

(Re)habitar los territorios artesanales indígenas desde el diseño.

Inflexiones situadas sobre las experiencias de diseñadoras emprendedoras de indumentaria ligadas a la alianza diseño-artesanía en Argentina

Valeria Cynthia Diaz^(*)

Resumen: Este artículo tiene como objetivo problematizar las concepciones occidetalo-céntricas del diseño que habitan en las experiencias que construyen *diseñadoras emprendedoras* (Miguel, 2013) de indumentaria en Argentina caracterizadas por una búsqueda personal y profesional asociada a la intención de “conectar” con comunidades indígenas que se encuentran en sintonía con los “ritmos de la naturaleza” y son portadoras de una genuina “sabiduría ancestral”. En esta dirección, se propone particularizar el análisis de las trayectorias iniciáticas de diseñadoras de indumentaria argentinas ligadas al diseño “de autor” definidas por la alianza diseño-artesanía. El diseño de autor se comienza a consolidar como un segmento productivo en la escena local a partir de la crisis de 2001 en tanto sector definido por la generación de emprendimientos a baja escala, construido al margen de las tendencias de la industria masiva de la moda.

En un contexto global caracterizado por el impulso de los valores de la sostenibilidad, el avance del diseño de indumentaria de autor ligado a la alianza diseño-artesanía hace posible complejizar el saber proyectual como *praxis* situada y relacional capaz de configurar nuevos imaginarios y dinámicas productivas, no exenta de conflictos y negociaciones.}

A partir de un abordaje metodológico de corte cualitativo, se llevará adelante un estudio sobre este universo emprendedor ligado a la alianza diseño-artesanía, recuperando particularmente las vivencias de las *diseñadoras emprendedoras* desde los aportes teóricos que promueven una aproximación pluriversal e interseccional del diseño y la sostenibilidad (Hancock, 2007, Zambrini, 2015; Viveros Vigoya, 2016; Escobar, 2014, 2017; Campos y Escobar, 2023).

Palabras clave: diseñadoras emprendedoras - diseño de indumentaria - producción artesanal indígena - pueblos indígenas - alianza diseño-artesanía

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 37-38]

^(*) Doctora en Ciencias Sociales por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (FSOC, UBA). Becaria Postdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CONICET). Magister en Administración de Organizaciones del Sector Creativo y Cultural, con énfasis en Patrimonio y Artes Visuales por la Facultad de Ciencias Económicas (FCE, UBA). Licenciada y profesora en Artes por

la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL, UBA). Profesora de Posgrado en el Curso de Especialización en Museos, Transmisión Cultural y Gestión de Colecciones Antropológicas e Históricas (FFyL, UBA).

Introducción

El surgimiento del diseño de indumentaria en Argentina denominado de autor por la prensa y la crítica especializada local se ha consolidado gradualmente como un segmento productivo caracterizado por la generación de emprendimientos a baja escala, contruidos al margen de las tendencias de la industria masiva de la moda. En este sentido, como parte del proceso de profesionalización y desarrollo del diseño de indumentaria se destaca por un lado, la creación de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil (DIyT) en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU, UBA) a fines de los años ochenta donde la UBA asumió el rol de formadora y el diseñador el de operador cultural a través del saber proyectual (Joly, 2021) y por el otro, la crisis del año 2001 que empujó a los jóvenes recién graduados de esta carrera provenientes de las capas medias del área metropolitana a avanzar en la generación de iniciativas productivas autogestionadas, en tanto definición de una alternativa laboral en un escenario adverso para la industria textil y de la confección nacional (Miguel, 2013). Así, estas iniciativas se fueron consolidando como un sector productivo a nivel federal, liderado por diseñadoras profesionales motivadas por la necesidad de tener “libertad para crear” y generar sus propios ingresos (Marré, 2017).¹

En sintonía con un contexto global donde las exigencias en torno a la sostenibilidad fue tomando cada vez mayor visibilidad y difusión², se fueron definiendo propuestas de diseño de indumentaria en Argentina caracterizadas por su puesta en valor de la materia prima local y técnicas artesanales tradicionales. En este marco, resulta clave recuperar los aportes del antropólogo Arturo Escobar, quién expresa que una versión fuerte de la sostenibilidad “... tendrá que ser descolonizadora en lo epistémico, liberadora en lo económico y lo social y despatriarcalizante ...” (Escobar, 2014: 65). Asimismo, es posible retomar los aportes teoría feminista de la interseccionalidad en tanto oportunidad para continuar reflexionando sobre el carácter imbricado de las relaciones de poder en clave de género, clase y étnia en la tríada diseño-artesanía-sostenibilidad desde nuestros territorios. Como lo expresa la académica Mara Viveros Vigoya es imprescindible “...mantener la reflexividad autocrítica que los estudios de interseccionalidad estimulan para evitar el riesgo de convertir esta perspectiva en la repetición despolitizada de un mantra multiculturalista” (Viveros Vigoya, 2016: 3). Por ende, la interseccionalidad implica indagar las experiencias concretas donde las relaciones entre categorías género, clase y etnia son variables y continúan siendo una pregunta siempre abierta (Hancock, 2007).

En el panorama actual de la crisis de la cosmovisión occidental, heteropatriarcal, capitalista, racista y colonial, las transiciones civilizatorias en latinoamérica están siendo sostenidas por una diversidad de movimientos activistas indígenas, afrodescendientes, ambientalistas, feministas, y campesinos, entre otros. Estos movimientos nos invitan a formar parte

“... del resurgimiento de las cosmovisiones u ontologías relacionales que reposicionan la interdependencia radical de todo lo existente como el verdadero fundamento de la vida.” (Campos y Escobar, 2023: 356). Así, la recuperación de las *cosmovisiones relacionales* tensionan los dualismo de la modernidad, sus categorías, y se sostienen luchas comunitarias por la *reexistencia pluriversal* como motor de la transición ecosocial radical (Escobar, 2017; Campos y Escobar 2023).

En este contexto es posible distinguir una comunidad de *diseñadoras emprendedoras* (Miguel 2013)³ quienes con distintas trayectorias y permanencia dentro del mercado local, han desarrollado una *praxis* profesional definida por la incorporación en sus propuestas de producción artesanal indígena. Las diseñadoras de estos emprendimientos se presentan como gestoras intuitivas de sus iniciativas de diseño de indumentaria, permitiendo vincular el emprendedurismo no sólo como una oportunidad de crecimiento económico sino también holístico (Díaz, 2018a, 2018b). Entonces, la relación diseñadora emprendedora-artesana indígena se construye como experiencia iniciática que propicia la “conexión” con aquellas comunidades que se nutren de los ritmos de la naturaleza y son fuente “genuina” de una sabiduría ancestral. Así, esta “conexión” les permite insuflar a sus emprendimientos de los valores de la sostenibilidad, la sanación y la resiliencia que implica una valoración no sólo de lo cultural/patrimonial de las artesanías sino también de lo energético asociado a las búsquedas personales de las diseñadoras.

El siguiente artículo tiene como objetivo analizar las particularidades que asume el diseño en clave relacional y situada en las experiencias productivas lideradas por *diseñadoras emprendedoras* dentro de la industria de la moda argentina ligadas al binomio diseño-artesanía. A través de la selección de un corpus de iniciativas productivas locales⁴ se propone un recorrido con tres momentos: un primer momento dónde se llevará a cabo un análisis sobre las motivaciones profesionales sostenidas por las diseñadoras en torno a la necesidad de incorporar producción artesanal de comunidades indígenas en sus emprendimientos; un segundo momento dónde se reflexionará sobre las motivaciones holísticas que impulsan la creación de estas propuestas de diseño a partir de la “conexión” con la comunidad de artesanas, y finalmente, un tercer momento dónde se problematizará las estrategias de diseño que sustenta la puesta en valor económica y simbólica de la producción artesanal ligada a la alianza diseño-artesanía.

Observar para mostrar: primero lo nuestro

¿Cuáles fueron las motivaciones que las acercaron a trabajar con comunidades de artesanas indígenas? Impulso, pulso, corazón. Las respuestas de las diseñadoras emprendedoras se ubican en el plano de lo emocional y el sentimiento. El encuentro con las artesanas y su entorno se construye como parte de una búsqueda profesional que se despliega en un universo intuitivo y afectivo, desde la cual plasmar una mirada positiva sobre la intervención del diseño hacia “nuestra cultura”. Las diseñadoras se presentan como generadoras de acciones que involucran el reconocimiento de “lo argentino”, de “lo propio”, a fin de darlo conocer a la sociedad y contribuir a una doble misión: su puesta en valor y

su visibilización. De esta manera, “lo nuestro” se plantea como una cultura ancestral, llena de riquezas pero a su vez desconocida y oculta, ubicada en escenarios geográficos alejados geográfica y simbólicamente de los grandes centros urbanos del país. En este sentido, las diseñadoras sostienen la necesidad de difundir la producción artesanal local como una forma de rescatar nuestras raíces y promover la creación vital de un puente entre lo rural y lo urbano.

Fue medio como un impulso sin pensarlo demasiado, si por esta cosa que te nace del corazón e impulsivamente le das rienda suelta y vas hasta terminarlo. A mí me genera una emoción especial hacerlo con grupos de artesanas, de productores del país que capaz no tienen el contacto que nosotros tenemos con el cliente al cual nosotros le vendemos. A mí me hace vibrar y yo noto que desde que empezamos a trabajar de esta manera la gente que se acerca a cada tema que traemos a colación lo siente muy de cerca. (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, Buenos Aires, Julio de 2015)

(...) vi entonces una oportunidad con el chaguar sin tener ninguna certeza de nada. Así como jugar y probar pero sobre todo con esta idea de poder hacer un desarrollo propio conectada un poco con ese sentimiento de visibilización de nuestro patrimonio (...) O sea hay un lucro, es un producto que pretende ponerse en un mercado, salir a la venta pero aparte de eso hay un contenido, hay una intención de mostrar una realidad cultural, un encuentro cultural, es una fusión de algo que pasa en la ciudad y de algo que pasa en el monte. (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, mayo de 2015)

No obstante, es posible distinguir en el discurso de las diseñadoras emprendedoras un vaivén entre “nuestra cultura” como argentinos y una “cultura otra” ancestral que hay que darla a conocer y hacerla propia. Es en este esfuerzo profesional que estas propuestas aparecen en el sector del diseño de indumentaria de autor como una oportunidad para difundir nuestro patrimonio e incentivar el interés por parte de la sociedad. Ahora bien, ¿Cómo construyen “lo nuestro” estas diseñadoras en relación a sus iniciativas productivas ligadas a la alianza diseño-artesanía? Si por momentos presentan la producción artesanal como una posibilidad para impulsar una iniciativa de diseño con identidad local que les permite recuperar “nuestro patrimonio”, en otros, reponen en sus relatos la sensación de estar en contacto con una comunidad indígena inexplorada, cuya presencia las moviliza y les “dan ganas de conocer”. De esta manera, ellas se construyen como portadoras de una cultura urbana receptiva, sensible y curiosa, desde la cual expandir la percepción y la valoración de estas comunidades ancestrales y sus creaciones.

Yo lo que pude conocer es una cosmovisión diferente. Hay otra forma de ver el mundo. Eso fue lo más fascinante. (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, mayo de 2015)

El encuentro fue primero con el lugar y después con la presencia de las hilanderas, me llamaba poderosamente la atención la actitud de ellas. Me daban ganas de acercarme pero a la vez veía la distancia cultural, donde yo no era para ellas una persona interesante, para nada. Eso también me llamaba la atención, de que ellas estaban ahí hilando, en su mundo, en su presente, y podía estar caminando por ahí y nadie me miraba ... A pesar de ser argentina para ellos era una gringa. (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, Junio de 2015)

Aporta por un lado que es artesanal, es 100% artesanal, lo del hilado es bien argentino, es parte de la cultura nuestra, de nuestra identidad.” (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, diciembre 2016).

En sintonía con los planteos de la UNESCO, las diseñadoras se presentan como intermediarias válidas entre lo rural y lo urbano gracias a la implementación de la lógica intervencionista del diseño⁵, impulsando una revalorización e innovación de la producción artesanal local y la utilización de fibras y tintes naturales como activos estratégicos en el desarrollo de sus iniciativas. De esta manera, la construcción de *las marcas de alteridad* (Briones, 2005) en el contexto de las industrias creativas se definen a partir de una asimilación positiva y armónica de sus creaciones y técnicas indígenas, asociándolas a los valores de lo hecho a mano, lo ancestral y lo genuino. Además, se presenta al “otro” artesana como un sujeto vulnerable que necesita de la reivindicación y preservación externa de su producción y saberes. Por ende, entendiendo el carácter histórico y selectivo de estas marcas, la comunidad de artesanas se presenta a través de una doble acción: la puesta en valor y la “tutela” de su patrimonio cultural. Así, esta doble acción actualiza el interrogante que en los ochenta Néstor García Canclini formuló en relación con las culturas populares latinoamericanas en el capitalismo, definiéndolas como resultado de una apropiación desigual del capital cultural, una elaboración propia de sus condiciones de vida y una interacción conflictiva con los sectores hegemónicos:

¿Cómo entender nuestra historia actual si pensamos cuestiones claves como la incorporación al capitalismo de formas tradicionales de producción campesina (indígena) bajo la pregunta exclusivamente económica de si se trata de una articulación o una subsunción, si no incluimos como parte del conflicto la lucha por la hegemonía simbólica o la relegamos despectivamente a las polémicas culturalistas entre el indigenismo y sus adversarios? (García Canclini, 1982: 57-58)

Situadas en la lucha actual por la hegemonía simbólica, las diseñadoras emprendedoras sostienen un relato celebratorio sobre la intervención del diseño, obturando los procesos de selección y jerarquización de saberes que ellas impulsan dentro de las comunidades indígenas. En este sentido, las diseñadoras construyen una visión idealizada y estereotipada de los artesanas a partir de la definición de un relato que refuerza la idea de “descubrimiento” y “conexión” con el paisaje y la “energía” de las comunidades (“ellos son”, “ellos son genuinos”), como así también de un abordaje positivo del accionar del diseño en tanto garantía de la sostenibilidad de la producción artesanal local a partir de abordajes empáticos.

Intuir para descubrir: crónica de un encuentro anunciado

Partiendo de una visión holística de sus proyectos e iniciativas de diseño de indumentaria, las diseñadoras emprendedoras reconstruyen una trayectoria profesional ligada de manera profunda a su intuición y a la necesidad de “conectar” con comunidades ligadas a los ritmos de la naturaleza. El vínculo con las artesanas lo presentan como un encuentro “ya anunciado” en el impulso que asume su propia historia y búsqueda personal, que en algunos casos se describe como una crisis existencial. Así, las diseñadoras expresan que la vida les mostraba “una señal” para expandirse y ser “genuinas” con su deseo de compromiso social y vocación creativa. De este modo, caracterizan este encuentro como una oportunidad para redescubrir su “verdadera esencia” y las memorias familiares relacionadas a oficios de costura y artesanía, y desde allí integrar sus diversos intereses bajo una única iniciativa productiva. Como lo plantea una de las diseñadoras entrevistadas en su showroom ubicado en el barrio de Chacarita de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires:

Empiezo a tener la necesidad de conectarme con una cultura que esté más integrada a la naturaleza. En ese momento creía yo que me iba ir a India, pero al final por el nacimiento de mi hijo no me podía ir y entonces me encuentro con un amigo que me dice “por qué no te vas al Norte que no sabes la energía que hay ahí”. En ese viaje me digo “más que India ni que India” si yo tengo acá algo que está requetecontra vivo, investido con los ritmos naturales. Entonces ahí empiezo a viajar al norte y se me viene toda la imagen de que a esto le vamos a dar valor, esto va a ser algo. Empecé a sentirlo que había que ir por este lado. (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, Junio de 2015)

Así, las diseñadoras ligadas a la alianza diseño-artesanía construyen un relato donde ellas operan como “descubridoras” de las artesanas, reconociendo en estas comunidades saberes ancestrales que les permiten dar un nuevo sentido a su vida personal y profesional (“este proyecto me llena”, “me vibra”, “me toca el corazón”). Además, este “descubrimiento” se recrea como un periplo con distintas etapas y desafíos a superar (ya sea por las distancias geográficas, la falta de conectividad, las diferencias culturales, etc.), desde el cual es posible identificar una dimensión moral individual de estas emprendedoras. Es decir, este periplo expresa el valor del sacrificio y el altruismo como parte intrínseca de la gestación de este tipo de experiencias. Por ende, se lleva a cabo una puesta en valor del “otro” artesano y de su producción artesanal a través de la idea de “tesoro escondido” que necesita ser develado mediante la construcción paulatina de un vínculo empático y afectivo con las comunidades. En consecuencia, la consolidación de la comunicación y la convivencia con miembros de la comunidad de artesanas aparece como un hito clave dentro de sus trayectorias.

Este descubrimiento es gestado por las diseñadoras emprendedoras en tanto poder agenciado y acumulado por mujeres profesionales, urbanas, blancas, y provenientes de las capas medias. El capital simbólico acumulado dentro del sector del diseño de indumentaria de autor posibilita definir un espacio para la valoración de la producción artesanal de las comunidades indígenas al interior de la industria creativa de la moda y el diseño local, configurando un imaginario positivo sobre la alianza diseño-artesanía. Así, este imagi-

nario gira alrededor de la importancia del rescate de los saberes tradiciones y las materias primas locales, posicionando a las artesanas como “portadoras auténticas” de nuestra identidad. Por ende, las diseñadoras ejercen un poder de legitimación sobre las artesanas y sus producciones, impulsando aproximaciones esencialistas sobre las mujeres indígenas y sus prácticas y concepciones armónicas acerca de la intervención del diseño en los territorios artesanales. En este sentido, se generan relatos que dejan de lado ejes estructurantes para el mundo artesanal como son: la salvaguarda patrimonial de sus técnicas y saberes utilizados, la propiedad intelectual de sus aportes creativos, la autodeterminación de las comunidades sobre sus producciones, entre otros aspectos. Esta cristalización forma parte de una inmensa empresa de alquimia social en la que colaboran diversos agentes comprometidos con el impulso del diseño de indumentaria de “autor”.

Sin embargo, actores e instituciones vinculadas a las artesanías ponen en conflicto estos imaginarios, visibilizando las disputas de poder que subyacen en los procesos de incorporación de la producción artesanal en este sector. Las ONG dedicadas al trabajo territorial con comunidades indígenas⁶ construyen desde sus relatos una visión problematizadora sobre la interacción entre diseñadoras y artesanas a través de la *lógica de pedido* (Díaz, 2023). Esta lógica plantea una serie de dificultades que repercuten en la organización de las comunidades de artesanas y la sostenibilidad de su actividad productiva. Entre las dificultades se destacan: 1) el nivel de exactitud que se les exige en cuanto forma, color y tamaño, 2) la disconformidad de las diseñadoras ante los resultados presentados por las artesanas y el rechazo del pedido, y finalmente, 3) la ausencia en la distinción de los aportes creativos entre diseñadoras y artesanas.

La cuestión es que las diseñadoras tienen un nivel de exigencia y hacen pedidos muy puntuales, con un nivel de detalle, de calidad, de medida, de combinación de colores que son prácticamente imposibles de cumplir para cualquier grupo de artesanas en la región en estas condiciones. Es como si vos fueses una empresa y te encuentres permanentemente innovando y haciendo productos nuevos. Es insostenible (...) Para nosotros lo central es una cuestión ética. Nosotros creemos que no es justo que el diseñador se saque todo el provecho por aplicar un tejido cuando la belleza creadora y el diseño del tejido lo hizo la artesana” (miembro de ONG, entrevista de la autora, julio de 2015)

Los pedidos especiales se manejan con las comunidades más avanzadas, se piden réplicas en foto. Es complicado. Además pedimos un compromiso porque si no nos terminamos clavando con pedidos porque “No era el color que yo te pedí”. Aceptamos, pero a veces las mujeres han dicho que no (...) pero es difícil, a veces pasa que somos meros proveedores netamente. Pero bueno tampoco nos podemos poner tan exigentes porque las comunidades necesitan comer. (miembro de ONG, entrevista de la autora, agosto de 2015)

A través de estos testimonios es posible complejizar el análisis en torno a los consensos alcanzados entre diseñadoras y artesanas, en la medida que expresan asimetrías entre los actores involucrados a la hora de negociar y decidir. El grado de vulnerabilidad social y

económica de las artesanas se presenta como una dimensión fundamental para comprender el rol clave que cumplen los pedidos y la articulación con las diseñadoras emprendedoras para alcanzar la compra de la canasta básica de alimentos. Así, las instancias de negociación y/o reclamo desde las comunidades indígenas podrían significar para ellas una disminución de las oportunidades de venta, y por ende, un obstáculo para el desarrollo de la producción artesanal no industrializada. Además, las ONG y fundaciones ligadas al sector artesanal proponen nuevos interrogantes en relación al estatus de las artesanas y sus aportes creativos. De esta manera, no sólo se tensiona el lugar que ocupa la comunidad de artesanas dentro de las iniciativas de diseño de indumentaria, sino también los modos de reconocerlas y nombrarlas en calidad de artesanas-diseñadoras nativas.

Acá lo que hay son mujeres diseñando. A nosotros se nos juntan mujeres artesanas y diseñadoras, ellas tienen el diseño muy intrínseco. Nuestro desafío está en pedirles que desarrollen ese diseño que ellas tienen, y que para ellas no son cosas de diseño o creatividad sino que las hacen para vivir, para sobrevivir. Pero en la medida que le vamos pidiendo cosas se vuelven más creativas (...) Te soy sincera yo no estoy de acuerdo con que el diseño es algo que se aprende, que viene de afuera hacia dentro, muchas veces el diseño está más adentro que afuera. (miembro de ONG, entrevista de la autora, agosto de 2015)

Las primeras diseñadoras son las artesanas, en realidad lo que habría que hacer es romper la dicotomía entre artesana y diseñador. Es sólo una cuestión de poder, donde el diseñador ve a la artesana como una proveedora, apropiándose de su producción. Para nosotros es al revés, el diseñador es quien da asistencia técnica a la artesana para resolver cuestiones de diseño y las que se tienen que valorar como diseñadoras son las artesanas. (miembro de ONG, entrevista de la autora, julio de 2015)

Todos estos testimonios permiten poner en diálogo y en tensión las distintas visiones que se ponen en juego en las concepciones de diseño que construyen en la alianza diseño-artesanía dentro del sector del diseño de indumentaria. De este modo, es clave continuar profundizando en las tensiones, consensos y negociaciones que habilita esta alianza en tanto trama vital de la *praxis* del diseño.

Empatizar para valorar: el vínculo entre diseñadoras emprendedoras y artesanas indígenas

Construir lazos parece ser la clave para aquellas diseñadoras profesionales que trabajan de manera directa con las artesanas. Así, exponen la necesidad de construir una relación empática con la comunidad de artesanas en tanto elemento fundamental para lograr la sostenibilidad de sus iniciativas. En este sentido, proponen una alianza que excede lo meramente productivo e incorpora la dimensión emocional y afectiva. La “conexión” con el lugar y su comunidad se traduce en una oportunidad productiva en la medida que se

establece un vínculo personal y de “amistad” con las artesanas, posibilitando la generación de un compromiso a largo plazo y la oportunidad de “contar una historia” a través de los productos. La consolidación de este tipo de interacción se expresa a través del desarrollo paulatino de una subjetividad compartida entre diseñadora-artesana. La relación entre ambas se dimensiona como un valor clave que define la dinámica productiva en estos emprendimientos. Como lo expresa una de las diseñadoras entrevistadas:

Hay un vínculo de amistad que además integra el aspecto productivo. Pero primero te vinculas, te importa cómo está el otro, donde consideramos todo el aspecto personal y eso te lleva a un grado de compromiso e involucrarte con el otro que me parece que es lo más importante de todo. Porque es en esa interacción hay un crecimiento conjunto. (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, Julio de 2015)

Las diseñadoras emprendedoras expresan la necesidad de construir dinámicas productivas en sintonía con la idiosincrasia de las comunidades, entendiendo que cada una de ellas presenta particularidades que son fundamentales a la hora de generar acuerdos a largo plazo. Partiendo de este contexto, las diseñadoras señalan que la modalidad y los tiempos de entrega se establecen según el ritmo y las posibilidades productivas de las artesanas. La entrega se realiza mensualmente o de manera permanente a través de rollos de telas que son enviados por encomienda a las emprendedoras y en el caso que se necesite un pedido específico se coordinan tiempos especiales.

Entonces, van haciendo y me van mandando todo el tiempo. Todos los grupos de artesanas van haciendo, juntan y me mandan. Ellas se van manejando en función con la que más disponibilidad tiene. La idea es que ellas hagan. El problema es que las artesanas esperan a necesitar dinero. Entonces cuando se quedan sin plata activan los contactos de los diseñadores para coordinar pedidos. Además durante el verano hace mucho calor en Santiago del Estero y las artesanas que pueden, no trabajan en el telar. Está el tema del clima y de la siesta también. Otros tiempos. (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, diciembre de 2016)

Los parámetros de calidad son abordados de manera flexible por parte de las diseñadoras, aceptando todo lo que llega desde las comunidades. En esta dirección, señalan que tanto la coordinación de visitas periódicas a la comunidad como el contacto vía comunicación telefónica forman parte de la modalidad de trabajo con las artesanas, posibilitando la creación de momentos de intercambio orientados a la mejora constante de la producción artesanal. La construcción de un lazo directo con la comunidad de artesanas posibilita la generación de una subjetividad compartida y en permanente transformación basada en la empatía.

En relación a los diseños es posible reconocer dos líneas de acción entre las emprendedoras: aquellas que intervienen en el diseño y aquellas que no lo hacen. Ambas modalidades de trabajo son dinámicas, pudiendo devenir una en otra. Por lo tanto, existen diseñadoras que

se organizan a través de pedidos específicos hacia las comunidades y otras que incorporan los diseños de las artesanas sin previa intervención. En relación a esta última dinámica, se construye un discurso en torno al concepto de exclusividad en la medida que los productos incorporan tejidos únicos elaborados “libremente” por las comunidades de artesanas.

Dejo hacer libremente porque salen mucho más lindo las telas que si les digo exactamente los colores que quiero (...) Entonces yo podría obviamente diseñar la tela y que sólo hagan una tela para mí. Pero me di cuenta por la experiencia, con los años que estoy trabajando con esto, que a la gente le gusta que el producto sea único. Como las telas van cambiando todo el tiempo, las combinaciones son distintas y casi todas las carteras son distintas, son únicas. (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora diciembre de 2016)

El acuerdo de precios es abordado acorde a los lineamientos del comercio justo. Las diseñadoras expresan desde sus relatos la necesidad de superar la lógica del regateo y la colocación de precio “a ojo” asociado al sector artesanal. El contacto directo con la comunidad les permite configurar un precio que reconoce no sólo los procesos involucrados en la producción del tejido sino también de los lazos empáticos y afectivos construidos con la comunidad de artesanas. Por ende, la relación diseñadora-artesana se muestra como enclave simbólico que da forma a las decisiones tomadas en relación a la dinámica productiva.

En cuanto a la propiedad intelectual de los aportes creativos generados por las comunidades de artesanas, este eje constituye una dimensión aún no problematizada por las diseñadoras emprendedoras, quienes se presentan como legítimas portavoces de la experiencia. Las diseñadoras asumen un rol protagónico a la hora de “contar la historia” de la marca y construir un discurso sintético/selectivo sobre la identidad de los distintos actores que forman parte de la cadena de valor. Así, a través de notas en diarios locales e investigaciones dirigidas por instituciones estatales es posible acceder a los relatos construidos sobre estas trayectorias profesionales.

En sus viajes a la localidad de San Isidro en Salta la diseñadora comenzó a involucrarse con un grupo de tejedores y pudo fusionar técnicas y saberes para hacer su colección de abrigos. “Reformulé un recurso que no estaba siendo utilizado ni valorado para dar continuidad a una técnica ancestral”. (Vitale, *La Nación*, 2015)

La diseñadora le pone el cuerpo al emprendimiento y suele recorrer los más de mil kilómetros que separan a Buenos Aires de Santiago del Estero con “felicidad”. Allí, las teleras realizan los procesos de esquilado, hilado, lavado y teñido de la fibra de lana. “Cada cartera y accesorio está constituido por tejidos únicos e irrepetibles ya que son realizados artesanalmente en telar rústico y combinados con materiales nobles como el cuero y la gamuza”, describe Mercedes. (Ministerio de Industria de la Nación, 2014)

A mis ideas y deseos, se sumaron las experiencias de vida de mi familia, las enseñanzas de mi mamá y mi abuela. Viviendo en zonas alejadas me sentí identificada en muchos aspectos con las comunidades campesinas y su esencia bien latinoamericana. Todo eso me llevó a buscar el equilibrio entre mis ambiciones personales y profesionales, y así compartir más con mis hijos, transmitirles mi experiencia e ir creciendo en un ambiente de confianza, tejiendo redes con la gente, destacó Patricia. (Emprender XXI, 2013)

Finalmente, si bien a nivel internacional el tema de la propiedad intelectual ha tomado relevancia a partir de las denuncias llevadas a cabo por comunidades de artesanas por casos de plagios de sus motivos y técnicas⁷, esta dimensión carece de difusión y discusión a nivel nacional e internacional. La singularización y el reconocimiento de los aportes estéticos y simbólicos que generan las comunidades de artesanas forma parte de los espacios a complejizar y problematizar en este tipo de emprendimientos.

Conclusión

A través de este artículo fue posible llevar adelante un análisis sobre las particularidades que asume el diseño en emprendimientos productivos de indumentaria en Argentina ligados a la alianza diseño-artesanía y al papel clave de diseñadoras emprendedoras locales. En este sentido, estas diseñadoras promovieron diversas acciones dirigidas al reconocimiento de la producción artesanal indígena como expresión de “lo argentino”, de “lo propio”, sosteniendo una doble misión: su puesta en valor y su visibilización en la sociedad. En este sentido, se construyeron como intermediarias válidas entre lo rural y lo urbano gracias a la intervención del diseño como *praxis* positiva dentro de los territorios artesanales. Así, la definición de *lo propio* dentro de las industrias creativas del diseño se conforma a partir de una asimilación idealizada de las creaciones y técnicas artesanales, asociándolas a los valores de lo hecho a mano, lo ancestral y lo genuino. Sin embargo, se presenta al “otro” artesano/a como un sujeto vulnerable que necesita de la legitimación y preservación externa de su producción y saberes, configurándose a través de: la puesta en valor de su artesanía y la necesidad de la “tutela” de su patrimonio cultural. De este modo, las diseñadoras emprendedoras asociadas a la alianza diseño-artesanía sostuvieron una aproximación desproblematicadora de la intervención del diseño, capaz de promover los valores de la sostenibilidad y la identidad local.

Estas diseñadoras destacan el afán de “conectar” con comunidades que se encuentran integradas a los ritmos de la naturaleza y son portadoras de una sabiduría ancestral y genuina como una oportunidad para reencontrarse con su “verdadera esencia” e incluso con memorias familiares vinculadas al saber hacer manual. La concepción holística del diseño desde estas diseñadoras emprendedoras se reconstruye como una experiencia anclada en la puesta en valor no sólo de la materia prima local y la técnica artesanal sino también de la generación de lazos empáticos y afectivos entre diseñadora-artesana que las “une de corazón” con su propósito.

En este contexto construyen un relato donde ellas operan como “descubridoras” de las artesanas, reconociendo en esta comunidad saberes ancestrales que les permiten dar un nuevo sentido a su vida personal y profesional. Por ende, ellas ejercen un poder de legitimación sobre las artesanas y sus producciones, cristalizando imaginarios armoniosos sobre la producción artesanal indígena y sus hacedoras. Crear lazos parece ser la clave para aquellas diseñadoras que trabajan de manera directa con las artesanas, expresando la necesidad de desarrollar una relación empática con la comunidad de artesanas en tanto elemento fundamental para lograr la viabilidad de sus emprendimientos.

De esta manera, la “conexión” con el lugar y su comunidad se traduce en una oportunidad productiva en la medida que se establece una relación de “amistad” casi familiar con las artesanas, posibilitando la generación de un compromiso a largo plazo y la oportunidad de “contar una historia” a través de los productos. En este marco, se recuperaron los relatos de miembros de ONG vinculados al sector artesanal a fin de problematizar estos imaginarios y supuestos sostenidos en torno a la relación entre el sector del diseño de indumentaria local y la producción artesanal indígena.

Como inflexión de cierre resulta fundamental dar cuenta de la urgencia de continuar abriendo nuevas oportunidades de análisis y discusión polifónicas sobre la alianza diseño-artesanía en emprendimientos de diseño de indumentaria local y regional. En este sentido, se alienta a continuar construyendo abordajes que recuperen las complejidades presentes en este tipo de experiencias productivas en el entramado asimétrico de las industrias creativas contemporáneas. De este modo, es vital (re)habitar los saberes proyectuales desde el Sur Global en tanto práctica situada capaz de entamar comunidades afecto-productivas desde los valores de la reciprocidad y la co-creación.

Notas

1. Considerando el último diagnóstico realizado en base de la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor 2016 editada de manera conjunta entre el Observatorio de Tendencias del INTI Textiles y la Fundación Pro Tejer, este sector cuenta con 287 iniciativas censadas a lo largo del país y un 80% de mujeres asumiendo la responsabilidad de toda la trazabilidad de las prendas (MARRÉ, 2017).
2. Se destaca especialmente el impulso de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible promovida por la ONU desde el año 2015. Además, dentro del campo de la moda sobre sale la acción del movimiento activista global impulsada por el *Fashion Revolution Day*, iniciativa creada en 2013 en respuesta al desastre de Rana Plaza en Bangladesh por Carry Somers y Orsola De Castro.
3. Véase también: Vargas, 2013; Correa, 2011; Beltrán y Miguel, 2011.
4. Los datos aquí presentados forman parte del material generado en el marco de mi tesis Maestría en la Facultad de Ciencias Económicas y durante mi investigación de Doctorado en la Facultad de Ciencias Sociales, ambas realizadas en la Universidad de Buenos Aires con el apoyo de la beca otorgada por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), entre los años 2013-2019.

5. La UNESCO (2005a, 2009) describe el ejercicio profesional del diseñador como una intervención en el sector de la artesanía, promoviendo la construcción de una relación entre diseñador-artesano en calidad de “socios creativos” que comparten la responsabilidad de trabajar juntos hacia un resultado específico. Por otra parte, se señala que una intervención fructífera del diseño debe proponerse reconstruir los mercados locales ya que estos son más seguros y menos volátiles, a la vez que se encuentran en sintonía con el contexto cultural en que se producen estos bienes.

6. En el transcurso de la investigación fue posible distinguir entre las diseñadoras que se vinculan de manera directa con la comunidad de artesanas, de aquellas que acceden a la producción artesanal de manera indirecta a través de la intermediación de las ONG y fundaciones (Díaz, 2018a, 2018b).

7. Se destacan entre los casos con repercusión internacional: el de la diseñadora francesa Isabel Marant quién plagió los patrones gráficos de una blusa tradicional de la comunidad indígena de Santa María Tlahuitoltepec (Oaxaca, México) para la definición de su colección primavera-verano 2015 y el de la marca española Intropia que se apropió de los diseños presentes en el huipil de uso diario de la comunidad de San Juan Bautista Tlacoatzintepec (Oaxaca, México) para la configuración de su colección primavera-verano 2017

Bibliografía

- Beltrán, Gastón y Miguel, Paula (2011). “Emprendedores creativos. Reacomodamientos en trayectorias de la clase media por la vía de la inversión simbólica”, en Rubinich L. y Miguel P. (editores), *Creatividad, economía y cultura en la Ciudad de Buenos Aires 2001-2010*, Buenos Aires, Aurelia Rivera. Pp. 225-250.
- Briones, Claudia (2005). “Formaciones de alteridad: contextos globales, procesos nacionales”. En: Briones (ed.) *Cartografías Argentinas, políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad*, Buenos Aires, Antropofagia. Pp. 11-43.
- Campos, María y Escobar, Arturo (2023). “Diseñando transiciones regionales sistémicas. Una experiencia de investigación-acción en Colombia”. En: *Más allá del colonialismo verde: justicia global y geopolítica de las transiciones ecosociales*; editado por Miriam Lang; Breno Bringel; Mary Ann Manahan, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. CLACSO. Pp. 351- 366.
- Correa, María Eugenia (2011). “Diseño Independiente siglo XX: entre la creatividad y la autogestión”. En: Wortman, A. (coord.), *Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*, Buenos Aires, prometeo. Pp. 175-199.
- Díaz, Valeria Cynthia (2018a). *Un estudio comparativo de los modelos de negocio de emprendimientos de diseño argentino desde el paradigma de la RSE*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas. Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social (CENARSECS).
- _____ (2018b). ¿Una moda responsable? Emprendimientos de diseño de indumentaria con producción artesanal de pueblos originarios y rurales desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial, *Ciencias Económicas*, 15 (01): 9-25.
- _____ (2023) “Estrategias productivas desde el Sur Global. Reflexiones sobre los

- procesos de valuación de la producción artesanal indígena en su interacción”, *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (196): 75-91.
- Escobar, Arturo (2014). *Sentipensar con la tierra. Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia*. Medellín: Universidad Autónoma Latinoamericana (UNAULA).
- _____ (2017). *Autonomía y diseño: la realización de lo comunal*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- García Canclini, Néstor (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*, México, Nueva Imagen.
- Guerschman, Bárbara y Vargas, Patricia (2007). “Quilombo y apuesta. Apuntes etnográficos sobre la crisis argentina de 2001 a través de la mirada del mundo del diseño”, *Avá*, (11): 39-62.
- Hancock, Ange Marie (2007). “Intersectionality as a normative and empirical paradigm”, *Politics and Gender*, 3(2): 248-254.
- Joly, Verónica (2021). “Diseño de indumentaria: la profesionalización de la moda en el campo proyectual”. En: Devalle (coord.), *Pensar el diseño*, Buenos Aires: infinito. Pp. 155-176.
- Miguel, Paula (2013). *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires, Eudeba.
- Vargas, Patricia (2013). *Diseñadores y emprendedores. Una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires*, La Plata, Al Margen ed.
- Viveros Vegoya, Mara (2016). “La interseccionalidad: una aproximación situada a la dominación”, *Debate feminista*, (52): 1-17.
- Zambrini, Laura (2015). “Diálogos entre el feminismo postestructuralista y la teoría de la interseccionalidad de los géneros”. *Revista Punto Género*, (4), Pág. 43-54.

Informes, diagnósticos y publicaciones

- Ministerio de Industria de la Nación (2014). “Protagonistas de la industria nacional”.
- Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)
- Marré, Sofía (2017). *Diseño de indumentaria de autor en Argentina : diagnóstico productivo e impacto económico basado en la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor 2016*; contribuciones de Karen Zander; Gisela Ferricelli; coordinación general de Sofía Marré. - 1a ed. - San Martín: INTI.

Organización para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

- UNESCO (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*
- UNESCO (2005a)- *Dossier Encuentro entre Diseñadores y Artesanos: Guía Práctica*.
- (2005b). *Convención para la Protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*
- UNESCO (2009). *Dossier Artesanía y Diseño N°2 Taller A+D. Encuentro en Santiago de Chile*

Diarios y revistas

- Emprender XXI (2013). “Resignificar la forma de vestir de la mujer”. En: https://issuu.com/estudio_idonea/docs/emprender_octubre13
- Vitale, Silvina (2015). “Diseño Social 100%, suplemento”, “Moda y Belleza”, *La Nación*.

Abstract: This article aims to problematize the Western-centric conceptions of design that inhabit the experiences constructed by entrepreneurial fashion designers in Argentina (Miguel, 2013), characterized by a personal and professional search associated with the intention of “connecting” with Indigenous communities understood to be in tune with the “rhythms of nature” and as bearers of genuine “ancestral wisdom.” In this direction, the article proposes to specify the analysis of the initiatory trajectories of Argentine fashion designers linked to “author design,” defined by the design-craft alliance. Author design began to consolidate as a productive segment in the local scene after the 2001 crisis, as a sector defined by the creation of small-scale ventures developed outside the trends of the mass fashion industry.

In a global context characterized by the promotion of sustainability values, the expansion of author fashion design linked to the design-craft alliance makes it possible to further complexify design knowledge as a situated and relational praxis capable of configuring new imaginaries and productive dynamics, not without conflicts and negotiations.

Based on a qualitative methodological approach, this article will conduct a study of this entrepreneurial universe linked to the design-craft alliance, paying particular attention to the experiences of entrepreneurial designers through theoretical contributions that promote a pluriversal and intersectional approach to design and sustainability (Hancock, 2007; Zambrini, 2015; Viveros Vigoya, 2016; Escobar, 2014, 2017; Campos & Escobar, 2023).

Keywords: entrepreneurial designers - fashion design - Indigenous artisanal production - Indigenous peoples - design-craft alliance

Resumo: Este artigo tem como objetivo problematizar as concepções ocidentocêntricas de design presentes nas experiências construídas por designers empreendedoras de vestuário na Argentina (Miguel, 2013), caracterizadas por uma busca pessoal e profissional associada à intenção de “conectar-se” com comunidades indígenas que estariam em sintonia com os “ritmos da natureza” e seriam portadoras de uma genuína “sabedoria ancestral”. Nessa direção, propõe-se particularizar a análise das trajetórias iniciáticas de designers de vestuário argentinas vinculadas ao “design de autor”, definidas pela aliança design-artesanato. O design de autor começa a se consolidar como um segmento produtivo no cenário local a partir da crise de 2001, enquanto setor definido pela geração de empreendimentos de pequena escala, construído à margem das tendências da indústria massiva da moda.

Em um contexto global caracterizado pelo impulso dos valores da sustentabilidade, o avanço do design de vestuário de autor ligado à aliança design-artesanato possibilita complexificar o saber projetual como práxis situada e relacional, capaz de configurar novos imaginários e dinâmicas produtivas, não isenta de conflitos e negociações.

A partir de uma abordagem metodológica de caráter qualitativo, será realizado um estudo sobre esse universo empreendedor ligado à aliança design-artesanato, recuperando particularmente as vivências das designers empreendedoras a partir de aportes teóricos que promovem uma aproximação pluriversal e interseccional do design e da sustentabilidade (Hancock, 2007; Zambrini, 2015; Viveros Vigoya, 2016; Escobar, 2014, 2017; Campos e Escobar, 2023).

Palavras-chave: designers empreendedoras - design de vestuário - produção artesanal indígena - povos indígenas - aliança design-artesanato

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
