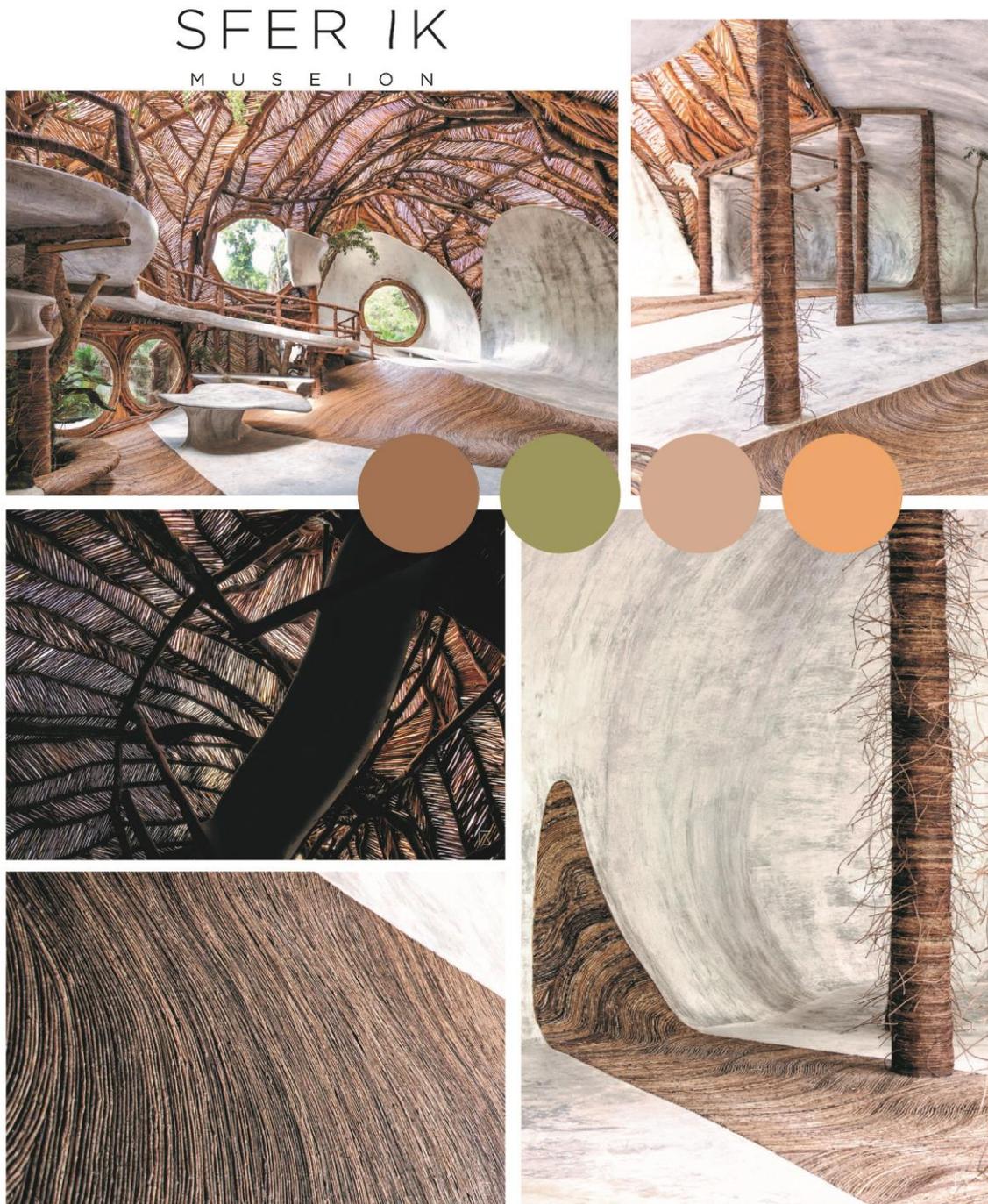
6. **Alternativas de diseño:**

6.1. **Moodboard de concepto:**

La inspiración del proyecto es el museo "Sfer Ik", el cual está sumergido en la selva Maya, ubicado en México. Cuenta con un diseño ecológico realizado en madera, cemento pulido, roca, hierba y juncos.

Tomaremos este espacio como inspiración para texturas y diseños del proyecto.

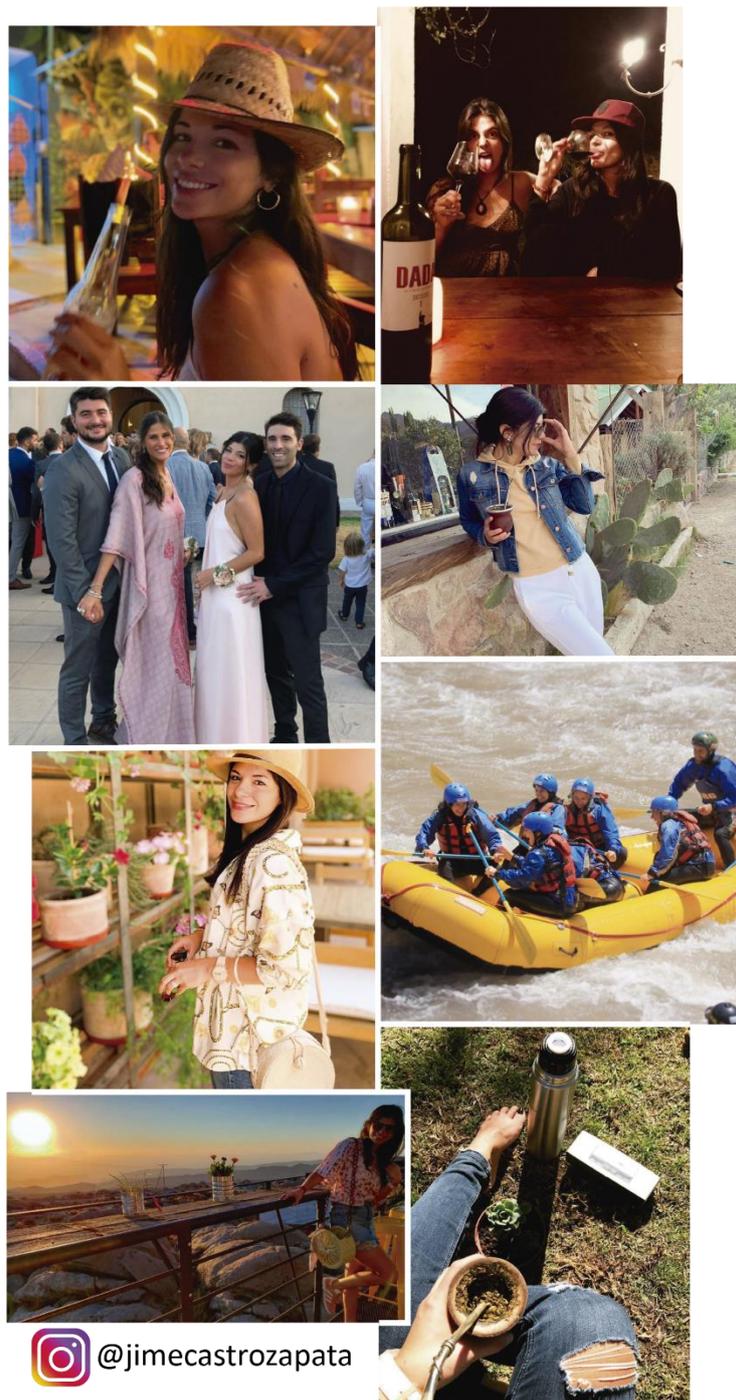
Figura N° 26. Fuente: Elaboración propia.



6.2. **Moodboard de usuario:**

El usuario es una mujer joven que vive en la Ciudad de Córdoba, se llama Jimena Castro y representa el estilo de mujer que el proyecto tiene como target; es abogada y trabaja en relación de dependencia, está en pareja y realiza distintas actividades como ir a fiestas, reunirse con amigos, salir a pasear, hacer deportes, compartir mates con amigos y disfrutar de la naturaleza.

Figura N° 27. Fuente: Elaboración propia.



6.3. **Colección:**

Es una colección de 10(diez) accesorios, cuyos nombres surgen de distintos artistas que presentaron sus obras en el museo "Sfer ik" de México, en el cual están inspirados estos artículos.



Bandolera Oskar

Cartera Margo



Bandolera Bianca



Cartera Kelly



Bandoiera Paulo



Cartera Rochelle



Bandolera Katinka



Cartera Guillaume



Bandolera Tatiana



Cartera Artur

7. **Propuesta de diseño:**

7.1. **Fichas técnicas:**

FICHA TECNICA: Jazmin Tascheret

Descripcion: Bandolera Oskar Artículo: 01 Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:	
1	Tejido en madreelva.
2	Arpillera.
3	Lienzo crudo.
4	_____
5	_____

Material 1.

Tira de 2,8 cm de ancho y 95cm de largo.

25 cm de ancho.

25 cm de alto.

Regulador metalico de 3 cm.

Material 2.

Material 3 (lado interno).

Remache metalico de 1 cm de diametro.

Pasador metalico de 3cm.

Tira de 2,8 cm de ancho y 16 cm de largo.

Remache metalico de 1 cm de diametro.

Material 2.

Madreelva entrelazada por la trama de la arpillera y luego unida a los tejidos de ambos frentes.

Arpillera unida al tejido a través de costura invisible por el interior de la cartera.

Bolso interno de cartera.

Material 2.

Soga de algodón para ajustar y cerrar bolsa.

Union de planos en recta.

25 cm de alto.

25 cm de ancho.

FICHA TECNICA:

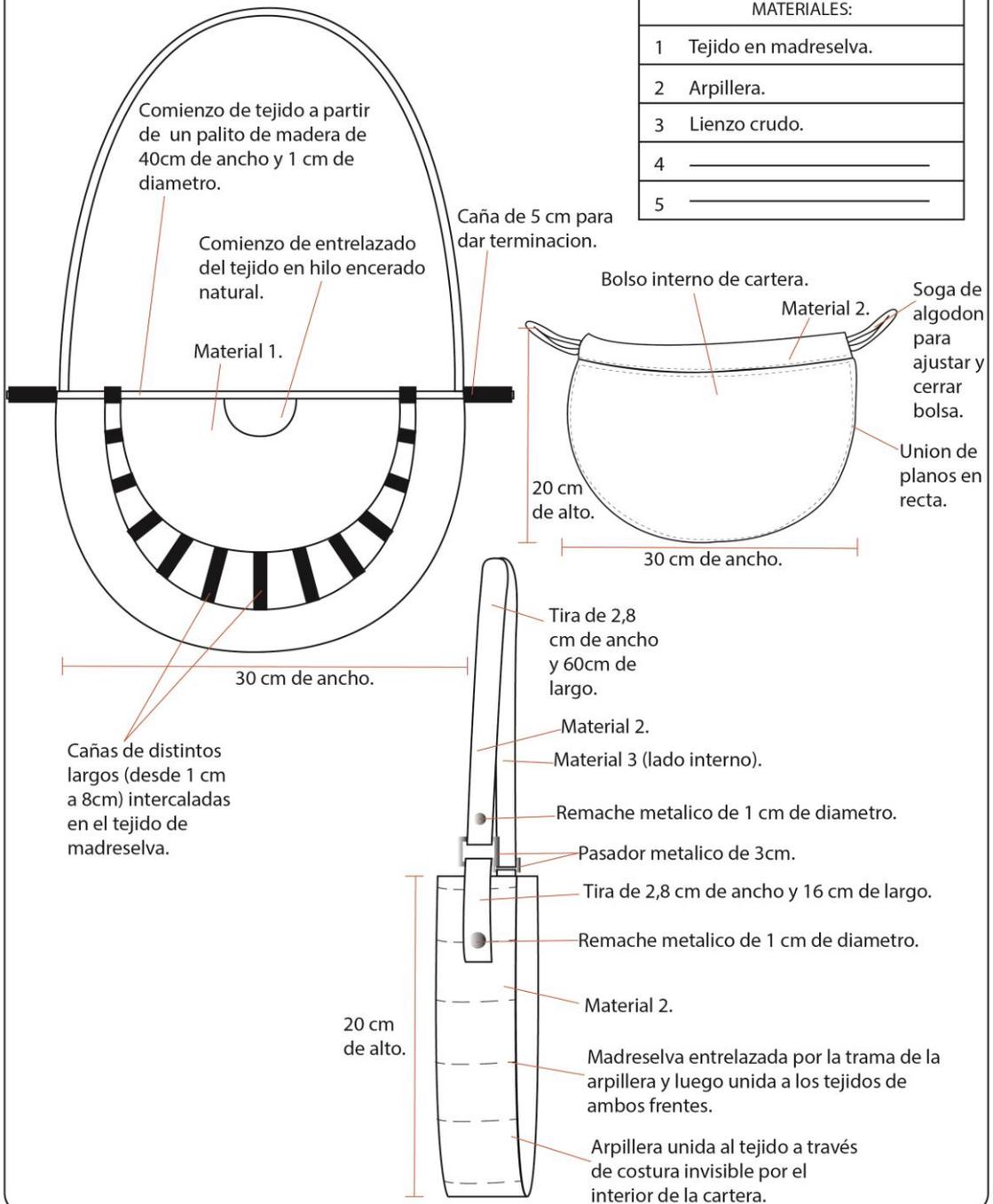
Jazmin Tascheret

Descripcion: Cartera Margo

Articulo: 02

Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:	
1	Tejido en madreSelva.
2	Arpillera.
3	Lienzo crudo.
4	_____
5	_____



FICHA TECNICA:

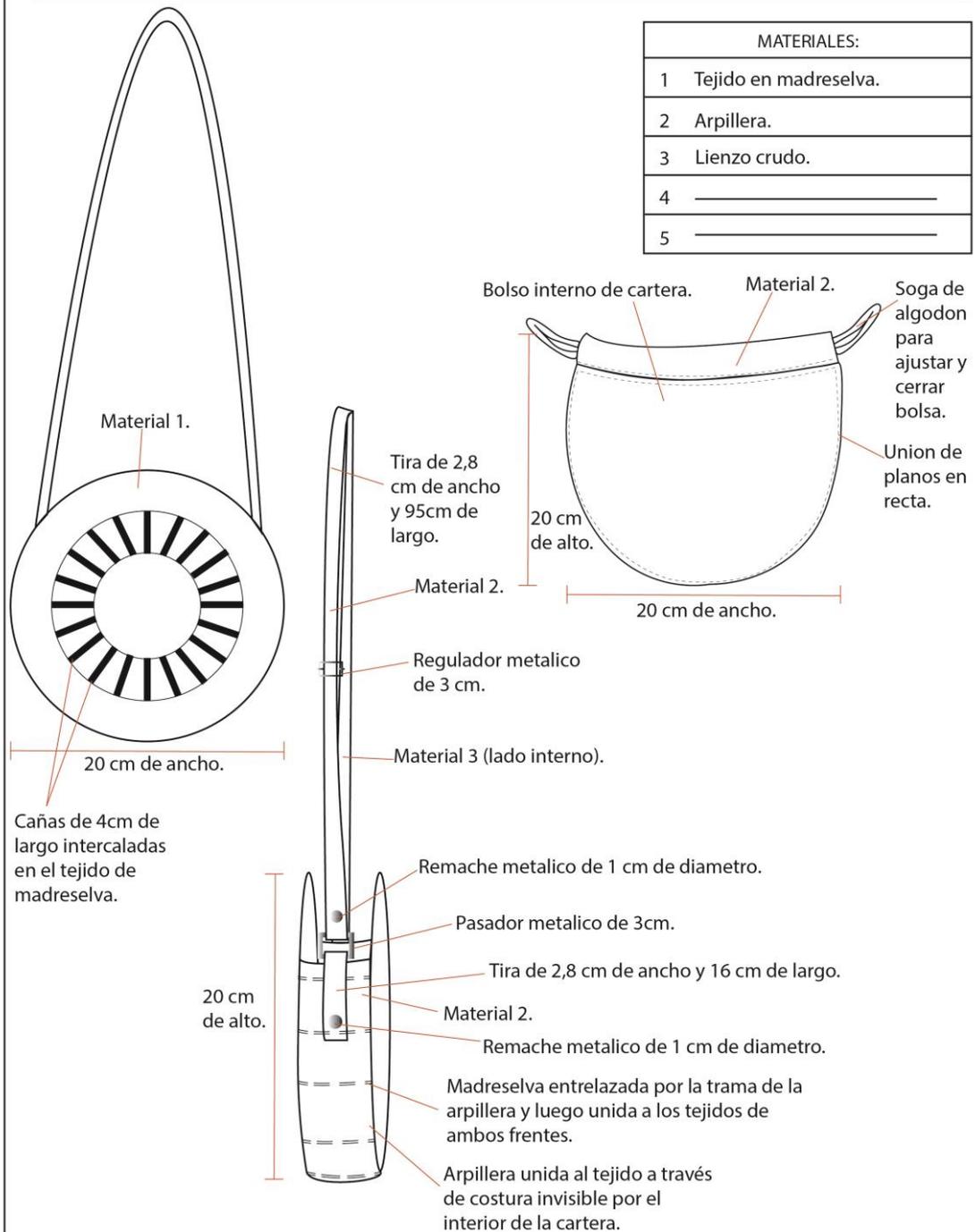
Jazmin Tascheret

Descripcion: Bandolera Blanca

Articulo: 03

Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:	
1	Tejido en madreelva.
2	Arpillera.
3	Lienzo crudo.
4	_____
5	_____



FICHA TECNICA:

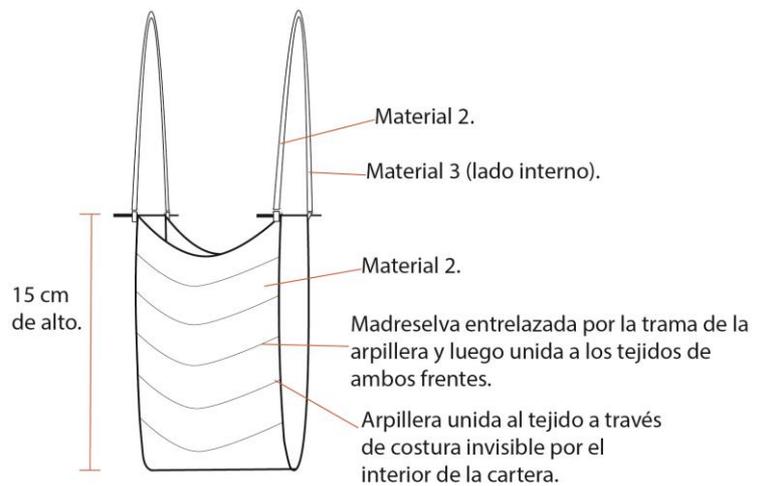
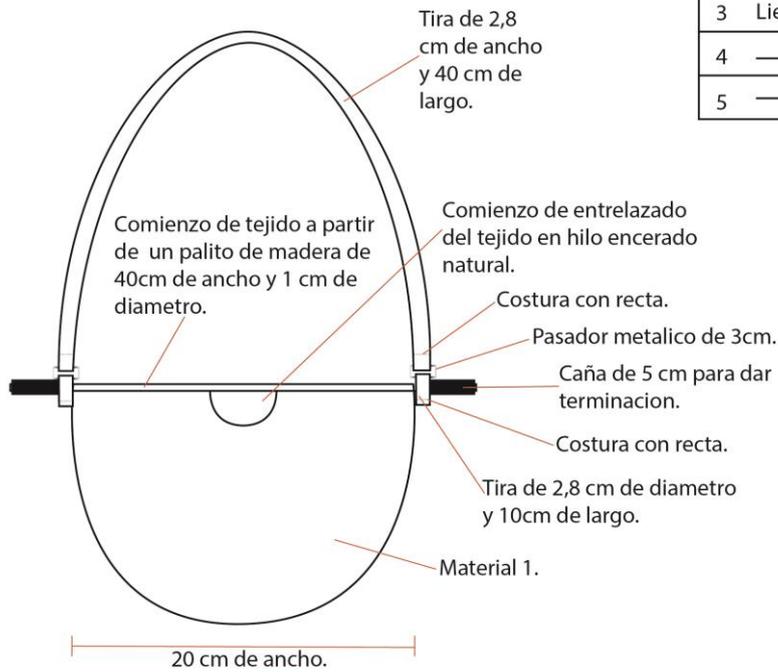
Jazmin Tascheret

Descripcion: Cartera Kelly

Articulo: 04

Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:	
1	Tejido en madreseiva.
2	Arpillera.
3	Lienco crudo.
4	_____
5	_____



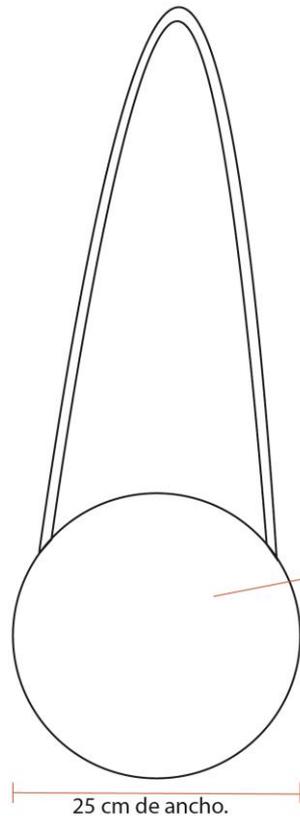
FICHA TECNICA:

Jazmin Tascheret

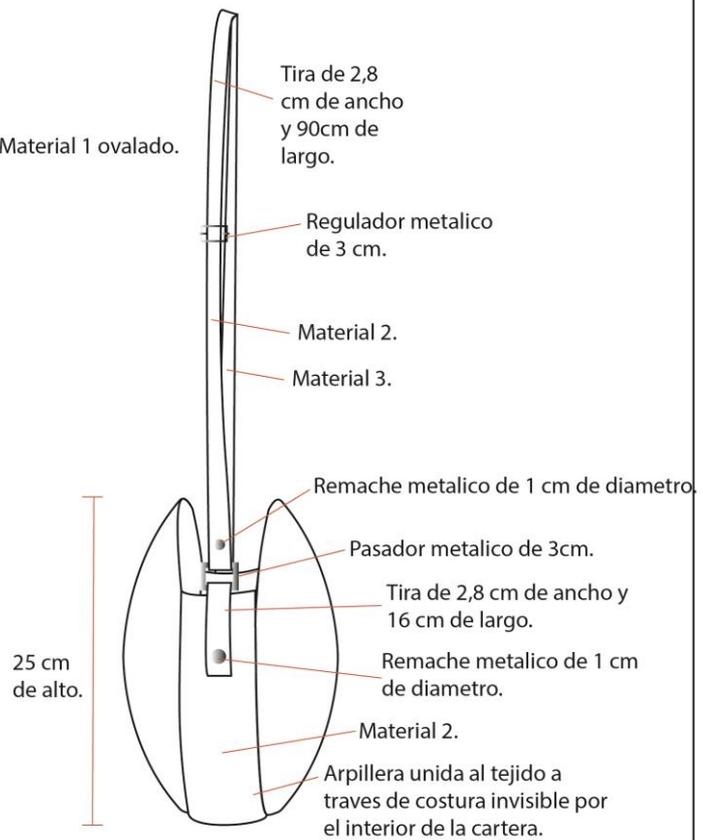
Descripcion: Bandolera Paulo

Articulo: 05

Fecha: 10/03/2021



MATERIALES:	
1	Tejido en madreseiva.
2	Arpillera.
3	Lienzo crudo.
4	_____
5	_____



FICHA TECNICA:

Jazmin Tascheret

Descripcion: Cartera Rochelle

Articulo: 06

Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:

1 Tejido en madreSelva.

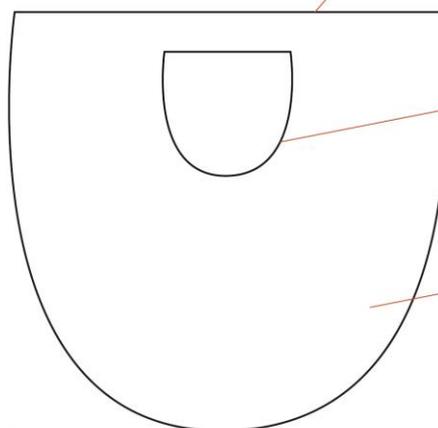
2 Arpillera.

3 _____

4 _____

5 _____

Comienzo de tejido a partir de un palito de madera de 40cm de ancho y 1 cm de diametro.

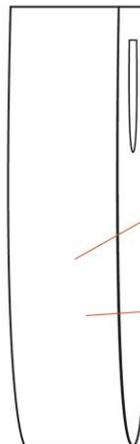


Manija creada a partir de un espacio vacio en el tejido. De 10 cm x 10 cm de diametro.

Material 1.

40 cm de ancho.

40 cm de alto.



Material 2

Arpillera unida al tejido a traves de costura invisible por el interior de la cartera.

FICHA TECNICA:

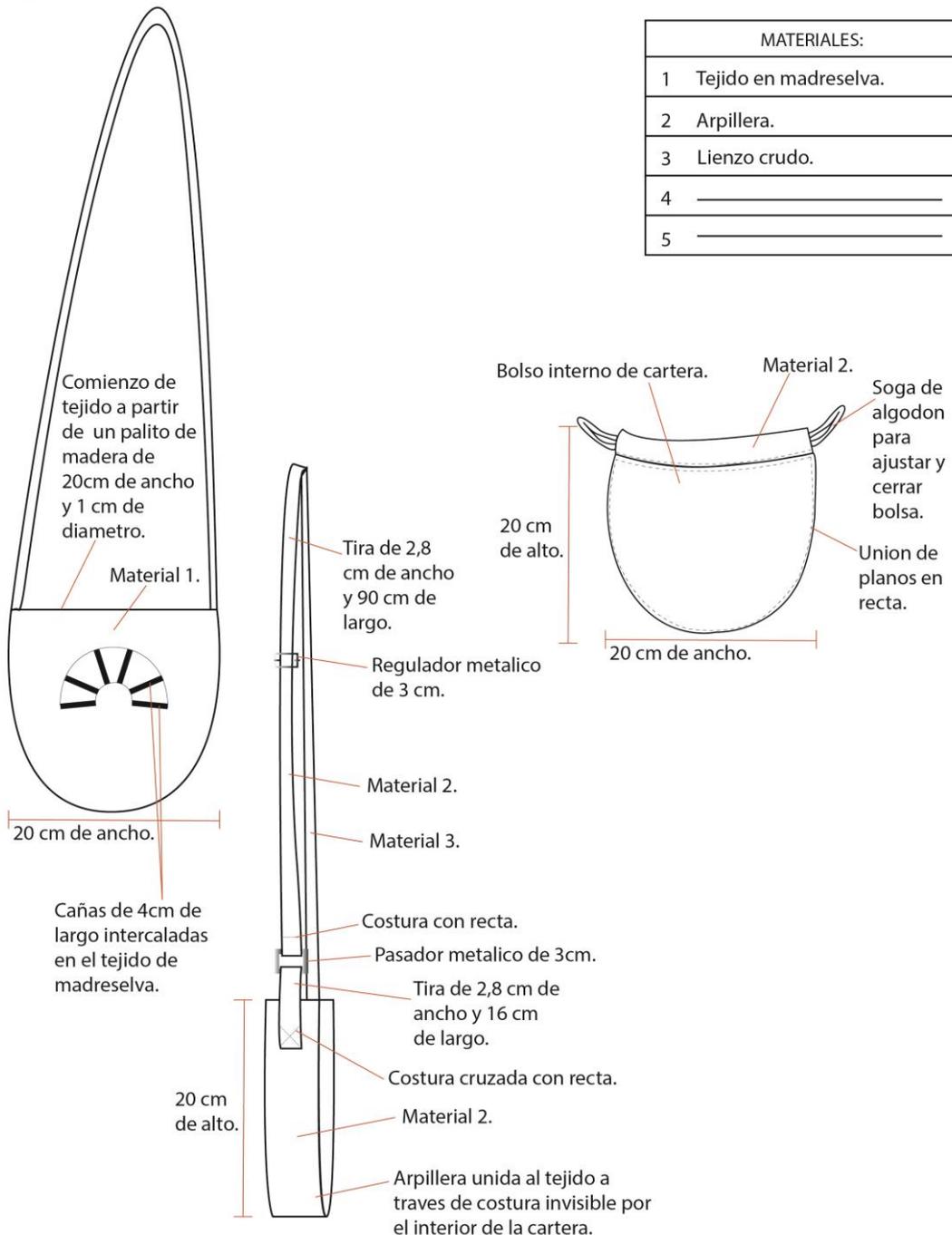
Jazmin Tascheret

Descripcion: Bandolera Katinka

Articulo: 07

Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:	
1	Tejido en madreSelva.
2	Arpillera.
3	Lienzo crudo.
4	_____
5	_____



FICHA TECNICA:

Jazmin Tascheret

Descripcion: Cartera Guillaume

Articulo: 08

Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:

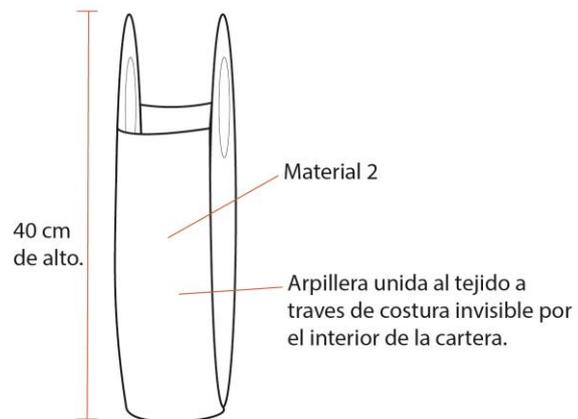
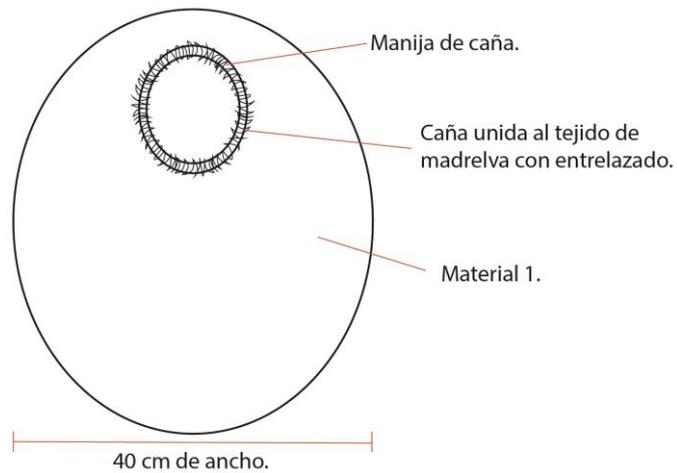
1 Tejido en madreelva.

2 Arpillera.

3 _____

4 _____

5 _____



FICHA TECNICA:

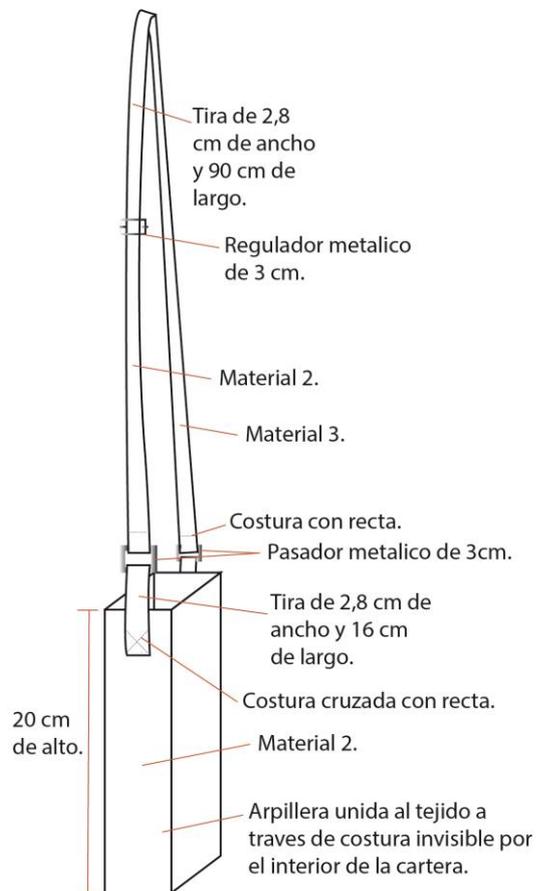
Jazmin Tascheret

Descripcion: Bandolera Tatiana

Articulo: 09

Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:	
1	Tejido en madreseiva.
2	Arpillera.
3	Lienco crudo.
4	_____
5	_____



FICHA TECNICA:

Jazmin Tascheret

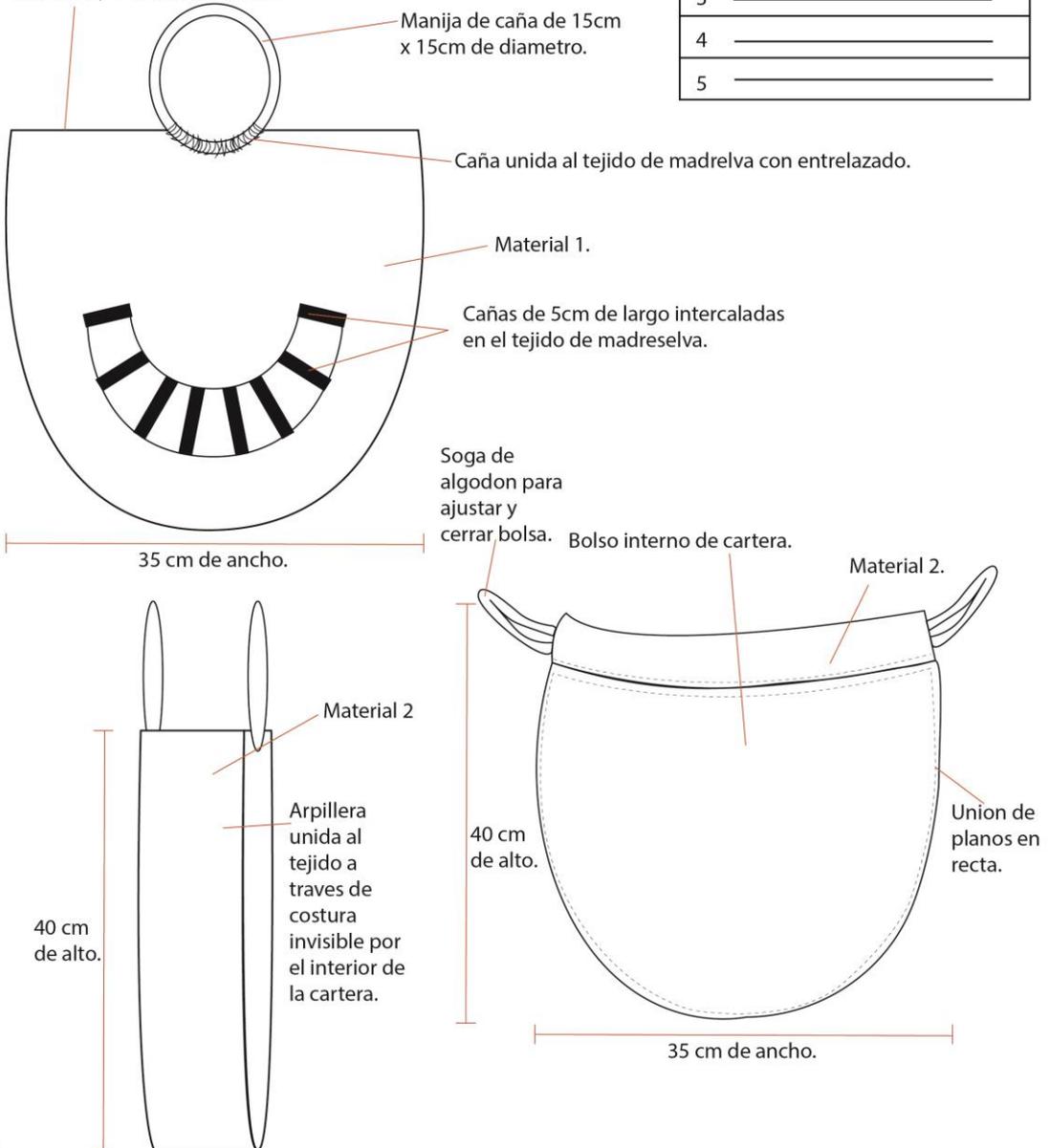
Descripcion: Cartera Artur

Articulo: 10

Fecha: 10/03/2021

MATERIALES:	
1	Tejido en madreelva.
2	Arpillera.
3	_____
4	_____
5	_____

Comienzo de tejido a partir de un palito de madera de 35cm de ancho y 1 cm de diametro.



7.2. **Prototipos:**

7.2.1. **Bandolera Oskar:**



7.2.2. Cartera Margo:



7.2.3. Bandolera Bianca:



7.2.4. Cartera Kelly:



7.3. Carta de texturas:

TEXTURA:	CARACTERÍSTICAS:
	Madreelva entrelazada con hilo de encerar, generando una trama cocida hacia un lateral.
	Tela arpillera con madreelva entretejida en la trama del textil.
	Tejido en madreelva a partir de un palo de madera, para generar nuevas formas posibles.
	Madreelva entrelazada con hilo de encerar en diferentes tonos, generando una trama cocida hacia abajo, intercalando con distintos colores para crear un tejido multicolor.
	Madreelva entrelazada con lana, generando una trama cocida hacia abajo.

Revalorización de la madreelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret



Madreelva entrelazada con cinta al bies.



Tela arpillera con madreelva tejida sobre la trama del textil, bien apretado, para generar más dureza en el textil.



Cañas naturales entreteljadas en madreelva para generar espacios vacíos en la trama y dar una linda terminación.



Comienzo de tejido generado con hilo encerado, para dar más firmeza al centro y crear una trama diferente.

8. **Propuesta final de marca:**

8.1. **Identidad de marca:**

Marca:

El nombre elegido para la marca es "SELVA", proviene de la fibra principal del proyecto, "madreSelva". Es una palabra corta que nos remite a la naturaleza, haciendo referencia a la importancia que le da la marca, a la misma.

Misión: Ofrecer una línea de accesorios artesanales y sustentables que sean prácticos y funcionales.

Visión: Hacer productos de calidad, haciendo foco en la durabilidad y el diseño.

Valores de marca: Responsabilidad, calidad, creatividad, creación de oportunidades y conexión con la naturaleza.

La tipografía utilizada fue seleccionada porque remite al tejido característico de esta fibra, tanto por su simpleza lineal como por los espacios que aparecen en cada letra, que hacen referencia a los huecos que deja el tejido entre sus uniones.

El color negro de la tipografía fue elegido por su contraste con el color natural de la madreSelva, para que resalten tanto el tejido como la marca; así mismo por su función de ser un tono que combina con muchos otros y se amolda a un uso cotidiano representando tanto comodidad como elegancia.



SELVA

8.2. **Etiquetería y packaging:**

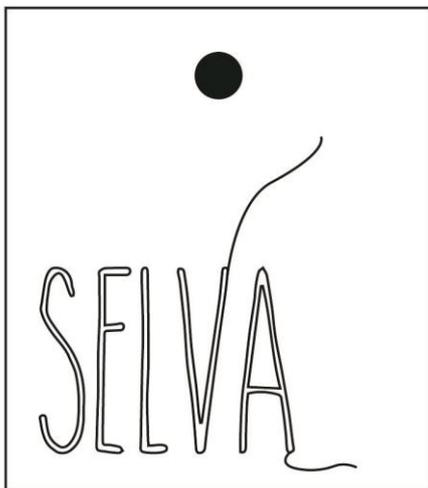
8.2.1. **Etiqueta de producto:**

Etiqueta de 3x5 cm, estampada por serigrafía con tinta negra en lienzo natural. Cosida en recta con hilo negro para dar contraste a la tela.

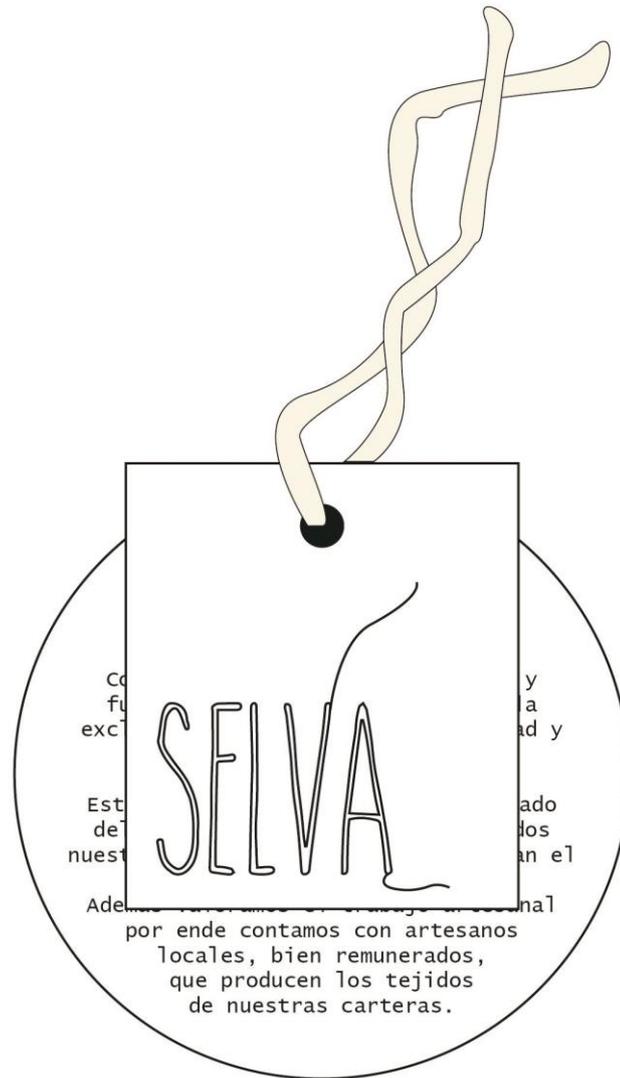


8.2.2. **Etiqueta externa:**

Etiqueta principal con logo y etiqueta trasera con información de la marca. Para crear consciencia sobre nuestros objetivos.



Ambas etiquetas van juntas colgando del packaging, atadas con un retazo de lienzo o arpillera, sobrantes de la producción de nuestros artículos.



8.2.3. Packaging:

El packaging está pensado de forma que aporte al gran movimiento del que forma parte la marca, de generar el menor impacto posible en el medio ambiente. Es una bolsa de lienzo natural con el logo estampado en serigrafía. Al ser de tela se puede reutilizar para ir a hacer las compras al supermercado o llevar distintas cosas.

El textil elegido es 100% algodón y es biodegradable.



8.2.4. Packaging de envío:

Packaging de envío en caja de cartón reciclado para poder mandarlo por encomienda o correo a cualquier parte del país, cerrada con cinta de la marca y con los datos del remitente y el destinatario.



8.3. Estrategias productivas:

Se pretende mantener una producción local dando trabajo y capacitando a personas desempleadas de la zona y artesanos del rubro para que realicen nuestras carteras. Mantendremos como principal recurso de la marca, los insumos de la zona (madreSelva, cañas). Produciremos pocas unidades de carteras, todas distintas, debido a la complejidad de la técnica utilizada.

8.4. Estrategias comerciales:

8.4.1. Comunicación:

La marca contará tanto con Instagram como Facebook ya que ambas son redes que el usuario consume diariamente. Se utilizarán para difundir los valores y productos que la marca ofrece. Mostraremos a cada persona que está detrás del armado de sus carteras, para que el cliente vea el proceso productivo completo y se involucre en nuestro día a día.

8.4.2. Comercialización:

Los productos se encontraran disponibles de forma online a través de nuestra página web que estará vinculada a las redes sociales de la marca. El principal beneficio es poder llegar a todo el país generando envíos a cualquier punto de Argentina.



Revalorización de la madreselva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

En cuanto a punto de venta, inicialmente participaremos en ferias de diseño, que será comunicado por nuestras redes, días, horarios y ubicación en que nuestros clientes podrán encontrarnos en las mismas.

La idea es mantener siempre una estética minimalista donde resalten solo nuestras carteras, ya sea en la página web o en nuestro stand en las ferias.

MOODBOARD
STAND FERIAS:



Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

9. **Costos:**

Costos de fabricación – Marroquinería en mimbre “MIN-BRE”							
1-Insumos:							
	Cantidad	Precio	Bandolera Oskar	Cartera Margo	Bandolera Bianca	Cartera Kelly	Bandolera Paulo
Madreselva	1kg.	\$300	\$42	\$48	\$40	\$33	\$42
Arpillera	1m.	\$250	\$210	\$230	\$200	\$180	\$100
Lienzo	1m.	\$360	\$120	\$100	\$120	\$100	\$120
Avíos	Unidad	\$30	\$210	\$180	\$210	\$120	\$210
Cañas	1m.	\$100	-	\$100	\$100	\$50	-
Total de insumos:			\$582	\$658	\$670	\$483	\$472
2-Servicios:							
Mano de obra tejeduría madreSelva	1 hs.	\$500	\$2000	\$3000	\$2500	\$1000	\$2000
Mano de obra costura y terminación	1hs.	\$300	\$800	\$800	\$650	\$600	\$400
Total de servicios:			\$2800	\$3800	\$3150	\$1600	\$2400
3-Packaging y etiquetería:							
Etiqueta de producto	10	\$150	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15
Packaging	10	\$600	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60
Packaging de envío	10	\$250	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25
Total de Packaging y etiquetería:			\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
COSTO TOTAL POR			\$3482	\$4558	\$3920	\$2183	\$2972

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

PRODUCTO:							
Margen de ganancia:	150%		150%	150%	150%	150%	150%
Precio final (Redondeado):			\$5230	\$6840	\$5880	\$3280	\$4460

Tabla N° 8. Elaboración propia.

Costos de fabricación – Marroquinería en mimbre “MIN-BRE”							
1-Insumos:							
	Cantidad	Precio	Cartera Rochelle	Bandolera Katinka	Cartera Guillaume	Bandolera Tatiana	Cartera Artur
Madreselva	1kg.	\$300	\$50	\$40	\$50	\$40	\$53
Arpillera	1m.	\$250	\$120	\$200	\$120	\$100	\$290
Lienzo	1m.	\$360	-	\$120	-	\$120	-
Avíos	Unidad	\$30	-	\$90	-	\$90	-
Cañas	1m.	\$100	-	\$40	\$60	-	\$70
Total de insumos:			\$170	\$490	\$230	\$350	\$413
2-Servicios:							
Mano de obra tejeduría madreSelva	1 hs.	\$500	\$2500	\$2500	\$2500	\$1500	\$3000
Mano de obra costura y terminación	1 hs.	\$300	\$450	\$650	\$450	\$400	\$1200
Total de servicios:			\$2950	\$3150	\$2950	\$1900	\$4200
3-Packaging y etiquetería:							
Etiqueta de producto	10	\$150	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15
Packaging	10	\$600	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

Packaging de envío	10	\$250	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25
Total de Packaging y etiquetería:			\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
COSTO TOTAL POR PRODUCTO:			\$3220	\$3740	\$3280	\$2350	\$4713
Margen de ganancia:	150%		150%	150%	150%	150%	150%
Precio final (Redondeado):			\$4830	\$5610	\$4920	\$3530	\$7070

Tabla N° 9. Elaboración propia.

El margen de ganancia seleccionado es del 150% del costo total, debido a que la marca busca destacarse como vendedora de objetos con un valor artesanal y cultural, que beneficie tanto al medio ambiente como al productor de la cestería tejida manualmente. Es por esto que se seleccionó un margen mayor al doble del costo, para generar un producto con un valor intermedio. Si bien sigue siendo un objeto accesible pero apunta a un público que está dispuesto a pagar su precio con el fin de adquirir esos beneficios ya planteados.

El precio estimativo de los productos que el proyecto ofrece es de \$5.500 aproximadamente que a diferencia por ejemplo de la marca cordobesa “Garcia Tienda”, que ofrece productos similares como carteras en fibra vegetal de hoja de palma, y sus precios son aproximadamente de \$3.500 cada uno.

El valor es casi el doble de la marca competidora, debido a la simpleza de los cestos en palma que ellos ofrecen ya que no cuentan ni con textiles de unión, ni avíos, solamente son accesorios muy simples que pueden ser usados tanto de canasta como de cartera. Lo que distingue a nuestra marca es que si bien los objetos están realizados también en una fibra vegetal, cuenta con apliques, avíos y textiles que dan terminación y brindan diseño a los accesorios.

La viabilidad comercial de la propuesta es factible ya que además es un nicho de mercado a explotar debido a la no competencia directa de accesorios realizados en madreSelva en todo el país.

10. **Conclusiones:**

A partir de la problemática y el objetivo general planteado para encaminar este proyecto, de revalorizar técnicas de tejido en madreSelva. Se puede expresar que los términos propuestos por este trabajo final de grado son realizables. Se logró llegar a la solución de crear un producto simple y que se utiliza diariamente como es el caso de la marroquina, teniendo en cuenta los beneficios que ofrece la madreSelva como la durabilidad y resistencia que se amoldan a la perfección con la idea de crear accesorios. Luego de realizar las investigaciones pertinentes se confirmó que es posible diseñar una marca de marroquinería en madreSelva y aplicarla en la Ciudad de Córdoba.

La marca en cuestión creará productos que aportarán a un consumo más consciente, generando el menor impacto ambiental posible, utilizando como principal material una fibra vegetal como es la madreSelva.

Gracias a la información recolectada y analizada con la que se realizó el trabajo, se puede demostrar que los objetos artesanales han ido ganando terreno en el mercado de la indumentaria en general como respuesta al cambio en los hábitos de consumo en las personas. Algunas de los beneficios de estos productos son: la exclusividad, la confianza en los métodos de producción utilizados como el trabajo artesanal, la calidad, el diseño y el arraigo a la identidad cultural.

Es destacable la importancia que se le da actualmente a los productos sustentables y a la preocupación por saber de dónde provienen los objetos que se consumen diariamente.

Esta preocupación de los consumidores y el alcance de la tecnología, permiten que el usuario se informe más antes de realizar una compra, mayormente un target joven como es al que se apunta con el proyecto en cuestión.

El interés por la sustentabilidad tanto como por la moda, permite unificar ambas cuestiones para ofrecer una marca con productos que beneficien tanto al consumidor como al medio ambiente.

En conclusión, la marca es la adecuada para el target elegido ya que es un usuario joven que se ve intrigado y preocupado por aportar al medio ambiente, y consume diariamente este tipo de accesorios como son las carteras, mochilas y bolsos. El

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

material, madreSelva, y los valores que promueve el proyecto como son el arraigo a la identidad cultural y el aporte de la marca a un progreso social más consciente donde se consuman productos con un valor sustentable también son los adecuados según la investigación realizada, ya que el consumidor objetivo se ve atraído por adquirirlo.

Al momento de realizar los prototipos se descubrió una complejidad para adquirir avíos sustentables, es por esto que se terminó utilizando avíos metálicos en la colección realizada. Seguiremos investigando y buscando nuevas opciones de avíos ecológicos para generar nuevos prototipos con mejores acabados y que cuenten con una producción completamente sustentable.

El trabajo final de grado comenzó tomando como fibra natural, al mimbre, es por esto que contamos con mayor información del mismo, pero debido a la pandemia y la dificultad para obtener este material por el cierre de provincias en nuestro país, Argentina, se optó por trabajar con una nueva fibra, la madreSelva, que se consigue con mayor facilidad en mi zona natal, el valle de Traslasierra en Córdoba.

La madreSelva es una fibra muy similar al mimbre y se adaptó al proyecto sin problemas.

11. **Referencias bibliográficas.**

- Abedrop, M. (2014). La cestería. Un arte creado desde la naturaleza. México: Asociación de Amigos del Museo de Arte Popular. Recuperado de <http://www.amigosmap.org.mx/2014/09/30/la-cesteria-un-arte-creado-desde-la-naturaleza/>
- Ariza, R., Gay, F., Herrero, P. y Oneto, F. (2014). *Oportunidades de agregar valor a la cadena del mimbre y otros materiales del Delta* (1ª ed.). Argentina.: Instituto Nacional de Tecnología Industrial – INTI.
- Barrera Medina de la, MS. (2019) El diseño como objeto artesanal de consumo e identidad. En F. Knop (Ed.), *Cuaderno 90*, pp. 91-106. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.
- Calle Rodriguez, A. (1982). *La Cestería*. España, Madrid: Diputación de Madrid. Recuperado de <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM000051.pdf>
- Correa, ME, enero de 2016). 'Con sello propio': singularidad e innovación en casos de emprendimientos autogestionados de diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires. *Trabajo y Sociedad*, (11), pp. 23-33. Recuperado de http://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/CONICETDig_5c3bc5ffd62049afe02ff9fe074de047
- Guzmán, L. (2015). Las madreSelvas. Argentina, San Luis. Recuperado de <https://lasmadreSelvas.wordpress.com/>
- Lau, J. (2013). *Diseño de accesorios*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioues21sp/reader.action?docID=3217049>
- Moriconi, A. (2017). Nuevo lujo. (Tesis de grado). Universidad de Palermo, Buenos Aires. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/4403.pdf

- Orlando Benavides y Díaz López. (2013). *Referencial Nacional de Tejeduría y Cestería Capítulo Tejeduría en Mimbre* (1a ed.). Colombia.: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – artesanías de Colombia s. a. Recuperado de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2822>
- Porrúa, M. (2014) Diseño con identidad local. Territorio y cultura, como eje para el desarrollo y la sustentabilidad. En F. Knop (Ed.), *Cuaderno 47*, pp. 141-150. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Palermo.
- Ramos, R., Rodríguez, M. (2018). Artesanos de Trujillo. *Revista de Folklore*, (67), pp. 51-64. Recuperado de <https://funjdiaz.net/folklore/pdf/rf439.pdf#page=51>
- Rodríguez, S. (noviembre, 1995). Identidad Cultural y Desarrollo Local: Metodologías de Intervención. *II Congreso Chileno de Antropología*. Conferencia llevada a cabo en el Congreso de Colegio de Antropólogos de Chile, Valdivia.
- Sesnic, H. (2013). *Diseño paramétrico y mimbre*. (Tesis de grado). Universidad de Chile, Santiago. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/116942>

Índice de figuras:

- *Figura N° 1.* Accesorio en Mimbre. Mauro Pesoa – Diseño de Autor. (La Nacion, 2019) Fuente: <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/original-ropa-hecha-mimbre-nid2278342>-----13
- *Figura N° 2.* Cartera en Mimbre. Mauro Pesoa – Diseño de Autor. (Facebook). Fuente: <https://www.facebook.com/MAUROPESOADEAUTOR/photos/a.514906435219526/2133958046647682/?type=3&theater>-----13
- *Figura N° 3.* Zapatos en Mimbre. Mauro Pesoa – Diseño de Autor. (Facebook). Fuente: <https://www.facebook.com/MAUROPESOADEAUTOR/photos/a.514906435219526/2615188705191278/?type=3&theater>-----13
- *Figura N° 4.* Cesta tejida en mimbre de Amelie Pichard. Fuente: <https://www.nomadbubbles.com/capazos-de-mimbre/>-----14
- *Figura N° 5.* Cesta redonda de Stella Rittwagen. Fuente: <https://www.nomadbubbles.com/capazos-de-mimbre/>-----14
- *Figura N° 6.* Tipo de tejido en mimbre. Fuente: (Orlando Benavides y Díaz López, 2013)-----21
- *Figura N° 7.* Tipo de tejido en mimbre. Fuente: Sesnic, 2013, p. 20)-----21
- *Figura N° 8.* Tipo de tejido en mimbre. Fuente: (Sesnic, 2013, p. 21)-----21
- *Figura N° 9.* Tipo de tejido en mimbre. Fuente: (Orlando Benavides y Díaz López, 2013)-----21
- *Figura N° 10.* Tipo de tejido en mimbre. Fuente: (Sesnic, 2013, p. 21)-----21
- *Figura N° 11.* Bolso con boquilla. Fuente: <http://mismanualidadespormjose.blogspot.com/2014/02/bolsos-con-boquilla.html?m=1>-----25
- *Figura N° 12.* Bolso con fuelle. Fuente: https://www.etsy.com/es/listing/655059433/handmade-leather-handbags-bubbles?ref=shop_home_active_1&frs=1-----25
- *Figura N° 13.* Bolso tipo cartera. Fuente: https://www.top3.com.ar/ja7214c-mochila-amanda.html?top3_color=TRI-----25

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

- *Figura N° 14.* Canasto en mimbre. Fuente:
<https://decoracion2.com/opendeco/hacer-cestos-de-mimbre/>-----33
- *Figura N° 15.* Tejido en mimbre. Fuente:
https://es.123rf.com/photo_14240070_textura-de-mimbre-marr%C3%B3n-como-fondo.html-----33
- *Figura N° 16.* Plantación en su casa de mimbre negro. Producción propia-----39
- *Figura N° 17.* Mimbre negro. Producción propia-----39
- *Figura N° 18.* Plantación en su casa de mimbre amarillo. Producción propia-----40
- *Figura N° 19.* Cuchillo para hacer cortes en mimbre. Producción propia-----40
- *Figura N° 20.* Tijera de podar para cortar el mimbre. Producción propia-----40
- *Figura N° 21.* Proceso de armado de base en mimbre. Producción propia-----41
- *Figura N° 22.* Base de canasto en mimbre. Producción propia-----41
- *Figura N° 23.* Base con parantes en proceso de armado. Producción propia-----41
- *Figura N° 24.* Canasto en mimbre y caña tamaño medio ovalado. Producción propia-----42
- *Figura N° 25.* Canasto en mimbre tamaño chico ovalado. Producción propia-----42
- *Figura N° 26.* Elaboración propia-----46
- *Figura N° 27.* Elaboración propia-----47

Índice de tablas:

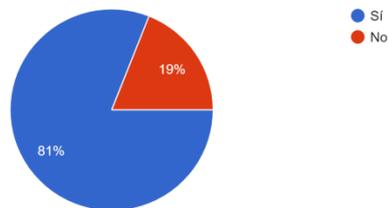
• <i>Tabla N° 1.</i> Elaboración propia-----	18
• <i>Tabla N° 2.</i> Elaboración propia-----	25
• <i>Tabla N° 3.</i> Elaboración propia-----	25
• <i>Tabla N° 4.</i> Elaboración propia-----	25
• <i>Tabla N° 5.</i> Elaboración propia-----	41
• <i>Tabla N° 6.</i> Elaboración propia-----	42
• <i>Tabla N° 7.</i> Elaboración propia-----	80
• <i>Tabla N° 8.</i> Elaboración propia-----	81
• <i>Tabla N° 9.</i> Elaboración propia-----	81

12. Anexo.

12.1. **Resultados de encuesta a usuario:**

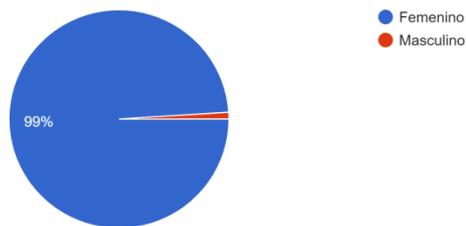
Esta encuesta fue realizada a 100 mujeres de la Ciudad de Córdoba.

¿Tienes entre 25 y 35 años de edad?
100 respuestas



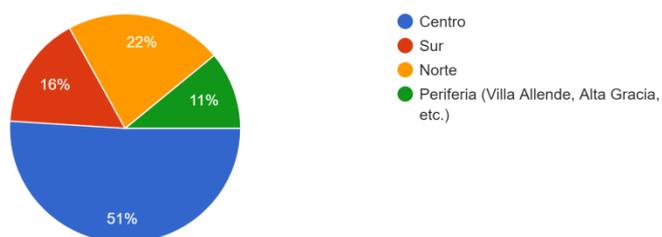
(“Datos recabados por el autor”)

¿Cuál es tu Sexo?
100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

¿En qué zona de Córdoba vivís?
100 respuestas



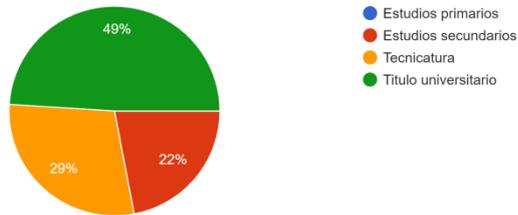
(“Datos recabados por el autor”)

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería

TFG: Jazmin Tascheret

¿Cuál es tu nivel de estudios máximo?

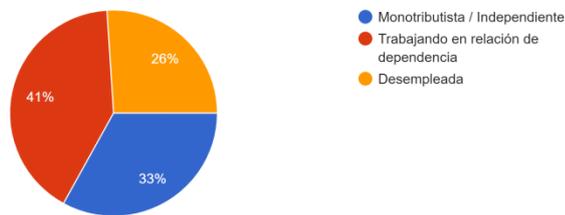
100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

¿Cómo es tu situación de trabajo actualmente?

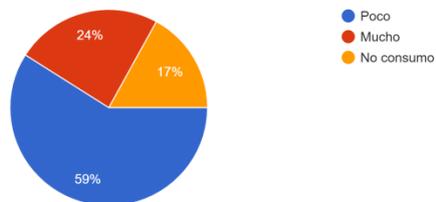
100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

¿Consumís productos artesanales cómo vajilla en porcelana, alfombras, joyas, muñecas, dulces caseros, conservas, jabones artesanales, etc.?

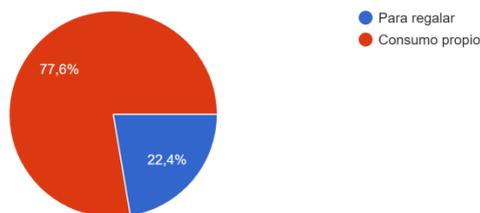
100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

En caso de consumir ¿Con qué fin lo haces mayormente?

85 respuestas

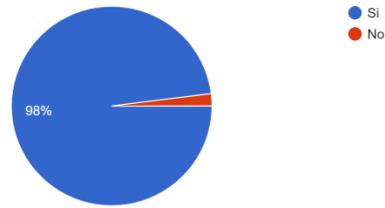


(“Datos recabados por el autor”)

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería TFG: Jazmin Tascheret

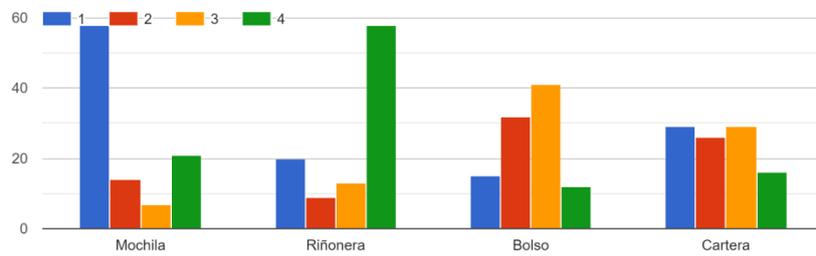
¿Utilizas con frecuencia accesorios como mochila, cartera, riñonera, bolso?

100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

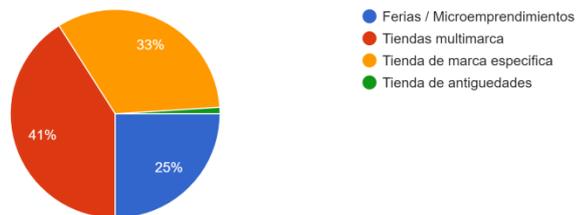
¿Cuál utilizas mayormente? (Ordena del 1 al 4 en una escala de mayor a menor uso, tomando como más usado el ...en uso el 4.) (Sin repetir numero)



(“Datos recabados por el autor”)

¿Dónde compras artículos de marroquinería (accesorios como mochilas, billeteras, bolsos, riñoneras, carteras) normalmente?

100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería TFG: Jazmin Tascheret

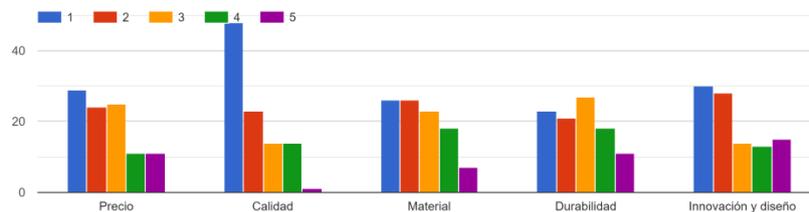
¿Qué marca/s (de marroquinería) consumís preferentemente?

100 respuestas

Prune, adidas
Gorrión (Bs. As), en ferias de diseño independiente y me sirven las marcas veganas
Gorrion
Ninguna marca en especial
Varias
Puro
Jackie Smith, XL
XI
Nike, adidas
Blaquè, Basement, Prune
Mango
No tengo

(“Datos recabados por el autor”)

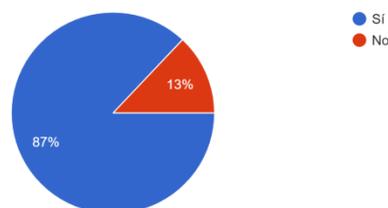
A la hora de elegir estos accesorios ¿Qué priorizas? (Ordena del 1 al 5 en el orden de importancia para vos, tomando como más impor...enos importante el 5.) (Sin repetir numero)



(“Datos recabados por el autor”)

¿Te interesaría consumir accesorios de diseño exclusivo?

100 respuestas

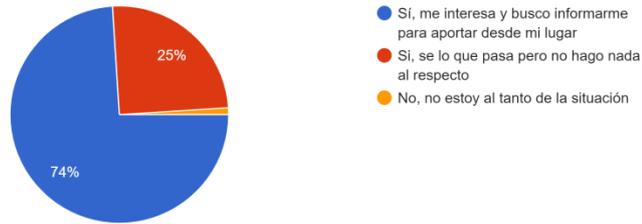


(“Datos recabados por el autor”)

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería TFG: Jazmin Tascheret

¿Estás al tanto de los problemas ambientales en la actualidad?

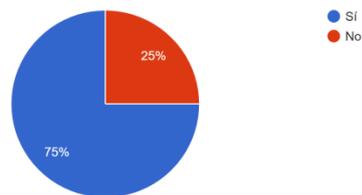
100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

¿En tu día a día incorporas medidas que ayudan al medio ambiente como la separación de residuos, uso de productos reutilizables, etc.?

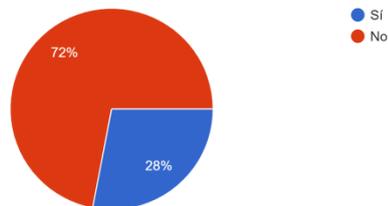
100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

¿En el rubro de la indumentaria y marroquinería, consumís productos que aporten al medio ambiente y que tenga...ne en cuenta cada parte del proceso?

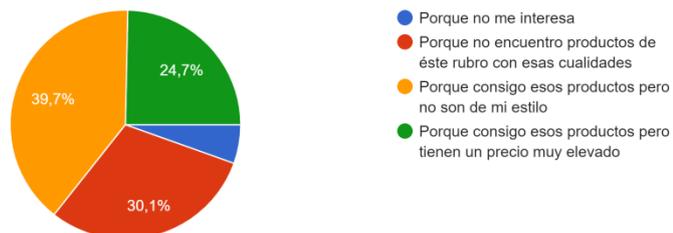
100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

En caso de haber respondido NO ¿Por qué motivo no lo consumís?

73 respuestas

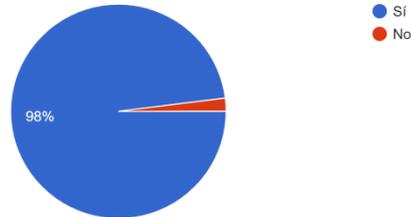


Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

(“Datos recabados por el autor”)

¿Sabes lo que es la cestería en mimbre? (adjunto foto de un canasto en mimbre)

100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

¿Con qué características definirías a este material (mimbre), tanto simbólicamente como sensorialmente? (Qué sensaciones te despierta su textura, que cualidades crees que contiene, con que lo relacionarías, etc.)

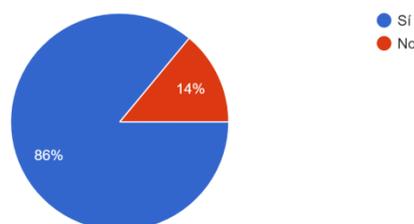
100 respuestas

Lo relaciono con un tejido fuerte y forma patrones simétricos visiblemente atractivos
Superficie áspera. Olor a seco.
Me hace acordar a la playa
Me despierta una sensación a playa
Duro
Dureza, rigidez, artesanal, trama, union
Me da a productos frescos y simples, amigables y me parece un complemento muy canchero
Lo relaciono con personas artesanas tejiendo los productos en zonas rurales
Son fibras naturales
No me gusta
Antinun pero de calidad

(“Datos recabados por el autor”)

¿Estarías dispuesta a pagar un poco más por un producto artesanal, con un diseño único y que aporte a un consum...iferencia de la oferta estandarizada?

100 respuestas



(“Datos recabados por el autor”)

12.2. **Resultados de entrevista a artesanos:**

Esta entrevista fue realizada a tres artesanos de la provincia de Córdoba.

¿Cuál es su nombre y su edad?

3 respuestas

Norma y tengo 60 años.

Natalia y tengo 43 años

Hugo Munizaga 66 años

¿Hace cuánto tiempo realiza esta técnica de cestería y donde lo aprendió?

3 respuestas

Aprendí a hacer cestería cuando tenía 30 años, en un curso de cestería que dieron en la escuela de oficios. Después quede embarazada y como se usa mucho la panza para apoyar el mimbre y hacer fuerza tuve que dejar un tiempo, y le enseñe a mi mama y a ella le gusto mas que a mi y es por eso que ahora es ella junto a mi papa también que se dedican y yo solo los ayudo de vez en cuando.

Aprendí de chica, me enseñó mi tía abuela a tejer el mimbre y lo practicaba para entretenerme cuando la visitaba.

Hace aproximadamente 30 años me dedica a esto, y aprendí en Córdoba Capital

(“Datos recabados por el autor”)

¿Usted vende sus propios productos o los distribuye a alguien que los venda?

3 respuestas

Los vendo a distintos negocios de artesanías que se encargan de venderlos al público.

No vendo suelo hacer de vez en cuando para mi casa como decoración o regalar a alguien

Somos productores y vendedores

¿Qué cantidad de objetos produce al mes?

3 respuestas

Aproximadamente 15 canastos al mes.

No produzco normalmente ya que no me dedico a las artesanías.

50 productos al mes aprox.

(“Datos recabados por el autor”)

¿Realiza encargos a pedido?

3 respuestas

Podría hacerlo pero nadie me encarga.

Si alguien me encarga estaria dispuesta a realizarlo en mis tiempo libres

Si

¿Cuál es el precio de venta al público de alguno de sus productos?

3 respuestas

Un canasto grande lo vendo a \$500 al negocio que despues los distribuye.

No tengo

A partir de los 50\$ en adelante, dependiendo el trabajo y el tamaño del producto

(“Datos recabados por el autor”)

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería TFG: Jazmin Tascheret

¿Realiza distintas técnicas de tejido en mimbre? ¿Las podría describir breve mente?

3 respuestas

¿Cuáles son los costos de producir objetos en mimbre?

3 respuestas

Para nosotros no mucho porque cosechamos el mimbre en mi casa y lo realizamos nosotros.

El precio del mimbre mas las hs de trabajo que me tome

El Kg de mimbre esta a \$200. Por mes utilizamos alrededor de 30kg

Utilizamos el tejido simple ya que solo producimos canastos. Primero hacemos la base del canasto después le agregamos los parantes que se atan arriba para empezar a tejer sobre ellos el canasto.

Se realizar disntintas tecnicas como el entrelado simple que es el mas usado para canastos, trenzados y otros tipo que no se el nombre real.

Depende el producto utilizamos diferentes tecnicas. La mas habitual es la de pre-telar. Intercalando las cintas de mimbre de arriba hacia abajo sobre una base

(“Datos recabados por el autor”)

¿Realiza técnicas de teñido, o distintos acabados en sus productos de mimbre?

3 respuestas

Una vez terminado el canasto, lo podes pintar, barnizar o dejar sin nada.

Los suelo pintar a mano o barnizar para que duren mas tiempo protegidos

Si realizamos, con tintes de látex, pinturas sintéticas o anilinas naturales

¿Qué formas puede realizar en mimbre? (Es posible generar un objeto con cualquier forma o hay formas que no se pueden moldear en mimbre?)

3 respuestas

Nosotros hacemos solo canastos redondos en distintos tamaños, de muy chiquitos a bien grandes.

Normalmente realizo formas circulares pero tendría que probar otras formas no convencionales, yo creería que si se pueden lograr

Se puede hacer cualquier forma, pero es un trabajo mas arduo.

(“Datos recabados por el autor”)

¿Dónde consigue el mimbre?
¿Existen distintos grosores y acabados de mimbre?

3 respuestas

Nosotros plantamos mimbre en mi casa, al costado de un arroyo que cruza mi casa y de ahí vamos sacando aveces y sino vamos a otros lugares de la zona donde también es fácil de conseguir mimbre. El mimbres es blando y flexible el primer tiempo después de cortado. Nosotros lo cortamos en agosto que es cuando se le cae la hoja y queda listo para cortarlo. Para mantenerlo húmedo y que dure mas tiempo sin secarse, lo mojamos todos los días y lo mantenemos guardado entre unas lonas. Generalmente el mimbre si lo cortas fuera de época, después de tejerlo, se pone negro. Y si vos lo cortas en época (agosto/septiembre) queda del mismo color de cuando lo cortas.

Suelo conseguirlo en algunos caminos cerca de rios ya que se cosecha en zonas humedas

Lo compramos del Tigre, existen diferentes grosores según la edad del mimbre.

¿Cuáles son las herramientas y materiales que utiliza para producir la cestería?

3 respuestas

Las herramientas que usamos son: una tijera de poder para cortar el mimbre, un cuchillo para abrirlo al medio y unir las bases y después la mayoría se hace manual.

Tijera de podar y un cuchillo normalmente

Tijera de podar, partidores de mimbre y una maquina para hacer esterillas

(“Datos recabados por el autor”)

Revalorización de la madreSelva en el diseño de marroquinería
TFG: Jazmin Tascheret

¿Cuánto tiempo le lleva producir un objeto en mimbre?

3 respuestas

A nosotros hacer un canasto nos lleva aproximadamente 7 horas, depende mucho del tamaño del canasto.

Me suele llevar 1 o 2 días es depende la practica

Desde una hora

¿Cuánto dura un objeto en mimbre?
¿Se puede mojar? ¿Hay alguna forma de cuidar estos productos para que duren más tiempo?

3 respuestas

El mimbre es duradero y resistente, una vez que se seca bien. Lo puedes barnizar para darle un aspecto mas durable y que sea mas resistente al agua.

Duran muchísimo tiempo siempre y cuando no estén tirados a la intemperie.

Hay que mojarlos cada mes aproximadamente, dependiendo el clima del lugar. Lo mejor es no mantenerlo seco por mucho tiempo.

(“Datos recabados por el autor”)