

PORQUE LA **TECNOLOGIA** **SI** **IMPORTA.** DEUSTOTECH



PROPUESTA DE **CONEXION IMPROBABLE: TUPPER** **TECH**



CONVOCATORIA **INTERNACIONAL** DE ARTISTAS Y PENSADORES

EDICION: 2011 Conexiones Improbables

ORGANIZACION COLABORADORA:

Deusto Tech (Instituto de Tecnología de la Universidad de Deusto)

COLECTIVO PARTICIPANTE: Re-activas Urbanas

TITULO PROYECTO IMPROBABLE: Tupper Tech

FECHA ENTREGA: 28 marzo 2011

C.I. 01



TUPPER TECH

FILOSOFIA.PROYECTO IMPROBABLE...PERO POSIBLE

La propuesta de *Conexión Improbable* TUPPER TECH, tiene por objeto fomentar el empoderamiento femenino en el ámbito de las nuevas tecnologías mediante el uso colectivo y participativo de su entorno más inmediato y la implicación por parte de ellas. Se propone:

- 1.- El acercamiento de las TIC's a un sector de la población alejado de su uso y entendimiento, mediante estrategias artísticas en las que predomine el sentido de integración.
- 2.- Fomentar la hibridación de conocimientos y prácticas.
- 3.- Acercamiento a mundos y escenarios de convivencia a través del espacio común que se desarrolla a partir de las tecnologías.
- 4.- Proceso de visibilización tanto de la carencia como de la importancia de integración.
- 5.- Unir su uso a un proceso de afectación y relaciones interdependientes.

ANTECEDENTES.

TUPPER TECH como Proyecto Improbable, arranca desde la observación de la estrategia llevada a cabo desde hace más de seis décadas por Earl Tupper, quien puso en práctica un sistema de ventas a domicilio con unos *principios de influencia innovadores* y basados en la reciprocidad, la coherencia, el compromiso y la validación social, entre otros. La estrategia con la que *Tupperware Corporation* (hoy día conocida como *Tupperware Brands Corporation*) irrumpe en la sociedad, tenía por objeto introducir los *productos Tupper*, productos innovadores y exclusivos, en las escenas de la vida cotidiana de la sociedad de 1946, prestando una especial atención a los espacios de la mujer.

A partir de la investigación de este *formato clásico*, se analizan las fortalezas de la estrategia llevada a cabo por Tupper, y se extrapolan a las necesidades de la sociedad contemporánea, estudiando su implantación en los quehaceres cotidianos próximos al mundo femenino, ayudando a visibilizar sus necesidades y generando posibilidades mediante nuevos productos y sistemas vinculados a las *Nuevas Tecnologías*.

POR PASOS.

01 INVESTIGACION FORMATO TRADICIONAL EXPERIENCIA TUPPERWARE

02 PROPUESTA FORMATO RE-ACTIVAS URBANAS PARA DEUSTOTECH

C.I. 02

TUPPER TECH

01 INVESTIGACION FORMATO TRADICIONAL EXPERIENCIA TUPPERWARE



Experiencia Tupperware Home. Años 60. Salón Familiar

EL EXITO!!!!!! Tupperware®

CLAVES DE LA ESTRATEGIA TUPPER. CONCEPTO PRODUCTO ESTRELLA

Tupperware® productos surge como marca comercial en el año 1946, en el periodo de posguerra. La marca Tupperware ha estado siempre estrechamente ligado a las últimas tendencias, mezclándose con los movimientos suburbanos que arrasaron épocas, con la revolución feminista de los años 60 y la tendencia "cocooning" de los años 90. En los años de la posguerra, el efecto "baby boom", originó que muchas mujeres se dedicaran de lleno al cuidado de sus familias, primando la alimentación y la salud.

Su ocupación por una actualización permanente, ha dotado a la marca de un carácter de durabilidad a lo largo de los tiempos, que imprime en ella un sello de calidad popular.

Los productos Tupperware han estado siempre organizando las vidas y hogares de todo el mundo, y vinculados al mundo femenino. En sus inicios la marca también ayudó a lanzar un material revolucionario para la época: el plástico.

Pero a pesar del poder de los productos Tupperware, no se vendían al por menor como se esperaba, detectando que el problema radicaba principalmente en el desconocimiento y falta de información de sus posibles usuarios en potencia: las mujeres. La estrategia implantada por Tupper fue pasar de la INFORMACION a la DEMOSTRACION DEL PRODUCTO.

C.I. 03



TUPPER TECH

02 PROPUESTA FORMATO RE-ACTIVAS URBANAS PARA DEUSTOTECH



**EXTRAPOLAR LA EXPERIENCIA
ACTUALIZAR EL PRODUCTO**

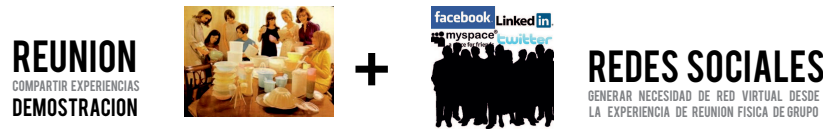
C.I. 04

POR QUE TUPPER TECH?

01 IMPLANTACION DEL SISTEMA DESDE LA EXPERIENCIA. CALIDAD POPULAR ADQUIRIDA



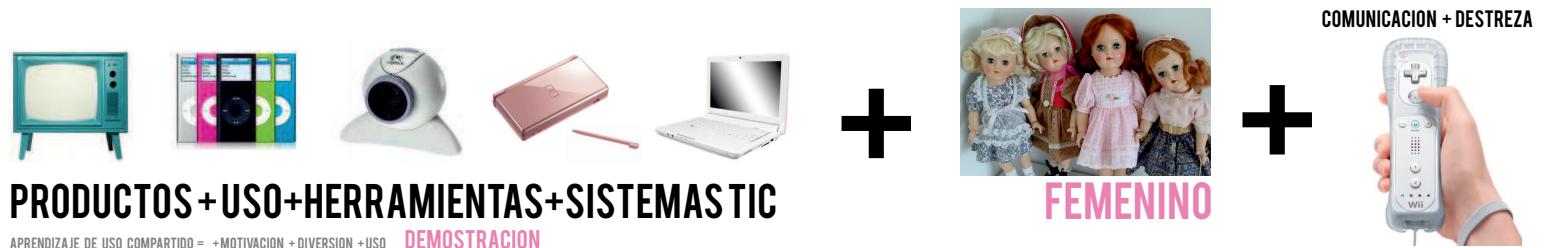
02 REDES SOCIALES FISICAS / IN STREAMING



03 EXPANSION E IMPLEMENTACION DE UN NUEVO VOCABULARIO A TRAVES DEL AMBITO DOMESTICO



04 APRENDIZAJE, INTERCAMBIO, DIFUSION DE DATOS Y PRACTICAS DESDE UN MODELO INTERGENERACIONAL. CONTACTOS CON HERRAMIENTAS BASICAS



EVOLUCION DEL FORMATO TUPPER HASTA NUESTRA PROPUESTA TUPPER TECH

Con este gráfico evolutivo pretendemos dotar de legibilidad a nuestra acción.

Implantación de una experiencia consensuada y aceptada socialmente, filosofía tupper, como modo de articulación de la red social tradicional, en cuanto a presencia física real haciendo extensible la experiencia a través de la emisión a tiempo real in streaming.

La expansion e implementación de un nuevo vocabulario tomará forma a través de la práctica colectiva.

Se fomentará la accesibilidad a los sistemas TIC como acto comunicativo, priorizando la seguridad y la destreza de intercambios de datos e información en el sector femenino más aislado.

C.I. 05

LA ACCION

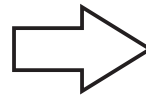
El objetivo de la Acción irá enfocada a:

- 1.- La construcción de nuevos espacios de igualdad a través de la conexión con la experiencia tecnológica y la sensibilización artística.
- 2.- La ruptura con las formas antiguas de subjetivación del sujeto femenino.
- 3.- Alejar a cierto sector femenino del lugar marginal al que se le ha confinado tradicionalmente.
- 4.- Ruptura de los mecanismos de precarización que pasan por una buena pedagogía del conocimiento de las nuevas tecnologías.

Tupperware®



Experiencia Tupperware Home. Años 60. Jardín familiar



TUPPER TECH

DeustoTech

PRODUCTOS TIC PARA ESCALA DOMESTICA FORMATO DE LA EXPERIENCIA

ESTRATEGIA de implantación:

¿De qué modo? Ellas son las que seleccionan a aquellas otras mujeres a las que desean hacer co-partícipes de la experiencia.

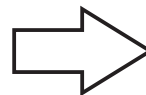
¿Porqué? Porque dentro del ámbito doméstico muchas de estas mujeres se sienten más seguras.

¿Cómo llevarla a cabo?

Mediante una Investigación previa sobre las necesidades demandadas por un perfil acotado de mujeres dentro del ámbito doméstico. Registro de muestras.

Preparación previa de *La Anfitriona*.

Fomentan el aprendizaje en las nuevas tecnologías, mediante obtención de la validación social del grupo de reunión, activando la regla de "hacer lo que hacen otras personas semejantes a nosotros en la misma situación".



C.I. 06

EL PRODUCTO

De acuerdo a las necesidades de Deustotech y en base a la experiencia de acción diseñada, la propuesta de los PRODUCTOS a introducir en el Proyecto Improbable TUPPER TECH, serán resultado de investigación y puesta en común con la entidad de organización colaboradora, DeustoTech

Desde Re-activas Urbanas, y en base a nuestra experiencia, se propone la DEMOSTRACION TUPPER TECH entorno al desarrollo de experiencias de implantación de sistemas TIC. Citamos a continuación datos básicos del **producto TUPPER TECH**.

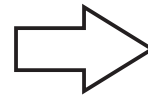
Tupperware®



Molde Jel-Ring®



Jarra Classic Sheer® de 1 galón/3.8 L.



TUPPER TECH

DeustoTech

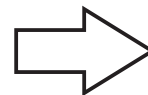
PRODUCTOS TIC PARA ESCALA DOMESTICA RECURSOS DEL PRODUCTO 01

Se potenciará la diversión y la estética del producto con el fin de alcanzar al completo a todos los miembros del ámbito familiar (grupo parental, adolescentes, universitarios, fomentar la comunicación con terceras generaciones, nietos, etc...)

ESTRATEGIA de implantación:

Implantación en núcleos familiares de más de cuatro miembros. Unificar un mismo lenguaje TIC de comunicación; atractivo para generaciones jóvenes, y "dependiente" (en el caso de miembros familiares no familiarizados con las TIC, se pretende analizar sus necesidades en el seno de la relación familiar para dotar de una herramienta que cubra sus intereses y demandas, con el fin de generar esta "dependencia sana" de los mismos y llegar a fomentar su implantación dentro de la vida cotidiana, especialmente de la mujer.). Generar necesidad y posibilidades.

p.e.: Diseño y puesta en práctica de **Aplicaciones de telefonía móvil para fomentar la comunicación "in streaming" de núcleos familiares.**



Urbanas
Re-activas
CONEXIONES IMPROBABLES 2011-12

THE END



RE-ACTIVAS URBANAS
PRESENTACION + CV + TRAYECTORIA

C.V. 01



RE-ACTIVAS URBANAS

PRESENTACION+CV

Presentación del Colectivo Re-activas urbanas para **CONEXIONES IMPROBABLES 2011-12**

MOTIVACION Y DISPONIBILIDAD

Como colectivo y como profesionales del ámbito artístico, arquitectónico y de lo social, tenemos gran inquietud en la experimentación interdisciplinar y en las contaminaciones que puedan darse a través del intercambio de visiones y experiencias con otras áreas de conocimiento, *prácticas* que nosotras llamamos **fricciones**.

Nos movemos permanentemente en el terreno de lo improbable, de las ideas y la proyección.

Debido a nuestras profesiones liberales que compaginamos con el ejercicio de la docencia universitaria, contamos con la flexibilidad y libertad de movimiento necesarias para desarrollar tareas alternativas a nuestro ejercicio cotidiano.

ACTIVIDAD RE-ACTIVAS URBANAS

Desde nuestro colectivo, desarrollamos proyectos de investigación y visibilización de las prácticas socio-culturales, así como su vínculo y proyección a la pedagogía del conocimiento en el ámbito social.

Nuestro interés por las prácticas colaborativas de carácter interdisciplinar, vinculadas al ámbito de la esfera pública en general y de las buenas prácticas urbanas en particular, desde la perspectiva de género, nos convierten en un colectivo abierto y capaz de desarrollar estrategias de visibilización de situaciones discriminatorias y proponer elementos de integración, aproximando el conocimiento, la concienciación y el buen uso del lenguaje, a través del manejo de los nuevos medios y la accesibilidad tecnológica.

C.V. 02



TRAYECTORIA

EXPERIENCIAS PREVIAS

Participación en proyectos de carácter participativo desde la perspectiva de género y con la aplicación de nuevas tecnologías:

Sin-clonías: Exposición en el IVAM de diferentes colectivos de mujeres artistas cuyo trabajo se centra en la visión de la mujer en el arte a través de la tecnología.

Injerencias: Participación artística con el objetivo de recuperar un espacio público para la ciudadanía a través de intervenciones donde se desarrollan estrategias de visibilización a través del uso de las tecnologías.

Tú si que Pintas: Propuesta premiada (3º premio) sobre intervención en el espacio público de la Plz. Molina de Cartagena. La estrategia de proyecto se centró en la eliminación de la fragmentación existente, tanto física como social. Se actuó sobre este espacio con un único objetivo: **generar ciudad**, logrando una plena cohesión de la estructura social del barrio y permitiendo así un espacio de relaciones azarosas e improvisadas a escala de barrio.

Walden 09: Propuesta seleccionada por el Instituto Valenciano de la Vivienda sobre las nuevas formas de habitar los espacios domésticos, analizando las tipologías de vivienda y las necesidades de los núcleos familiares desde la evolución social.

ACCIONES EN PROCESO

Tupper Tech: Convocatoria-acción de ámbito doméstico con el objetivo de crear una pedagogía sobre el uso de las tecnologías en determinados sectores de la población femenina.

+Urbana+Humana: Diseño de estrategia-artefacto tecnológico móvil, cuyo objetivo será la concienciación y el uso de lo urbano desde la perspectiva de género. Estamos en fase de elaboración de todas las acciones que se irán desarrollando alrededor del artefacto.