Fecha de recepción: febrero 2026
Fecha de aceptación: abril 2026

diseñadoras emprendedoras y artesana indígenas: redes socio-técnicas, afectos y la producción de "lo nuestro" en el diseño de autor en Argentina.

Valeria Cynthia Diaz[1]

Resumen: Esta investigación analiza las redes que se configuran entre diseñadoras emprendedoras y artesanas indígenas en la industria de la indumentaria en Argentina, en el marco del denominado diseño de autor. A partir de un enfoque cualitativo basado en entrevistas en profundidad realizadas a diseñadoras, integrantes de ONG y actores institucionales, y desde la perspectiva de la Teoría del Actor-Red, se examina cómo estas iniciativas articulan saberes proyectuales, materias primas locales, discursos patrimoniales y producción artesanal indígena en entramados donde se produce valor económico, simbólico y afectivo.
Se argumenta que la noción de conexión, movilizada por las diseñadoras como experiencia ética y emocional, opera como un dispositivo de traducción que reconfigura posiciones, autorías y formas de legitimidad dentro del campo del diseño contemporáneo. Lejos de constituir colaboraciones armónicas, estas redes implican negociaciones y asimetrías en torno al reconocimiento creativo, la propiedad intelectual colectiva y la representación pública de las mujeres artesanas. El trabajo contribuye a problematizar cómo la sostenibilidad, la identidad y el emprendimiento se articulan en la producción de valor en las industrias creativas latinoamericanas.

Palabras claves: Teoría del Actor-Red; diseño; autor; identidad; artesanato; patrimonio; cultura; producción; emprendimiento; creatividad; símbolos.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 122]

[1] Ver CV en pág. 122

Introducción

El diseño de indumentaria denominado de autor se ha consolidado en Argentina como un segmento productivo caracterizado por emprendimientos a pequeña escala que se posicionan como alternativa a la lógica estandarizada de la industria masiva de la moda. Su desarrollo se inscribe en un proceso más amplio de profesionalización del diseño, marcado

por 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 a fines de los años ochenta —donde el diseñador fue concebido como operador cultural a partir del saber proyectual (Joly, 2021)— y por la crisis socioeconómica de 2001, que impulsó a jóvenes graduadas provenientes de sectores medios urbanos a generar iniciativas autogestionadas ante la retracción del mercado laboral formal (Guerschman y Vargas, 2007; Correa, 2012; Miguel, 2013; Vargas, 2013). Estas experiencias se consolidaron progresivamente como un sector productivo de alcance federal, liderado mayoritariamente por mujeres que articulan la búsqueda de autonomía creativa con estrategias de generación de ingresos (Zambrini, 2015; Marré, 2017).

En un escenario global atravesado por discursos de sostenibilidad, identidad local y valorización de saberes tradicionales, estos emprendimientos incorporan progresivamente producción artesanal indígena como parte de su propuesta estética y ética. Desde la perspectiva de la teoría del Actor-Red (Latour, 2003; Callon & Law, 1997), estas iniciativas pueden comprenderse como entramados heterogéneos en los que interactúan diseñadoras, artesanas, materias primas, técnicas, narrativas patrimoniales, dispositivos de mercado y organizaciones intermedias que trabajan en territorio. En este sentido, utilizamos la noción de *actante* para referirnos a aquellos elementos —humanos y no humanos— que intervienen con capacidad de agencia en la configuración de la red, evitando restringir la acción a sujetos individuales. Esta aproximación permite analizar cómo dichas entidades se asocian en la producción relacional de sentido y de valor, evitando concebir estas alianzas como meras colaboraciones productivas o intercambios económicos lineales.

Asimismo, retomamos la noción de traducción desarrollada por Callon (1986) para dar cuenta del proceso mediante el cual estos actantes son articulados en la red, redefiniendo sus identidades, intereses y posiciones en función de una problemática común. La traducción no implica una simple intermediación, sino una transformación: aquello que ingresa en la red —ya sea una fibra como el chaguar, una técnica textil o una narrativa sobre lo ancestral— es resignificado en el mismo acto de su articulación con el diseño y el mercado.

En diálogo con los aportes sobre la performatividad de los mercados (Callon, 2008) y las disputas por el capital simbólico (Bourdieu, 2014), el diseño de indumentaria de autor puede entenderse como un espacio donde no sólo circulan bienes, sino donde se produce activamente valor —económico, simbólico y afectivo— y se instituyen jerarquías en torno a lo que cuenta como tradición, autenticidad y sostenibilidad. En este proceso, la noción de patrimonio opera como recurso de legitimación y como lenguaje de valorización cultural activado en el vínculo entre diseñadoras y artesanas indígenas. Sin embargo, lejos de constituir un consenso armónico, estas redes incorporan mediaciones institucionales —particularmente ONG que actúan como facilitadoras técnicas, defensoras de derechos, reguladoras éticas y traductoras culturales— que introducen tensiones en torno a las condiciones de producción, las formas de patrimonialización y los sentidos atribuidos a la colaboración. La producción de valor emerge así como resultado de asociaciones, negociaciones y controversias que atraviesan la red.

En este marco, el artículo se propone analizar cómo un corpus particular de diseñadoras emprendedoras en la industria de la indumentaria argentina construye vínculos con comunidades artesanales indígenas a partir de la noción de conexión, entendida no sólo como articulación productiva sino también como experiencia subjetiva y afectiva. Sostenemos que estas redes no sólo reorganizan circuitos económicos, sino que producen subjetividades afectivas que articulan creatividad, sostenibilidad, espiritualidad y emprendimiento como dimensiones constitutivas de una ética profesional contemporánea. La pregunta que orienta este trabajo es: ¿cómo se configuran estas redes y qué tipo de producción de valor —económica, simbólica y afectiva— se pone en juego en la relación entre diseñadoras emprendedoras y artesanas indígenas?

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo de carácter interpretativo. El trabajo de campo incluyó entrevistas en profundidad realizadas entre 2014 y 2016 a diseñadoras que integran producción artesanal indígena en sus colecciones, así como a integrantes de organizaciones no gubernamentales y actores institucionales vinculados al sector. La selección respondió a la relevancia de las marcas dentro del diseño de autor y a la continuidad de sus vínculos con comunidades artesanales. Las entrevistas fueron complementadas con el análisis de materiales de difusión de marca, notas periodísticas y documentos institucionales asociados a programas de promoción del diseño y la artesanía. Este corpus permitió reconstruir no sólo las narrativas profesionales de las diseñadoras, sino también los marcos institucionales que intervienen en la valorización del trabajo artesanal.

El recorte analítico se organiza desde el punto de entrada de las diseñadoras, atendiendo a las operaciones de mediación que estructuran la red desde el campo del diseño. Este posicionamiento no desconoce las formas de agencia desplegadas por las comunidades artesanas, sino que delimita un foco específico orientado a examinar cómo se producen y circulan categorías de valor, autenticidad y patrimonio.

Para abordar este problema, el artículo desarrolla tres momentos analíticos. En primer lugar, examina las motivaciones profesionales que impulsan la incorporación de producción artesanal indígena en los emprendimientos de diseño. En segundo lugar, analiza las dimensiones holísticas y emocionales que estructuran la noción de conexión con las comunidades artesanas. Finalmente, indaga en los efectos de estas motivaciones en la producción y puesta en valor —económica y simbólica— de la artesanía en el mercado de la indumentaria

Observar para mostrar: la producción de lo nuestro.

¿Cuáles fueron las motivaciones que acercaron a las diseñadoras emprendedoras a trabajar con comunidades de artesanas indígenas? Impulso, pulso, corazón. En sus relatos, el vínculo se inscribe inicialmente en el registro emocional: una búsqueda intuitiva que se presenta como gesto auténtico, movilizado por el deseo de reconocer y visibilizar "lo nuestro". Sin embargo, desde la perspectiva de la teoría del Actor-Red (TAR), estas motivaciones no pueden leerse únicamente como disposiciones individuales, sino como parte de un proceso

de *traducción* mediante el cual la producción artesanal indígena es incorporada a la red del diseño de autor como patrimonio nacional y recurso creativo legítimo.
En este movimiento, la categoría de lo nuestro opera como dispositivo de articulación que permite reconfigurar una cultura otra —ubicada geográfica y simbólicamente en territorios rurales y alejados de los centros urbanos— como parte constitutiva de una identidad compartida. Así, la artesanía es resignificada simultáneamente como raíz ancestral y como activo estratégico dentro del mercado de la indumentaria.

> 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 (...) A mi me hace vibrar . (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, Buenos Aires, Julio de 2015)
> 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)

Estos fragmentos evidencian que la incorporación de fibras naturales, técnicas de hilado o narrativas de autenticidad no constituye únicamente una decisión estética, sino una operación de mediación en la que materiales, territorios, emociones y discursos patrimoniales actúan como actantes dentro de la red. La producción de valor emerge aquí como efecto de asociaciones que articulan mercado, identidad y afectividad.
No obstante, el desplazamiento desde una cultura a otra hacia su incorporación en la categoría de "lo nuestro" no es lineal ni exento de ambivalencias. En los relatos de las diseñadoras se observa un vaivén entre la identificación nacional de nuestro patrimonio y la fascinación por una alteridad percibida como genuina y ancestral. Este doble movimiento produce una asimilación simbólica que, al tiempo que integra, también marca diferencia. La experiencia del descubrimiento y la conexión se construye como momento fundacional de la red:

> 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 que yo veía hilanderas y 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 una persona interesante para nada. Eso también me llamaba la atención de que ellas estaban ahí hilando, en su mundo, en su presente… (diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, Junio de 2015)

En este proceso, el patrimonio opera como lenguaje de legitimación. En sintonía con los lineamientos de la UNESCO (2005, 2009), la intervención del diseño se presenta como un mecanismo capaz de rescatar, visibilizar y poner en valor saberes tradicionales. No obstante, toda patrimonialización implica selección, jerarquización y encuadre. Se configura así un *discurso patrimonial autorizado* (Smith, 2011) que tiende a estabilizar una imagen armónica de la relación entre diseño y artesanía, relegando a un segundo plano las condiciones históricas y materiales que atraviesan dicha articulación.

Las *marcas de alteridad* (Briones, 2005) atribuidas a las comunidades indígenas dentro de las industrias creativas se construyen a partir de una valoración positiva de sus creaciones y técnicas, asociadas a lo hecho a mano, lo ancestral y lo genuino. A la vez, el/la artesano/a es presentado/a como portador/a de un saber que requiere reconocimiento y preservación. Considerando el carácter histórico y selectivo de estas construcciones, la comunidad de artesanas se configura mediante una doble referencia: la puesta en valor de su patrimonio cultural y su incorporación a dispositivos institucionales orientados a su resguardo y continuidad.

En este marco, la red no se limita a la asociación entre diseñadoras y artesanas. Incluye también organizaciones intermedias —fundaciones y ONG que trabajan en territorio— que intervienen como mediadoras técnicas, defensoras de derechos, reguladoras éticas y traductoras culturales. Estas organizaciones cuestionan la definición del otro artesano como proveedor estratégico y problematizan las lógicas de encargo que estructuran el vínculo productivo (Diaz, 2018, 2025). Al hacerlo, introducen controversias que desestabilizan la narrativa patrimonial dominante y evidencian que la producción de valor es un proceso negociado y atravesado por asimetrías.

En este entramado, lo nuestro no aparece como esencia cultural preexistente, sino como efecto relacional de la red: una categoría producida en la interacción entre discursos de identidad nacional, estrategias de mercado, afectividades emprendedoras, materiales locales y mediaciones institucionales. La lucha por la hegemonía simbólica —en términos de García Canclini (1982)— se actualiza así en el interior mismo de la industria de la indumentaria, donde no sólo se disputan estéticas o nichos comerciales, sino la autoridad para definir qué cuenta como patrimonio, quién puede traducirse legítimamente y bajo qué condiciones esa traducción se convierte en capital económico y simbólico.

Por lo tanto, la red no organiza únicamente intercambios productivos: distribuye posiciones desiguales, jerarquiza voces y delimita los marcos desde los cuales la artesanía indígena es reconocida, valorada o tutelada. La traducción que incorpora esas producciones al circuito del diseño no es neutra: al redefinir identidades, intereses y posiciones dentro de la red, reordena relaciones históricas entre centro y periferia, entre mercado y comunidad, entre quien enuncia y quien es enunciado. La conexión que las diseñadoras describen como experiencia transformadora no se sitúa por fuera de estas asimetrías; se inscribe en ellas y contribuye a legitimarlas o tensionarlas. Analizar cómo esa afectividad se produce y adquiere eficacia dentro de la red permite avanzar hacia la comprensión de las nuevas subjetividades que emergen en este cruce entre diseño, mercado y pueblos indígenas.

De este modo, observar para mostrar no equivale simplemente a exhibir una tradición.

Supone producirla como categoría válida dentro del universo del diseño, inscribir en circuitos específicos de circulación y dotarla de valor económico, simbólico y afectivo. Lo nuestro no constituye una esencia cultural previa al diseño, sino un efecto relacional que emerge en el encuentro entre creatividad, mercado y territorio.
Por lo tanto, lo nuestro (como término) no constituye una identidad previa que el diseño simplemente revela, sino una construcción situada que se estabiliza a través de operaciones de mediación, selección y encuadre dentro del campo. La producción de valor asociada a la artesanía indígena no se agota, sin embargo, en estas articulaciones simbólicas e institucionales. En los propios relatos de las diseñadoras emerge otra dimensión —menos visible pero igualmente constitutiva— que remite a la experiencia vivida del vínculo y a las formas en que este encuentro es significado en términos personales y profesionales.

Intuir para descubrir: crónica de un encuentro anunciado

Desde una perspectiva holística de sus trayectorias, las diseñadoras reconstruyen su vínculo con comunidades artesanas como resultado de una búsqueda íntima y existencial. La noción de conexión aparece asociada a la intuición, al deseo de reencontrarse con los ritmos de la naturaleza y, en algunos casos, a una crisis personal que habilita una redefinición profesional. El encuentro con las artesanas no es narrado como contingente, sino como parte de un itinerario vital: una señal que las orienta hacia aquello que identifican como su verdadera esencia.
En este sentido, el vínculo es presentado como un encuentro anticipado en el propio impulso que organiza su historia personal y su búsqueda creativa. Las diseñadoras expresan que la vida les ofrecía señales para expandirse y asumir de manera más genuina su deseo de compromiso social y vocación proyectual. Como señala una de las entrevistadas en su showroom del barrio de Chacarita:

> Empiezo a tener la necesidad de conectarme con una cultura más integrada a la naturaleza. En ese momento creía que me iba a ir a India, pero por el nacimiento de mi hijo no podía irme. Un amigo me dice: "¿por qué no te vas al Norte? No sabés 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 empiezo a viajar al Norte y siento que a esto le vamos a dar valor, que había que ir por este lado.(diseñadora emprendedora, entrevista de la autora, Junio de 2015)

En términos de la TAR, este relato no constituye simplemente una narrativa autobiográfica, sino un momento clave de traducción: allí se redefinen identidades, intereses y posiciones dentro de la red. La diseñadora deja de ser únicamente productora de moda para convertirse en mediadora cultural; la artesana deja de ser una productora local para transformarse en portadora de autenticidad ancestral; el territorio deviene reserva simbólica de energía y sentido.

El descubrimiento opera aquí como acto fundacional. Las diseñadoras se narran como quienes reconocen un tesoro escondido que necesita ser revelado. El periplo —atravesado por distancias geográficas, dificultades logísticas y diferencias culturales— construye una dimensión moral de sacrificio y altruismo que legitima su intervención. La puesta en valor de la producción artesanal aparece así como resultado de un gesto casi redentor.

Sin embargo, esta escena de descubrimiento es también una operación de consagración. Recuperando los aportes de Bourdieu (2014), las diseñadoras ejercen un poder simbólico que se apoya en sus trayectorias exitosas dentro del campo del diseño de autor y en la legitimidad que ese sector ha adquirido en torno a la sostenibilidad y el slow fashion. El capital simbólico acumulado les permite definir qué cuenta como tradición, qué técnicas merecen ser rescatadas y bajo qué condiciones pueden ingresar al mercado creativo.

En este proceso se consolida una imagen armónica de las mujeres indígenas como portadoras auténticas de nuestra identidad, mientras quedan desplazadas dimensiones estructurantes del mundo artesanal, como la propiedad intelectual de los diseños, la autodeterminación comunitaria y el carácter colectivo del patrimonio textil. La "alquimia social" (Bourdieu, 2014) que transforma tejido en diseño y diseño en marca no constituye una mera traducción creativa, sino una operación que redistribuye de manera desigual el reconocimiento, reubicando la autoría y el valor simbólico dentro del campo del diseño.

Si bien en distintos contextos latinoamericanos —particularmente en México— se han desarrollado avances significativos en torno a la protección de los saberes textiles y la propiedad intelectual colectiva, en las experiencias aquí analizadas la problematización sistemática de estas cuestiones aparece todavía de manera incipiente. En este sentido, constituye un desafío clave para repensar las condiciones éticas y políticas de la colaboración entre diseño y artesanía.

Desde la perspectiva de la TAR, esta asimetría no es un atributo individual sino un efecto de red. Los pedidos, las fichas técnicas, las fotografías enviadas por WhatsApp, las exigencias de color y tamaño, las instancias de rechazo o aceptación, funcionan como *actantes* que organizan jerarquías y delimitan márgenes de acción. Las ONG que trabajan en territorio introducen aquí una controversia central al problematizar la *lógica del pedido* impulsadas desde las diseñadoras a las comunidades de artesanas (Diaz, 2018). En esta dirección señalan que el nivel de precisión exigido por las diseñadoras desestabiliza las dinámicas comunitarias y tensiona la sostenibilidad de la producción artesanal:

> 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 saque todo el provecho por aplicar un tejido cuando la belleza creadora y el diseño del tejido lo hizo la artesana" (miembro de ONG, julio de 2015).

Y al mismo tiempo reconocen la ambivalencia estructural del vínculo:

> A veces pasa que somos meros proveedores netamente. Pero bueno tampoco nos podemos poner tan exigentes porque las comunidades necesitan comer." (miembro de ONG, agosto de 2015).

Aquí la vulnerabilidad económica de las artesanas aparece como actante decisivo: condiciona las posibilidades de negociación y limita la capacidad de disputar condiciones de producción. La red no se sostiene por consenso pleno, sino por la articulación entre necesidad material, legitimidad simbólica y oportunidad comercial.
Frente a la dicotomía artesana/diseñadora, algunos actores institucionales ensayan una inversión del orden jerárquico:

> Las primeras diseñadoras son las artesanas… Es sólo una cuestión de poder, donde el diseñador ve a la artesana como una proveedora, apropiándose de su producción." (miembro de ONG, julio de 2015).

Desde el Mercado de Artesanías Tradicionales de la República Argentina (MATRA), la figura del artesano como marca, introduce otra forma de traducción: la construcción de identidad autoral desde las propias comunidades.

> Un poncho Florinda Huenchupán de Valcheta del mundo mapuche, la faja de Lucrecia Cruz de Tilcara son nuestras marcas. No es Zara, Adidas… Son nuestras marcas, las marcas de la patria, los maestros artesanos de la patria. (directora del MATRA, septiembre de 2014).

Estas intervenciones evidencian que la valorización de la artesanía no es un proceso lineal ni pacífico, sino una arena de disputas donde se negocian sentidos, autorías y derechos. La traducción que transforma tejido en producto de diseño reconfigura posiciones de poder y redistribuye reconocimiento dentro de la red.
En este entramado, la subordinación material y simbólica de la vida campesina al régimen capitalista —como advirtió García Canclini (1982)— no desaparece: se reactualiza bajo nuevas retóricas de conexión, autenticidad y sostenibilidad. El "encuentro anunciado" no es entonces el descubrimiento inocente de una esencia, sino el momento en que se activan dispositivos de consagración, mediación y apropiación que reordenan la artesanía indígena dentro de la industria creativa contemporánea.

Empatizar para valorar: el vínculo entre diseñadoras y artesanas

Construir lazos aparece como una acción fundamental para aquellas diseñadoras que trabajan de manera directa con las comunidades, sin intermediarios institucionales. La

viabilidad de la iniciativa no se explica únicamente en términos de eficiencia productiva, sino en la capacidad de establecer una relación empática y sostenida en el tiempo. La "conexión" se redefine aquí como infraestructura moral de la red.
Desde la perspectiva de la TAR, el vínculo no es un agregado subjetivo al intercambio económico: es un *actante* central en la producción de valor. Lejos de la descontextualización que, según Callon (2008), permite transformar un objeto en mercancía mediante su separación de relaciones previas, en estas experiencias la mercantilización se apoya en la intensificación de los lazos. La intimidad, la amistad y el compromiso personal no obstaculizan el cálculo: lo reconfiguran.
Como señala una diseñadora:

> Hay un vínculo de amistad que además integra el aspecto productivo. Pero primero te vinculas, te importa cómo está el otro (…) porque es en esa interacción hay un crecimiento conjunto. (entrevista, julio de 2015)

La relación diseñadora-artesana se convierte así en valor diferencial del producto. No se comercializa únicamente un tejido: se comercializa una historia, una experiencia de conexión, una ética del cuidado. La subjetividad compartida —siempre inestable y atravesada por tensiones— funciona como dispositivo de legitimación simbólica.
Esta empatía se traduce también en la organización de los tiempos productivos. Las diseñadoras afirman adaptarse a los ritmos comunitarios, al clima y a la disponibilidad de las artesanas:

> 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 trabajar en el telar. Está el tema del clima y de la siesta también. Otros tiempos. (entrevista, diciembre de 2016)

Sin embargo, estos "otros tiempos" no suspenden la inserción en el mercado: la producción continúa circulando mediante envíos periódicos, coordinación de pedidos y definición de precios por metro de tejido. La flexibilidad no elimina la lógica mercantil, sino que la articula con una economía moral de la empatía.
En relación con el diseño, coexisten dos modalidades: la intervención directa mediante pedidos específicos y la incorporación de tejidos producidos "libremente". En este último caso, la exclusividad se convierte en argumento comercial: Dejo hacer libremente porque salen mucho más lindo las telas que sí les digo exactamente los colores que quiero (…) a la gente le gusta que el producto sea único. (entrevista, diciembre de 2016, s/p)
La singularidad del tejido artesanal es traducida en unicidad de marca. La libertad creativa de las artesanas se reinscribe en la lógica de diferenciación del mercado de diseño de autor. Desde la TAR, esta operación puede leerse como una nueva traducción: la creatividad comunitaria se rearticula como atributo competitivo dentro del campo.

En cuanto al precio, las diseñadoras se inscriben en los lineamientos del comercio justo, estableciendo valores por metro de tejido y rechazando la práctica del regateo. No obstante, el reconocimiento económico no necesariamente implica reconocimiento autoral. Las diseñadoras asumen el rol de portavoces legítimas de la experiencia y construyen el relato público de la marca. La prensa y las instituciones estatales refuerzan esta centralidad narrativa: Reformule un recurso que no estaba siendo utilizado ni valorado para dar continuidad a una técnica ancestral. (Vitale, 2015, s/p). Cada cartera y accesorio está constituido por tejidos únicos e irrepetibles ya que son realizados artesanalmente en telar rústico. (Ministerio de Industria de la Nación, 2014)

En estos discursos, la artesanía aparece valorizada, pero la voz que enuncia y organiza el sentido es, mayoritariamente, la de la diseñadora. La empatía no anula la jerarquía de representación: la reorganiza bajo una retórica de colaboración.

Si bien a nivel internacional los conflictos por plagio y apropiación de motivos indígenas han visibilizado la dimensión política de la propiedad intelectual, en el contexto nacional esta discusión aún es incipiente. La singularización de los aportes creativos comunitarios y su reconocimiento en términos autorales constituyen un campo de disputa abierto. ¿Quién define el valor estético y simbólico del tejido? ¿Quién capitaliza el relato? ¿Cómo incide el lazo afectivo en la posibilidad o dificultad, de problematizar la desigual distribución del reconocimiento?

La subjetividad profesional que las diseñadoras construyen ya sea holística, emocional, energética, forma parte del dispositivo que permite articular sostenibilidad, emprendimiento y compromiso social en una misma narrativa coherente. En esa narrativa, el vínculo empático funciona como garantía ética de la relación productiva.

Sin embargo, desde una lectura en clave de red, la empatía no sustituye las asimetrías estructurales: las modula. La producción de valor: económico, simbólico y afectivo, emerge como efecto de asociaciones entre personas, tejidos, discursos de comercio justo, notas periodísticas, trayectorias profesionales y necesidades materiales concretas.

La apelación a la empatía no suspende la desigual distribución del capital simbólico: la reordena. El vínculo afectivo se convierte en condición de posibilidad para la valorización económica, mientras la representación pública y la consagración autoral continúan concentrándose en el polo del diseño. Así, la red no disuelve las asimetrías estructurales entre centro y territorio, entre marca y comunidad: las re-inscribe bajo una gramática ética de conexión y cuidado.

Conclusiones

Este artículo analizó las redes que se configuran en iniciativas locales de diseño de indumentaria de autor que incorporan producción artesanal de comunidades indígenas en Argentina. Desde la Teoría del Actor-Red, se examinaron tres dimensiones interrelacionadas: las motivaciones profesionales que impulsan dicha incorporación; las narrativas holísticas y afectivas que estructuran la noción de "conexión"; y los efectos de estas dinámicas en la valorización económica y simbólica de la artesanía dentro de la industria creativa.

El análisis permitió identificar que la incorporación de producción artesanal indígena no responde únicamente a una estrategia estética o comercial, sino que se inscribe en trayectorias profesionales atravesadas por búsquedas éticas, afectivas y existenciales. La apelación a denominado: lo argentino, lo propio y lo nuestro opera como dispositivo de articulación simbólica que integra territorios rurales y comunidades indígenas al universo del diseño urbano contemporáneo. En este proceso, las diseñadoras se configuran como mediadoras legítimas capaces de traducir saberes textiles en narrativa identitaria y diferencial competitivo.

Uno de los hallazgos centrales del estudio es que la noción de conexión, presentada como principio ético y emocional, funciona también como mecanismo que organiza la redistribución del reconocimiento dentro de la red. La valorización de la artesanía se produce mediante operaciones que redefinen posiciones, jerarquías y autorías: mientras la diseñadora se consolida como figura visible y firmante en el campo profesional, las mujeres artesanas tienden a ser inscriptas como portadoras de tradición, depositarias de autenticidad y garantes de lo ancestral.

Este desplazamiento no supone ausencia de agencia por parte de las artesanas, sino que evidencia los marcos estructurales dentro de los cuales dicha agencia es habilitada, reconocida o limitada. La alquimia que transforma tejido en diseño y diseño en marca implica simultáneamente una reubicación del valor simbólico y de la autoría en espacios donde el reconocimiento no circula de manera equivalente. En este punto, la dimensión de género adquiere centralidad: la mayoría de los sujetos involucrados en estas redes son mujeres, aunque no todas ocupan posiciones equivalentes en la producción de legitimidad.

Las controversias registradas en torno a estándares de calidad, definición de diseño, pedidos específicos y propiedad intelectual colectiva, muestran que la relación entre diseño de autor y producción artesanal indígena no puede entenderse como mera colaboración creativa ni como estrategia lineal de sostenibilidad. Se trata de un espacio de negociación donde se re-inscriben desigualdades históricas bajo nuevos lenguajes de empatía, comercio justo y patrimonio.

Interpelar estas configuraciones no implica desestimar los vínculos afectivos ni las búsquedas éticas que muchas diseñadoras sostienen, sino complejizar sus efectos. Uno de los desafíos más urgentes para el campo del diseño radica en avanzar hacia metodologías colaborativas que reconozcan explícitamente la coautoría, la creatividad situada y la capacidad proyectual de las mujeres indígenas como creadoras contemporáneas. Ello supone desplazar la mirada que las fija exclusivamente en el registro de la tradición o la vulnerabilidad, para reconocerlas como agentes activos en la definición de estética, valor y sentido dentro de las industrias creativas.

En el cruce entre diseño de autor y producción artesanal indígena no sólo se producen objetos o marcas: se producen categorías, jerarquías y regímenes de legitimidad. Lo que está en juego no es únicamente la sostenibilidad de un modelo productivo, sino la autoridad para definir el patrimonio, autorizar la autenticidad y capitalizar lo nuestro. En la medida en que estas redes continúan expandiéndose, también se abre la posibilidad y la responsabilidad de re-configurarlas hacia formas más simétricas, donde las mujeres artesanas no sean únicamente inspiración o respaldo identitario, sino autoras plenamente reconocidas en el campo del diseño.

Bibliografía

Beltrán, G., & Miguel, P. (2012). Emprendedores creativos: Reacomodamientos en trayectorias de la clase media por la vía de la inversión simbólica. En L. Rubinich & P. Miguel (Eds.), *Creatividad, economía y cultura en la Ciudad de Buenos Aires 2001–2010* (pp. 225–250). Aurelia Rivera.

Bourdieu, P. (2014). La producción de la creencia: Contribución a una economía de los bienes simbólicos. En *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura* (pp. 85–115). Siglo XXI Editores.

Briones, C. (2005). Formaciones de alteridad: Contextos globales, procesos nacionales. En C. Briones (Ed.), *Cartografías argentinas: Políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad* (pp. 11–43). Antropofagia.

Callon, M. (2008). Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas. *Apuntes de Investigación del CECYP*, (14), 11–68.

Callon, M., & Law, J. (1997). After the individual in society: Lessons on collectivity from science, technology and society. *Canadian Journal of Sociology*, 22(2), 165–182.

Correa, M. E. (2012). Diseño independiente siglo XX: Entre la creatividad y la autogestión. En A. Wortman (Ed.), *Mi Buenos Aires querido: Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa* (pp. 175–199). Prometeo.

Diaz, V. C. (2018). *Un estudio comparativo de los modelos de negocio de emprendimientos de diseño argentino desde el paradigma de la RSE* [Tesis de maestría, Universidad de Buenos Aires].

Diaz, V. C. (2025). La lógica de pedido en la producción artesanal indígena en Argentina: Un análisis sobre la construcción de lo común en disputa. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (253), 155–174.

Emprender XXI. (2013). *Resignificar la forma de vestir de la mujer*. https://issuu.com/estudio_idonea/docs/emprender_octubre13

García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. Nueva Imagen.

Guerschman, B., y Vargas, P. (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.

Instituto Nacional de Tecnología Industrial. (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* (S. Marré, Coord.). INTI.

Joly, V. (2021). Diseño de indumentaria: La profesionalización de la moda en el campo proyectual. En M. Devalle (Ed.), *Pensar el diseño* (pp. 155–176). Infinito.

Latour, B. (2003). The promises of constructivism. En D. Ihde & E. Selinger (Eds.), *Chasing technoscience: Matrix for materiality* (pp. 27–46). Indiana University Press.

Marré, S. (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*. Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI).

Miguel, P. (2013). *Emprendedores del diseño: Aportes para una sociología de la moda*. Eudeba.

Ministerio de Industria de la Nación. (2014). *Protagonistas de la industria nacional* (N.º 1).

Registro Nacional de Artesanos Textiles de la República Argentina. (2016). *Mapa cultural y productivo del textil artesanal nacional*.

Smith, L. (2011). El "espejo patrimonial": ¿Ilusión narcisista o reflexiones múltiples? *Antípoda*, (12), 39–63.
UNESCO. (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*.
UNESCO. (2005). *Dossier encuentro entre diseñadores y artesanos: Guía práctica*.
UNESCO. (2009). *Dossier artesanía y diseño N.º 2: Taller A+D. Encuentro en Santiago de Chile*.
Vargas, P. (2013). *Diseñadores y emprendedores: Una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires*. Al Margen.
Vitale, S. (2015). Diseño social 100%. *La Nación*.
Zambrini, L. (2015). Diseño de autor, ¿y de autora? La pregunta por el género en el diseño de indumentaria y textil. En M. Mon (Ed.), *El diseño posible: Paradigmas, mercado e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina* (pp. 189–199). UNNOBA.

Abstract: This research analyzes the networks formed between entrepreneurial designers and Indigenous artisans in the clothing industry in Argentina, within the framework of what is known as designer fashion. Using a qualitative approach based on in-depth interviews with designers, NGO members, and institutional actors, and from the perspective of Actor-Network Theory, it examines how these initiatives articulate design knowledge, local raw materials, heritage discourses, and Indigenous artisanal production in frameworks that generate economic, symbolic, and affective value.
It is argued that the notion of connection, mobilized by designers as an ethical and emotional experience, operates as a translational device that reconfigures positions, authorship, and forms of legitimacy within the field of contemporary design. Far from constituting harmonious collaborations, these networks involve negotiations and asymmetries surrounding creative recognition, collective intellectual property, and the public representation of women artisans. This work contributes to problematizing how sustainability, identity, and entrepreneurship are articulated in value production within Latin American creative industries.

Keywords: Actor-Network Theory - design - author - identity - crafts - heritage - culture - production - entrepreneurship - creativity - symbols.

Resumo: Esta pesquisa analisa as redes formadas entre designers empreendedores e artesãos indígenas na indústria da moda na Argentina, no âmbito do que se conhece como moda de grife. Utilizando uma abordagem qualitativa baseada em entrevistas em profundidade com designers, membros de ONGs e atores institucionais, e sob a perspectiva da Teoria Ator-Rede, examina como essas iniciativas articulam conhecimento de design, matérias-primas locais, discursos patrimoniais e produção artesanal indígena em contextos que geram valor econômico, simbólico e afetivo.
Argumenta-se que a noção de conexão, mobilizada por designers como uma experiência ética e emocional, opera como um dispositivo de tradução que reconfigura posições, autoria e formas de legitimidade no campo do design contemporâneo. Longe de constituírem

colaborações harmoniosas, essas redes envolvem negociações e assimetrias em torno do reconhecimento criativo, da propriedade intelectual coletiva e da representação pública de mulheres artesãs. Este trabalho contribui para problematizar como a sustentabilidade, a identidade e o empreendedorismo se articulam na produção de valor nas indústrias criativas latino-americanas.

Palavras-chave: Teoria Ator-Rede - design - autor - identidade - artesanato - patrimônio - cultura - produção - empreendedorismo - criatividade - símbolos.

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

Valeria Cynthia Diaz. Doctora en Ciencias Sociales por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (FSOC, UBA). Su investigación se centra en el rol de las mujeres artesanas en la revitalización de saberes comunitarios a partir de metodologías colaborativas. Es Becaria Postdoctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina (CONICET, 2022-2025) y actualmente realiza su estancia postdoctoral en la Universidad Nacional Autónoma de México, con sede de trabajo en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH, UNAM). Cuenta con una Maestría en Administración de Organizaciones del Sector Creativo y Cultural (con énfasis en Patrimonio y Artes Visuales) por la Facultad de Ciencias Económicas (FCE, UBA), y es Licenciada y Profesora en Artes por la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL, UBA). Se desempeña como Profesora de Posgrado en el Curso de Especialización en Museos, Transmisión Cultural y Gestión de Colecciones Antropológicas e Históricas (FFyL, UBA). Su formación artística se nutre de la Expresión Corporal, la Danzaterapia (Método María Fux) y la cartografía corporal comunitaria, con las cuales articula investigación académica, creación performativa y procesos colaborativos de memoria y movimiento.