



Observar para entender

El viernes 7 de diciembre, un auditorio repleto recibió a la Ing. Marina Pérez Zelaschi y al italiano Paolo Rossi en la última charla del año del ciclo «Hablando de Diseño». Los panelistas compartieron con el público diferentes metodologías para analizar tendencias del mercado.

El Programa de Diseño del INTI lanzó en el 2007 el Ciclo de Charlas "Hablando de Diseño" con el objetivo principal de promover la cultura del Diseño y la innovación entre empresas, profesionales y usuarios. Durante todo el año se realizaron siete encuentros donde cientos de diseñadores, estudiantes y empresarios pudieron dialogar con referentes nacionales e internacionales del diseño. El viernes 7 de Diciembre, apenas pasadas las 14hs la D.I. Raquel Ariza, coordinadora del Programa de Diseño del INTI, dio inicio a la charla "Observar para entender". Hizo una breve introducción al evento y explicó que el Programa, desde su creación en el 2002, persigue el objetivo de instaurar la cultura del diseño en las empresas y vincular a los profesionales con el ámbito laboral.

Desde su experiencia como subdirectora de INTI-Textiles y Coordinadora del Observatorio de Tendencias, Marina Pérez Zelaschi describió cuál es la metodología que utilizan para observar, interpretar y difundir tendencias de socioconsumo. El Observatorio de Tendencias está conformado por un equipo multidisciplinario integrado por ingenieros, diseñadores textiles, diseñadores de indumentaria, diseñadores gráficos, especialistas en marketing, sociólogos y políticos, que desde sus diferentes perspectivas sobre la realidad

trabajan como unos verdaderos cool hunter. El término cool hunter surgió a principio de los noventa para describir el trabajo que realizan quienes investigan los gustos, preferencias, demandas, necesidades, vestimenta y las formas de relacionarse de los consumidores. Estos actores, además, analizan el comportamiento del público y predicen cuáles serán las nuevas tendencias que ingresarán al mercado.

Como un primer paso, en el Observatorio de Tendencias se recolecta información e imágenes de distintos medios de comunicación, especialmente de internet. La investigación no se reduce únicamente al área de indumentaria sino que también se consideran otras cuestiones, como la folletería o la estrategia de comunicación de las distintas empresas. "Esto nos va dando pautas de lo que está pasando", agregó la Ingeniera. El siguiente paso es viajar. El equipo visita dos veces por año las ferias, calles y vidrieras de los principales centros de moda de Europa y allí toman fotografías de todo lo que llama su atención y lo que resulta descriptivo del contexto situacional. "Vamos a los lugares donde hay alguna movida que no necesariamente tiene que ver con la indumentaria... Hacemos ocho mil fotos por viaje" destacó. Una vez obtenido el material, el equipo interdisciplinario del Observatorio se reúne para discutir y definir los ejes sobre los cuales se va a procesar la información. "La ventaja que tenemos nosotros es que no es uno sólo el que interpreta sino un conjunto de profesionales" remarcó. Los resultados de la investigación se presentan en las jornadas del "Circuito de tendencias" tanto en Buenos Aires como en el interior del país y se les entrega a los asistentes un cd con las fotografías más destacadas del viaje.

La segunda parte de la jornada estuvo protagonizada por el panelista italiano Paolo Rossi, consultor textil y de indumentaria. Una vez más, por gentileza de la Oficina de Cooperación de la Embajada de Italia en Buenos Aires,



participa un experto italiano en el ciclo de charlas. En esta oportunidad, Paolo Rossi realizó un análisis sobre la segmentación del mercado, la temporada del producto moda, los canales de distribución, el comercio internacional y el consumo en los mercados de la moda más importantes del mundo.

Como cierre de la ponencia, presentó el interesante caso del cáñamo en Ferrara, una provincia de la Región de Emilia Romagna. Este cultivo mejora la calidad del suelo y sirve no sólo para la vestimenta sino también para aplicaciones medicinales, combustible, papel, alimentos y como material para la construcción. Pese a las visibles ventajas que presenta el cáñamo, su producción estuvo próxima a desaparecer después de la segunda guerra mundial por dos motivos. Por un lado, a partir de diferentes acuerdos firmados durante el Plan Marshall, Italia se convirtió en una gran importadora de productos de fibras químicas y artificiales. Por otro lado, cuando se prohibió la cosecha de cannabis también se dejó de producir el cáñamo porque su gran parecido impedía distinguirlas.

La Provincia de Ferrara y el Gobierno Regional de Emilia Romagna invirtieron sumas importantes de dinero para volver a utilizar el cáñamo dentro del territorio y crear una estructura de Eco-cáñamo. Lo que Paolo Rossi destacó del caso es que se supieron aprovechar las condiciones climáticas favorables y las ventajas ecológicas de este cultivo. En el Parque Regional del delta del Po se venden los productos derivados del cáñamo y tanto los expositores, como los botones y las bolsas que se entregan, están hechos de este material "o sea que está todo el ciclo completo" agregó.

El trabajo del investigador de tendencias es fundamental para la empresa porque provee información sobre los puntos sobre los que debe trabajar para aumentar su competitividad y responder a los cambios del entorno y a las necesidades del consumidor. En este mundo en el que vivimos, donde los cambios vertiginosos son una constante, las empresas deben estar muy preparadas para no quedar fuera del mercado.

Ciclo de Charlas «Hablando de Diseño»

El balance del Ciclo 2007 de «Hablando de diseño» fue muy positivo no sólo por la amplia concurrencia que tuvieron las charlas sino, además, por el creciente interés que despertó en el público, desde la primera edición. En el 2008 el Ciclo de Charlas presentará nuevas ediciones y continuará extendiéndose al interior del país.

NO©copyright

Este material publicado por el Programa de Diseño es de propiedad pública de libre reproducción. Se agradece citar fuente.