
Resumen: Reflexión acerca de la producción actual del diseño de indumentaria y textil en Argentina, sus diálogos con otras disciplinas productivas y las problemáticas para abordar los desarrollos actuales desde las teorías tradicionales.

Palabras clave: arte - artesanía - creatividad - cultura - desarrollo local - diagnóstico productivo - diseño - educación - indumentaria - industria - políticas públicas - teoría.

[Resúmenes en italiano, inglés y portugués en la página 99]

(*) Licenciado en Ciencia Política por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, y posgrado internacional en Gestión y política en Cultura y Comunicación, en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

“Hacia la construcción de nuevos paradigmas”

Hace algún tiempo atrás, conversando con una colega brasilera a orillas del río Guaíba (que en realidad es un lago) en la hermosa ciudad de Porto Alegre, en un intercambio casual de miradas acerca del devenir del diseño argentino y brasilero, escuché su parecer acerca de lo difícil que resultaba que las empresas de indumentaria locales trabajaran de acuerdo a los parámetros de lo que se conoce como "diseño estratégico". La organización interna, la gestión de los procesos, la innovación en los productos, el manejo de los tiempos, las estrategias de comunicación; todas esas actividades se rebelaban ante sus preceptos teóricos. Algo así como que toda la práctica, relataba ella con no poco pesar, inmersa en aquel laberinto formado por las vicisitudes cotidianas que es la producción, escapara a la teoría, más propensa ésta a la racionalidad de las decisiones y a la especulación de las etapas progresivas. Algo de ese diagnóstico compartí al referirme a las empresas de indumentaria de mi país, donde muchas de esas problemáticas son habituales, lo que justifiqué a través de las limitaciones de recursos con la que debe lidiar, sumada a la dispersión territorial a lo largo de miles de kilómetros de los emprendimientos, la poca diversidad de la oferta de insumos, la escasa preparación de los cuadros gerenciales, la formación heterogénea de los diseñadores y el reducido mercado de bienes diferenciados que configura la demanda. Ella mencionó otros aspectos referidos a los hábitos vinculados a la mano de obra local y ambos coincidimos en la enorme influencia simbólica que ejerce la moda global sobre la producción regional que configura discursos creativos en el diseño. Lo que es-

tábamos haciendo no era más que una descripción rápida y caprichosa de la cultura común de trabajo que existe en mucho de los países de Latinoamérica.

De regreso a Buenos Aires quedó dando vueltas en mi cabeza ese desfase constante entre la práctica y la teoría, entre el diagnóstico cualitativo –el aspecto cuantitativo es más fácil de digerir– basado en una palpable realidad y la distancia con el deber ser de los procesos proyectuales y productivos que leemos en los manuales. Fue entonces cuando preguntas acerca de la pertinencia de esos preceptos comenzaron a revelarse y, más importante aún, acerca del origen de esos paradigmas teóricos que buscábamos aplicar en la experiencia de nuestros países. Como provengo de la Ciencia Política y, principalmente, gran parte de mi trabajo está abocado hace años a la gestión de proyectos productivos desde la actividad pública, tiendo a ser más pragmático en los razonamientos porque, de algún modo, los hechos marcan la agenda de quienes tenemos el deber de fomentar los cambios en las prácticas cotidianas. Entonces, es inevitable no hacernos cuestionamientos acerca de los enfoques teóricos cuando la experiencia tangible dista mucho de ella. En ese punto hay dos opciones, o estamos observando incorrectamente la realidad –obteniendo un diagnóstico errado o sesgado–, o nuestros enfoques y conceptos son los equivocados. Pero el verdadero problema surge cuando nos damos cuenta que, en caso de considerar que la teoría está errada, carecemos de otro marco conceptual para referenciarlos. La sensación de angustia nos invade cuando es inexistente esa trama de nociones sobre las cuales recostarnos para poder actuar con certeza.

En la Argentina de la última década, la primera del Siglo XXI, hemos asistido con beneplácito a la emergencia de cientos de empresas de diseño capaces de insertar en la cadena de valor de la industria de indumentaria y textil verdaderos elementos de innovación. Más de 200 micro, pequeñas y medianas empresas fueron fundadas y, actualmente, son conducidas por diseñadores que decidieron desafiar al mercado tradicional de la moda para proponer piezas concebidas desde un lenguaje innovador y original, haciendo un uso intensivo de uno de los recursos más valorados en la actualidad: la creatividad. El contexto de derrumbe de los discursos económicos, sociales y culturales dominantes, producto de la fenomenal eclosión del paradigma neoliberal que desembocó en la crisis del 2001, sirvió como impulso para proponer estrategias diferentes de acción. En un contexto donde la legitimidad de las prácticas, que hasta ese entonces habían gozado de buena fortuna, cae estrepitosamente, es en ese punto donde comienzan a brotar las nuevas ideas poniéndose en ejecución sin otra pretensión que la de sobrevivir. Millones de argentinos lograron desafiar la miseria a través del ejercicio del ingenio, la creatividad y la adaptabilidad, generando cotidianamente caminos alternativos. Otros no corrieron con la misma suerte.

Contra todos los pronósticos que vaticinaban una pronta desaparición –se sostenía que pasados los años de crisis los experimentos alternativos dejarían de tener vigencia– ese segmento de riesgo fue gozando cada vez de mayor legitimidad, consolidándose económicamente –no sin inconvenientes en el recorrido, claro–, aumentando sus cuotas de innovación en los productos, perfeccionando los procesos productivos, hasta conformar en la actualidad un conglomerado de emprendimientos que abren nuevos trayectos para el diseño nacional. Nombres como Martín Churba, Jessica Trosman, Cora Groppo, Mariana Cortes (Juana de Arco), Vicki Otero, Vero Ivaldi, Araceli Pourcel, Valeria Pesqueira, Min Agostini, Alejo y Javier Estebecorena, Rosa

y Juana Benedit (Benedit Bis), Nadine Zlotogora, Camila Milesi y Emiliano Blanco (Kostume), Florencia Fiocca, Cecilia Gadea, Mario Buraglio y Victor Delgrosso (Varanasi), Verónica Fiorini y Anabel Wichmacki, Marcelo Senra, Leandro Domínguez, Rodrigo Abarquero y Débora Di Stillo (Objeto), Manuela Rasjido, José Luis Otiñiano (Oxdans), Mariana Dappiano, Pablo Ramírez y Mariano Toledo, entre otros, comenzaron obtener la atención de los consumidores desde los primeros años del fenómeno por sus prendas originales. Hoy continúan en la escena marcando el camino de los que recién están saliendo al ruedo.

A ellos se suman diseñadores que, desde diferentes puntos del territorio del país, producen bajos los mismos criterios de bienes diferenciados, desmarcándose del discurso de la moda masiva, como Roxana Liendro (Santos Liendro), Jimena Anastasio, German Lang (Langg), Victoria Bessone (La Primitiva), Silvia Querede y Noelí Gómez (Quier), Débora Orellana (Pequeños Trazos), Marina Gryciuk, Leo Peralta, Carolina Yrigaray, Carolina Sosa (Caro Sosa), Ale Gougy (Cosecha Prendas Vintage), Juan Manuel Alzamora (Vida de Perros), Carolina Bloise (Crista), Juan Berrón y Karina Budassi (HUE), Carola Bessaso (DAM), Mirta Pérez, Ezequiel y Viviana Toledo (EzequielT), Florencia Cacciabue (Florece), Lucila Negri, Josefina Luna, Laura Scrimini, Fabiola Brandán, Lorena Sosa, Cristina Pérez (Ornato y Menaje), Paula Ledesma, Raquel Rosetto, María Spina, Augusta Peterle, Gabriela Candiotti y Sofía Dodds (Candiotti Dodds), Verónica Di Miero (Seco), Clara de la Torre y Diana Chai (Manto), Lucrecia Sonnet, Lisandro Cocorda (Lisobono), Carlos Bono, Agustín Bossini Pithod, Paola Balcaza y Samir Nait (NSBP), Paula Yaculb y Leonel Halpern (Colombas), Miryam Millán, Mercedes Martínez y Mariano Breccia (Ropa Doceñada), entre otros. Y como una tercera camada, se suman nuevos emprendedores, como Lucinda Walmsley y Catalina Ichaso (Desastrería Ichaso Walmsley), Fernando More, Edu de Crisci, Uchi Bolcich, Gonzalo Villamax, Fabián Li y Javier Torres (Li Torres), Cecilia Ominetti, Victoria Romero, Martín Ceballos, Andrea Ibarra, Gerardo Dubois (Bandoleiro), Nicolás Bertolo (Urenko), y Francisco Gómez (Anda Conmigo), entre otros, pertenecientes a la generación de jóvenes diseñadores.

Lo destacable del trabajo de todos estos emprendedores es que no sólo produjeron rasgos de innovación en la indumentaria sino, también, introdujeron cambios en la manera de producir esas prendas, desafiando, por tanto, los preceptos tradicionales referidos a la disciplina proyectual del diseño, concernientes al proceso constructivo industrial, del mismo modo que introdujeron nuevas perspectivas en los valores estéticos reinantes. Una lógica diferente comenzó a emerger demostrando que otra manera de concebir y producir indumentaria en Argentina era posible. De un primer momento donde esas empresas, informales en sus comienzos, fueron observadas como irracionales desde una mirada de mercado ortodoxa, se pasó, luego de 10 años ininterrumpidos de actividad y crecimiento, a la situación actual donde esos mismos diseñadores comienzan a ser fuentes de nuevas ideas, productos innovadores y procesos diferenciales, a partir de los cuales la industria de la moda se nutre para elaborar sus colecciones masivas. Las diferentes camadas de creadores se convierten en referentes para quienes vienen detrás, a la vez que se constituyen en discursos originales frente a la industria masiva.

De este modo, la escena de la indumentaria se complejiza en su oferta, comenzando a convivir la moda y el diseño, estableciendo puntos de contacto, buscando superar, como sostiene Susana Saulquin

el tradicional dilema que se planteaba entre las tendencias representadas en producciones seriadas digitadas por grupos guiados sólo por las demandas del mercado, y las producciones del diseño de autor que hasta hace pocos años sólo se podían industrializar en pequeñas series (Saulquin, 2011).

Claro que en un contexto de competencia asimétrica, las posibilidades de los emprendimientos de diseño autor se ven disminuidas frente a grandes empresas con mayor estructura e inversión; sin embargo, el ingenio aplicado por parte de los diseñadores para saldar esas deficiencias los ha convertidos en líderes en nuevas maneras de producción, comunicación y comercialización. Ahora bien, si medimos resultados en términos económicos –a sabiendas del poder de disuasión que tienen los números– ese trabajo incesante, creativo y caótico, que llevan adelante los diseñadores-emprendedores hace que en la actualidad existan en la Argentina más de 200 empresas que producen regularmente, en conjunto, más de 1.000.000 prendas en el año bajo parámetros de innovación; generando más de 3.000 puestos de trabajo –directo e indirecto–; obteniendo ingresos anuales por casi U\$S 90.000.000 con sus ventas, principalmente en el mercado local. Si tenemos en cuenta que hace 10 años atrás prácticamente no existía este segmento, hoy podemos observar el gran desarrollo del mismo (INTI, 2011). Sin embargo, esta evolución no es una tarea fácil.

Como todo proceso de cambio, gradual y constante, diferentes estructuras fueron mutando a la par de los hechos, siendo la primera de ellas vinculada al mercado del diseño frente a aquel dogma que señalaba que el consumidor local no se iba a adaptar a esos productos diferenciados, algo que se demostró como un error. Si bien es necesario un mayor desarrollo del segmento de riesgo para lograr ampliar la incorporación de bienes con valor agregado en los hábitos de los consumidores, las perspectivas de crecimiento son esperanzadoras. El segundo dogma derribado, desde la misma realidad de las empresas de diseño de autor, fue aquél que sostuvo que por su bajo volumen de producción tenderían a desaparecer en pocos años cuando la novedad inicial se dispersara. Lo cierto es que, con más de 10 años de evolución, los diseñadores han ido adaptándose al mercado, mostrando indicios de complementariedad entre los productos con un grado alto de diseño y la moda más masiva. Lejos se está de haber alcanzado un punto completamente óptimo, pero las estrategias de producción, comunicación y comercialización se van puliendo día a día para alcanzar una performance cada vez más satisfactoria.

Pero lo que verdaderamente provocó el diseño de indumentaria de autor fue un cambio en la concepción del diseño en sí, frente a las estructuras del conocimiento académico que no contemplaban su naturaleza como parte de la actividad. La necesidad por encontrar nuevos horizontes creativos en un contexto de limitantes productivos comenzó a apartar a los diseñadores de los parámetros ortodoxos del diseño. Por ejemplo, si consideráramos al diseño, siguiendo la definición de Norberto Chaves, como aquella "fase del proceso productivo en la cual se definen todas las características de un producto (visuales, formales, tecnológicas, utilitarias, constructivas, materiales, etc.), su forma de producción, distribución y consumo, previo a la producción material"; entonces los desafíos planteados ante la evidencia de la experiencia no serían pocos. En caso de tomar otro concepto dado por el autor, desde una visión más abarcadora, como él reconoce, el diseño "es la forma de trabajo social consistente en determinar con precisión las características de un producto, como condición necesaria para su posterior producción material"; (www.norbertochaves.com, s/f) definición en la que Chaves pone el foco en la diferencia

de dos etapas claramente diferenciadas en el proceso productivo: prefiguración y realización. En el campo de la indumentaria, los conceptos utilizados para formar profesionales fluctúan entre estas nociones y aquellas que vinculan principalmente al diseño como una disciplina al servicio de la producción industrial masiva.

Ahora, en el devenir de nuestro fenómeno, el primer concepto que se introdujo fue el "*de autor*", generando no poco ruido frente a los círculos académicos que vieron con estupor como la disciplina proyectual tomaba rumbos inesperados que se apartaban de la concepción del diseño vinculado a esa idea de la industria y producción masiva. Si bien "*de autor*" no es un término sólidamente sustentado, y de hecho puede resultar redundante al señalar algo que cae de maduro—que toda pieza tiene un autor detrás, alguien que la proyectó y produjo—; lo cierto es que ese término comenzó a usarse informalmente dentro de la indumentaria para demarcar a aquellos diseñadores que habían decidido apartarse del camino de la industria masiva, abandonando los lineamientos estéticos de la moda internacional, para poder emprender sus proyectos bajo parámetros fijados desde un discurso personal. Fue una manera de marcar el terreno ganando en comunicación con el usuario que entonces empezé a asimilar "*diseño de autor*" con la producción de prendas originales. Claro que acá debiéramos aclarar que esta situación de crear productos innovadores no era una situación habitual dentro de la industria de la indumentaria en Argentina, acostumbrada a copiar los lineamientos del exterior—primero europeos y luego sumando los estadounidenses— para producir la moda local. Lo original era un elemento disruptivo en un campo que conducía a la homogenización dentro de un mercado asimétrico para los segmentos de riesgo.

El ciclo *Las Cosas del Quehacer*, (2011) llevado adelante por el Observatorio de Tendencias del Instituto Nacional de Tecnología Industrial, el Centro Cultural España Córdoba y la Fundación Pro Tejer, que propone instancia de reflexión entre diseñadores de diferentes puntos del país, revela justamente en su denominación los avatares que surgen en la actividad de estos diseñadores donde muchas veces el poder especular sobre la actividad está desplazada por el esfuerzo que implica producir piezas originales dentro de entornos fluctuantes y limitantes, a la vez que comunicarlas y comercializarlas en públicos poco habituado a estos productos.

Porque el diseño, como toda actividad productiva, debe ser concebido considerando un abanico de circunstancias que lo hacen posibles, entre las que podemos mencionar como las más decisivas actualmente: formación que recibió el diseñador—si es que se formó en una carrera de diseño o en otra disciplina creativa—; la tecnología disponible—que configuran los procesos y sus grados de complejidad—; los insumos—variedad y accesibilidad de materiales con los que se puedan proveer en el mercado de bienes y servicios—; y la mano de obra capaz de construir las piezas proyectadas, considerando no sólo su conocimiento sino también los hábitos de su labor. Cada uno de estos aspectos y la relación que entabla el diseñador con ellos, adaptándose y trascendiéndolos, configura el camino de lo que denominamos "*el diseño posible*". Pero, a la vez, en la negociación y decisiones adoptadas frente a esas condiciones que se presentan claramente como restrictivas, es donde justamente el diseñador explora mayormente su capacidad creativa para pensar caminos alternativos. Esos trayectos no son lineales, sino que obligan al diseñador a volver una y otra vez sobre su concepción original de la pieza para reconfigurar sus lineamientos constructivos a partir de los recursos disponibles que brinda el contexto económico, social y cultural. Aquí se pone en juego cualidades no sólo como diseñador y productor, sino también como observador de ese entorno previo a la toma de decisiones. Su condición de emprendedor,

que lo diferencia de un profesional del diseño que cumple tareas diseñando en el área de una empresa de terceros, dialoga a lo largo de todo el proceso con su rol de diseñador.

En este sentido, indagando acerca de los tejidos disponibles, la industria textil argentina no proporciona ni variedad ni accesibilidad a diseñadores que deseen producir piezas diferenciadas en bajo volúmenes, distantes de la magnitud de producción de las grandes empresas de moda. Mientras que en otros sitios del mundo el material es un eslabón más en la cadena lineal de decisiones proyectuales, en la Argentina se convierte en el mayor obstáculo a sortear por los diseñadores. Es por ello que éstos deben partir de textiles idénticos para lograr un producto innovador que le garantice un éxito en el mercado del diseño de autor. Es por ello que el material se erige en epicentro a partir del cual tomar el resto de las decisiones, por encima de los deseos proyectuales previos que el hacedor tenía en mente. Pero justamente es en éste limitante donde se expande la creatividad de los hacedores, recurriendo a una profunda investigación a través de las tipologías, morfologías y texturas. Del mismo modo, a estos recursos de diseño se suma una exploración profunda a nivel estético, con una multiplicidad de referencias simbólicas, como uno de los rasgos más explotados por los diseñadores. De hecho, podríamos pensar que en los últimos 10 años se ha producido un desfase entre la innovación de los diseñadores, marcada por la generación permanente de nuevas propuestas en la indumentaria, y la poca invención de los proveedores textiles.

El predominio de la imaginación y de la creatividad, haciendo un uso intensivo de la mano de obra, más que la aplicación intensiva de capital, es el ADN del diseño nacional. En este punto, es donde justamente los procesos tradicionales se encuentran con los alternativos; donde las tecnologías disponibles, de diferente índole, dialogan entre sí, desde la más compleja a la más rudimentaria; donde los saberes ancestrales se fusionan con los contemporáneos, dando como resultado metodologías híbridas. La interacción de elementos industriales y artesanales en una misma pieza, más allá de ser un factor diferenciador frente a los productos masivos, es una condición necesaria en un contexto productivo dinámico atravesado por esas limitaciones que describíamos en los párrafos anteriores. En una entrevista realizada para la investigación *Mapa de Diseño Argentino*, llevada adelante por el INTI y Fundación Pro Tejer, la exitosa diseñadora Jessica Trosman me relató cómo su lenguaje de diseño –atravesado por una exploración constante en las morfologías de las prendas, el trabajo con complejos recursos de costuras y la intervención de los tejidos para lograr texturas asombrosas– era consecuencia, en parte, de esa búsqueda por agregarle valor a los productos construidos con textiles básicos que el mercado local provee. Esa operatoria es posible observarla en la labor de todos los diseñadores de autor, capaces de lograr propuestas innovadoras con materiales comunes.

La práctica exige abandonar los procesos lineales para avanzar en esquemas más flexibles que incorporen nuevas maneras de aprendizaje y producción. De ese modo, la instancia proyectual dialoga de manera más fluida con las posibilidades constructivas, permitiendo emerger un sinfín de modos del hacer que llevan intrínseca la vibración local. La lógica de trabajo de los diseñadores fluctúa entre la permanencia y el cambio, ante un contexto que por momentos adquiere una dinámica frenética. En ese mar de posibilidades, muchos optan por concebir las piezas previamente a través de dibujos anticipando todas sus características; mientras que otros arman las prendas directamente sobre maniqués para hallar nuevas formas en el espacio con el material en mano; como así también están quienes trabajan con las texturas interviniendo primeramente los paños textiles; y habrá quienes trabajen la superficie de los tejidos una vez

que las prendas estén construidas. En casi la mayoría de los casos, en algún momento del proceso productivo, interviene la terminación manual para aplicar, al menos, algún detalle, siendo en muchos el 50% de la realización de la pieza. Y en todos los ejemplos, lo premeditado queda subsumido a lo posible, porque al ser diseñadores y, a la vez, gestores de su propia empresa, los diseñadores tienen un único objetivo a cumplir: hacer y vender bienes diferenciados.

La sola producción industrial de prendas, con sus grandes volúmenes de productos propios de un mercado ávido de ventas constantes, no debe ser una condición para adjudicar el sello de diseño a las piezas, aún más teniendo en cuenta las tendencias de consumo apuntan a la diferenciación de nichos en los mercados locales. La trazabilidad de los productos toman protagonismo a la vez que los usuarios quieren incorporar a sus estilos de vida aquella indumentaria innovadora donde la réplica no sea una posibilidad, o si la es, que sean entonces en ediciones limitadas. Del mismo modo, la formación de origen de quienes producen indumentaria no puede ser un parámetro para determinar quién es diseñador o no. Esa visión tradicional del conocimiento, asociado al academicismo, tiene un rasgo profundamente elitista en territorios donde la distribución de conocimiento y acceso a la educación no es homogénea. Por caso, es necesario considerar que en Argentina sólo la ciudad de Buenos Aires tiene una institución educativa pública que dicte la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil, hablamos de la Universidad de Buenos Aires que, además, posee un enorme prestigio. El resto de los habitantes del país interesados en formarse en esa disciplina carecen de esa posibilidad si no tienen los recursos, o las ganas de abandonar sus ciudades, para trasladarse a vivir a la Capital Federal. Ese sería uno de los puntos a considerar, pero el otro se relaciona con el hecho que algunas de las piezas más innovadoras del diseño argentino están siendo producidas por creativos que decidieron formarse en otras disciplinas, para luego comenzar a producir indumentaria. Tanto los unos como los otros, se erigen en auténticos diseñadores, idóneos en las temáticas de la profesión a través de las maneras del conocimiento autodidacta, al producir indumentaria con valor agregado de manera regular y abriendo nuevos horizontes, mucho más que otros que tuvieron formación universitaria y se dedican a copiar productos de moda del exterior para el mercado local.

Esas formaciones de origen heterogéneo también son generadoras de algunos de los cruces de disciplinas más audaces, ya que los diseñadores recurren a conocimientos de su experiencia en otros campos para lograr prendas innovadoras. Es la instancia en el que arte, la artesanía y el diseño, comienzan a dialogar haciendo uso de una cultura común de trabajo de enorme riqueza, que ellos reactualizan proyectándola hacia el futuro. En esas hibridaciones de tipologías, texturas y morfologías, es donde las piezas adquieren un valor simbólico de extraordinario poder de identificación, generando una trazabilidad con múltiples orígenes. Es el poder de las referencias el que tiñe a las prendas del diseño de autor con verdaderos relatos que las trascienden ganando en comunicación con los consumidores.

La firma Manto nace a partir de los viajes realizados por las diseñadoras Clara De La Torre y Diana Dai a los pueblos del noroeste argentino; donde la energía del lugar, su gente y su cultura resultaron fundamentales para generar en ellas la idea de un proyecto de trabajo que revalorizara las técnicas ancestrales de tejidos. Este emprendimiento se involucra con el medio donde el artesano reside y trabaja, como punto de partida para integrar la dinámica urbana con la naturaleza andina a través del textil y la estampa, conformando la esencia de cada abrigo que producen. Se utiliza la técnica artesanal de tejido de lana, en telares manuales, en el lugar de origen del artesano. También el reciclado de caucho proveniente de cámaras de autos y bicicle-

tas, conformando –también de manera artesanal– un hilo que se teje solo, o mezclado con lana, sirve de insumo para la generación de las piezas textiles. Para la estampa de los telares se usa la técnica artesanal de serigrafía, aplicada sobre prendas que destacan desde lo morfológico el corte y la construcción de sastrería tanto de hombre como de mujer (perfil creativo de la firma *Manto* en www.xlacalle.com, proyecto de difusión de INTI - Fundación Pro Tejer, 2011).

La sensibilidad para observar, relacionar y hacer, es común a los hacedores que poseen la capacidad de transformación sobre su entorno, donde los objetos cumplen un papel importante. En ese camino es donde se reúnen e interactúan los diferentes campos creativos. Pero más allá de los diálogos posibles, que abren nuevos horizontes, es necesario poder hacer una diferencia analítica entre el arte, la artesanía y el diseño, para poder comprender las lógicas productivas y particulares que cada una de ellas posee, no sólo para potenciar sus aspectos colectivos sino también para pensar metodologías inéditas que tiendan a la actualización de los lenguajes.

Sobre la disciplina del arte no me voy a explayar, simplemente porque carezco de los conocimientos para hacerlo; sólo me parece indicado señalar que las piezas que producen los artistas evitan un aspecto fundamental que llevan consigo la artesanía y el diseño: la funcionalidad. Dirigidas hacia la contemplación, la movilización de los sentidos, y, en algunos casos, como elementos disparadores de procesos de comprensión, las obras de arte están eximidas de un criterio de funcionalidad claramente demarcado, como puede tener una prenda. En el caso de la artesanía ese requisito de funcionalidad está presente, aunque en no pocos casos supeditados a la expresión del conocimiento y reafirmación de pertenencia a una comunidad que implica el uso de determinada técnica. La piezas artesanales son medios para la transmisión de sabiduría y expresión de una cultura comunitaria. Pero en referencia al diseño esa condición de funcionalidad es determinante, por eso adhiero a aquella metáfora que dice que una prenda que no es usada es como un bailarín que no baila, o sea, no alcanza a cerrar su ciclo para la que fue proyectada y construida. En este sentido, una prenda concebida sólo para ser contemplada es una obra de arte, lo cual adquiere un valor constructivo y simbólico muy importante, pero no es una pieza de diseño.

Algunos de estos casos híbridos se plantean cuando, por ejemplo, un artista decide comenzar a trabajar con la indumentaria como un soporte más para expresar su lenguaje plástico –como en los casos de Florece, Iandra Kohan, Virginia Chohuy, Lindo Killer o HUE– y es entonces cuando las prendas se convierten en lo que muchos de ellos suelen denominar "cuadros portables". Sin embargo, esa "portabilidad" de una pieza que fue concebida para el cuerpo de una persona, tendiente a satisfacer una necesidad física, simbólica o psicológica, es lo que la convierte en una pieza de diseño creada por un hacedor con un origen de formación artista. Que le podamos atribuir un valor estético a la indumentaria, resultado de la gestualidad plasmada a través de las texturas y los colores, no debe hacernos perder de vista la funcionalidad que se le atribuye a la misma, porque de otro modo eso podría ser directamente concebido como cuadro sin necesidad de colgar de un cuerpo, sino de una pared. Lo que suele confundir muchas veces las definiciones es el carácter de los hacedores que pueden moverse con facilidad creando piezas en diferentes disciplinas: arte, diseño o artesanía.

Es habitual resaltar comunicativamente el valor artístico de una pieza de diseño con el objetivo de señalar su carácter creativo y el valor simbólico que le atribuimos, y eso no va en desmedro de su funcionalidad, sino que se suma a los aspectos estéticos de la prenda. Estos diálogos se establecen habitualmente porque lo que tienen en común la labor de los artistas, los artesanos

y los diseñadores es, en un primer término, la creatividad como motor de sus actividades unida a la pericia del hacer –lo que llamamos las técnicas–, que se materializa mayormente en objetos que, en muchos casos, desafían lo conocido. La originalidad en las tres disciplinas en una exigencia siempre presente que impulsa a las variaciones, reciclajes, adaptaciones, relecturas y fusiones, provocando el surgimiento de nuevas piezas. En diseño eso se define como proceso de innovación, mientras que en la artesanía, campo menos propenso a los conceptos, simplemente se llama "hacer algo nuevo"; en ambos casos la efectividad es la misma. Del mismo modo, el arte, la artesanía y el diseño, son tributarias de la expresión personal de sus hacedores a la vez que se integran en lo que llamamos la expresión colectiva de una comunidad. Cada una de estas disciplinas hace su valioso e insustituible aporte, a través de los desarrollos de las técnicas y su experiencia, a la cultura común de trabajo de una nación a la cual sirven también de canales de expresión.

Entonces, si coincidimos que la labor del artista, del artesano y del diseñador implica la realización de piezas que ponen en juego la valoración estética, una habilidad constructiva e interacción con los recursos disponibles, es posible dar cuenta que esos lazos en común es lo que provoca un buen entendimiento entre estas disciplinas, pero, a la vez, emerge la confusión cuando se plantean prendas que se deslizan por los límites de las mismas. Sin embargo, eso no debe hacer perdernos de vista las lógicas diferentes de sus objetivos, más que nada cuando planteamos desde diferentes ámbitos la necesidad de formar y/o actualizar los lenguajes en cada una de ellas. Esto suele suceder principalmente con el diseño y la artesanía, que comparten la funcionalidad como uno de sus requisitos, a diferencia del arte, lo que genera miradas erradas sobre el abordaje de estas disciplinas.

Durante el Siglo XX el diseño emergió, se desarrolló y, prácticamente, invadió cada uno de los ámbitos productivos de la industria en un contexto de avances tecnológicos y expansión de mercados masivos a nivel global. La creciente demanda de productos que deben satisfacer las necesidades, en su mayoría autogeneradas por el propio mercado, hizo del diseño un instrumento válido para desarrollar productos innovadores alimentando la sed de novedad. Deseos aspiracionales de consumidores ávidos de obtener "lo último" pone al diseño al servicio de una dinámica permanente de recambio de objetos. La exploración de nuevas funcionalidades, materiales y procesos constructivos, se ve subsumido por el reinado de la imagen y la faceta estética satisfaciendo la pulsión de las personas a la compra, habituadas a la comunicación ágil e impactante. Eso en la indumentaria se ve acrecentado por los ciclos de producción y consumo que impone la moda global a través de las temporadas, que implican que cada seis meses –en un comienzo, ya que ahora se suman los productos de pre-temporada, reduciendo cada tres la necesidad de novedad– nuevas prendas deben ponerse a la venta para que lo consumidores mantengan su ritmo de compra.

La innovación en la indumentaria, producto de nuevas prestaciones, con un componente estético muy fuerte, se convierte entonces en un camino que por momentos se enturbia en su búsqueda frenética por la novedad. Del mismo modo, los criterios que marcan esas "*nuevas prestaciones*" están signados por la contingencia, ya que carecen de estabilidad en el tiempo dependiendo más del humor social que de la profundidad de los planteos, donde ciertos conceptos contemporáneos ganan legitimidad e invaden esos aspectos funcionales, simbólicos y psicológicos de la producción. Ahora bien, ese microclima que vive la disciplina del diseño, con sus argumentos y conceptos, en su mayoría provienen de paradigmas de la disciplina que no

han sido pensados genuinamente desde el territorio desde donde produce el diseñador, sino que son tributario de concepciones provenientes de otros países con contextos productivos, sociales y culturales, que, en algunos casos, son diametralmente opuestos. En esa necesidad de recibir legitimidad desde una mirada externa, principalmente desde los centros de producción de conocimientos que cada disciplina rinde tributo, se pierde la acción de crear paradigmas genuinos que, tal vez, pueden resultar más útiles para los hacedores de estas tierras. Pero lo más grave es cuando esos paradigmas foráneos comienzan a ejercer influencia sobre otras disciplinas de producción local, con lógicas muy diferentes, como, por ejemplo, la artesanía.

En Argentina y Latinoamérica se ha extendido un enfoque para abordar la actualización de los lenguajes artesanales, ya sea indumentaria como de otros rubros, resultando en muchos casos erróneos. Esas perspectivas son concebidas desde la lógica del diseño ofreciendo una gama de herramientas, conceptos y procedimientos que esta disciplina posee, sin preguntarse exactamente por el verdadero espíritu que entraña la artesanía, por ejemplo, la transmisión de un saber ancestral. Pareciera que el único camino posible para lograr una artesanía más acorde con los parámetros contemporáneos de la novedad, requerimiento que además podemos poner en discusión, debe ser a través de la actividad proyectual que el diseño propone. Es así que la racionalidad en la concepción de los productos –además, ¿será válido referirse a una artesanía con el término "producto"?– y la gestión del proceso artesanal, adaptados a los requerimientos del mercado, se difunden entre los artesanos que muchas veces, angustiados por sus necesidades económicas y sociales, aceptan llevar adelante esos preceptos de manera acrítica, repercutiendo en una pérdida de identidad del hacer. Del mismo modo, se tiende a pensar erróneamente que la artesanía debe comercializarse en los mercados del diseño y de la moda, suponiendo que las piezas artesanales serán del interés de esos consumidores si se las "adapta" a los lineamientos estéticos y productivos reinantes a nivel global.

En muchos casos esos abordajes tienden a satisfacer más la aspiración de los profesionales del diseño que llevan adelante los mecanismos de intervención, que el deseo de la población sobre la cual se trabaja. Es por este hecho que, dentro del Observatorio de Tendencias INTI establecimos un criterio por el cual nuestras capacitaciones, dirigidas principalmente a aquellos hacedores que desarrollan o quieren desarrollar la tarea de diseñadores de indumentaria –más allá de su formación de origen– no son brindadas a artesanos a menos que ellos manifiesten la intención de trabajar con la disciplina del diseño. Pero esa decisión debe tomarla conscientemente el artesano sabiendo que las herramientas del diseño no son la única vía para actualizar su lenguaje creativo en pos de lograr piezas nuevas. Porque existen experiencias, poco difundidas y sistematizadas, pero de enorme efectividad, donde la búsqueda por lograr nuevos caminos para la artesanía se logra desde la misma tradición artesanal, produciendo esas transformaciones que agregan valor a las piezas. El error de creer que toda producción debe reactualizarse desde el diseño provoca no pocas consecuencias negativas en la producción artesanal, a la vez que ejerce un poder devastador en el ánimo de las personas que son incitadas a cambiar su lógica de trabajo en plan por adaptarse al mercado.

El distrito "La Guardia", una pequeña población que linda con la ciudad Santa Fe, es testigo de una de las experiencias más exitosas en el ámbito de la artesanía. Allí, el Taller de Cerámica La Guardia ha generado una reactualización y expansión de los lenguajes ancestrales a través de las mismas posibilidades que la disciplina de la artesanía provee, trabajando en una exploración de las herramientas autóctonas fusionadas con la labor contemporánea. El taller, coordinado

por Juliana Frías, dependiente del Liceo Municipal "Antonio Fuentes de Arco", es un espacio dedicado a la producción de piezas de cerámica, respetando y valorando su tradición, que recogen en sí mismas la historia, la geografía, el hacer y la cultura litoraleña. Con materia prima recogida del riacho Santa Fe, principalmente arcilla, un grupo de artesanos desarrolla piezas de enorme belleza que reactualizan los fragmentos de la propia cultura a partir de investigar diferentes lineamientos, tanto constructivos como estéticos, de otras ramas de la cerámica regional y continental. Los resultados son piezas artesanales, donde la huella de su hacedor está presente, generando una gran identificación con aquellos consumidores que son sensibles a ese tipo de producción cultural que entraña la artesanía.

Del mismo modo que encontramos esta experiencia exitosa de abordaje de la artesanía a partir de la misma disciplina, también es posible hallar proyectos válidos para la actualización de la artesanía a través del diseño, cuya pertinencia sólo es posible si los artesanos comprenden y aceptan conscientemente repensar su producción a partir de esos lineamientos exógenos. Este es el caso de Ñandeva, un programa trinacional de diseño artesanal, ejecutado por los países de Argentina, Brasil y Paraguay; cuyo objetivo es fortalecer la identidad de la Región Trinacional del Iguazú por medio de la inserción de elementos e íconos que remiten a la cultura de estos pueblos, en un diálogo permanente entre diseñadores y artesanos. Es justamente ese intercambio horizontal y respetuoso entre hacedores, con lógicas diferentes pero complementarias en pie de igualdad, lo que logra que los resultados sean exitosos. En los diferentes rubros, los lenguajes creativos de la artesanía se expanden incorporando nuevos recursos estéticos y constructivos, mejorando la prestación y calidad de las piezas a la vez que se exalta el valor que otorga el saber ancestral que los artesanos entrañan, sin quedar subsumidos por la disciplina proyectual. Sin embargo, son constantes los cruces permanentes que se dan de modo natural o intencional entre los diferentes campos en la cotidianeidad del hacer de los diseñadores. Esa diferencia analítica que hacemos sobre las lógicas productivas, en la realidad se presenta fusionadas de un modo auténtico, enseñándonos que los límites se desvanecen a favor de la emergencia de la creatividad. Describiendo su labor, la diseñadora de indumentaria salteña Roxana Liendro, con una formación de origen en la orfebrería, relata con su ritmo cansino:

mezclo materiales autóctonos –como astas, huesos, semillas, fibras animales y vegetales, metales, plata, cobre, hierro, bronce, y alpaca–, con textiles industriales –algodón–, tejidos de la zona –aguayos, picotes, barracán– y otros materiales no convencionales –plásticos, cartón, fieltro, papel, y goma. Investigar en las múltiples posibilidades constructivas y estéticas es una parte esencial de mi trabajo. Combinar, fusionar y reciclar (Las Cosas del Quehacer, 2011).

dando lugar a algunas de las piezas más innovadoras del diseño argentino. Esa libertad creativa a la hora de dar vida a una prenda, haciendo un uso desprejuiciado de los orígenes, técnicas y saberes, es una operatoria de trabajo de los diseñadores contemporáneos extendida por todo el territorio, confirmando una nueva tradición que muchas veces no es comprendida desde las teorías. Porque en el ámbito específico del diseño de indumentaria el proceso de reproducción acrítica de paradigmas de conocimientos foráneos mantiene su reinado, donde se establecen férreos parámetros para juzgar la producción actual de los nuevos diseñadores que desde la máxima autenticidad proponen innovaciones acordes al entorno cultural y productivo local. El diseño

de indumentaria de autor, como dijimos anteriormente, es justamente un desafío permanente a esos paradigmas aplicados rígidamente, contruidos desde arriba y no concebidos desde la experiencia que brinda trabajar en el llano. En este sentido, las teorías ortodoxas del diseño no pueden procesar adecuadamente que el objetivo de un diseñador no sea la producción industrial masiva, sino que privilegie el pequeño volumen como manera de generar valor extra a la piezas innovadoras; que la instancia proyectual no sea lineal y ordenada, sino más bien que tienda a la flexibilidad y el dinamismo, bañada por un halo caótico que los argentinos en sí tienen a la hora de crear; lo mismo se transfiere a la gestión de las empresas, ya que los diseñadores tienen su labor cotidiana proyectual con la gestión de los emprendimientos entremezclando roles; que asimismo instancias fuertes de trabajo artesanal se fusionen con recursos industriales generando procesos híbridos de trabajo; y, fundamentalmente, que muchos de quienes hoy en día diseñan y producen indumentaria de manera regular, con empresas de más de 4 años de trayectoria exitosa, hayan aprendido de manera autodidacta sin pasar por instituciones educativas, ni públicas ni privadas. Esa habilidad que otorga el haber aprendido haciendo sobre la marcha, esa experiencia palpable en la producción cotidiana, hace que las personas idóneas en diseño también tengan fallas técnicas en su labor, sin embargo, estas no son ni más ni menos fundamentales que las falencias con las que egresan los estudiantes de carreras de diseño, muchas de ellas vinculadas a aspectos productivos y constructivos, al recibir formaciones disociadas con el hacer cotidiano, principalmente, con la confección.

Lo cierto es que los niveles de innovación son habituales tanto en aquellos que recibieron una formación formal como quienes aprendieron de manera autodidacta (incluyendo a otros que se formaron académicamente en otras disciplinas), pero es correcto señalar que los aspectos de la indumentaria sobre los cuales innovan asiduamente unos y otros son diferentes. A grandes rasgos, podemos observar que mientras los primeros –racionales y lineales en su metodologías– trabajan más sobre aspectos vinculados a la morfología, la exploración del cuerpo en relación al espacio y texturas modificadas desde sus tramas a través de metodologías industriales; los segundos –flexibles y anárquicos en su hacer– trabajan principalmente con la incorporación y cruces de recursos de otras disciplinas creativas, la variación de texturas no convencionales a través de la manipulación de los tejidos o la modificación de las estructuras de los textiles a través de técnicas artesanales.

Como queda en evidencia, los rasgos del diseño argentino no pertenecen exclusivamente ni a uno ni a los otros, sino que la complementariedad y los diálogos de ambas metodologías de trabajo es lo que comprenden los actuales lenguajes del diseño local. Más interesante es resaltar que lo que carecen unos está presente en los otros y viceversa, y que, como estrategia a futuro, la transferencia de conocimientos entre todos será una de los caminos a seguir. En este sentido, es fundamental comprender la complejidad del campo de diseño sobre el que se trabaja, observando las diferencias, interpretando sus potencialidades y dando cuenta de sus problemáticas, procesando las divergencias no como falencias sino como posibles insumos para desarrollar abordajes de mayor utilidad y riqueza. El enfoque proveniente del desarrollo local, con su especial atención a la elaboración de diagnósticos productivos y culturales territoriales, donde el deseo y el sentir de la población es un factor clave para definir políticas públicas, pudiendo aportar importantes elementos de la identidad, resultará útil para las estrategias a mediano plazo. Del mismo modo, también para que los hacedores –artesanos o diseñadores– puedan decidir acerca del futuro de su actividad, es necesario aportarles información sobre las diferentes

posibilidades que existen, no ofreciéndoles una única alternativa para actualizar sus lenguajes. Reconocer las ventajas y desventajas de cada lógica productiva es un deber desde las instituciones, reconociendo las variaciones que dentro de cada disciplina se generan, más allá de que los hacedores luego provoquen nuevos cruces a través de sus prácticas, obligándonos a revisar nuestros enfoques en una dinámica permanente; pero de ningún modo las políticas públicas –entre las que se incluyen las de formación– pueden condicionar la producción y los discursos de los hacedores con enfoques errados y estáticos, como se sucede actualmente.

Nuevamente la necesidad de establecer marcos teóricos pertinentes emerge como una actividad pendiente. Algo llamativo que sucedió en el último tiempo, es que presurosos por obtener un enfoque válido para brindar asistencia y apoyo a los diseñadores de indumentaria de autor que habían sido desterrados de la ortodoxia del diseño, muchos gestores, entre los que me incluyo, e instituciones, recurrimos a los conceptos de "industrias creativas" o "industrias culturales" para dar visibilidad a la producción de diseño local.

El gran desafío de analizar un segmento particular del diseño desde el enfoque de las Industrias Creativas, o Industrias Culturales, es que también existe poco material académico al cual recurrir. Generalmente las bibliografías que encontramos refieren a la industria del disco y del libro, a partir de las cuales se construyen reflexiones y guías de acción. El diseño es definido desde la generalidad que brinda el concepto mismo de la UNESCO, siendo las industrias creativas "aquellas en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo substancial e incluye sectores como la arquitectura y publicidad" (www.portal.unesco.org, s/f). En este sentido, las IC son aquellas "cuyos bienes y servicios culturales son producidos, reproducidos, conservados y difundidos según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando estrategias de carácter económico" (www.portal.unesco.org, s/f). Sin embargo, Daniel Mato reconoce que "trascienden el concepto de producción en serie" donde "se han generado relaciones transversales que recorren diversos sectores de manera que podría postularse que o ya no hay especificidad o que todo es cultural" (Mato, 2002). Sobre éste último rasgo es que comenzamos a comprender el fenómeno del diseño con mayor amplitud y riqueza.

Debemos considerar al diseño de indumentaria de autor, intrínsecamente vinculado a su rol de emprendedor, como aquel que genera productos con una alta dosis de originalidad a través de un lenguaje creativo innovador sostenido en el tiempo. Esto significa que, ese creativo no está determinado por las tendencias de moda de temporada a la hora de configurar sus colecciones –de ahí deviene la idea de cierta "independencia" que se asocia con este segmento–, sino que busca crear productos diferenciales sin perder de vista la funcionalidad real (física, simbólica y/o psicológica) con un alto valor agregado a través de una notable –deben ser prendas claramente innovadoras, o sea, que aporten nuevas posibilidades al diseño de indumentaria– y constante –debe haber una coherencia conceptual y un trabajo sostenido en el tiempo– experimentación en distintos puntos del proceso de diseño. Eso se traduce en nuevas posibilidades en las texturas de los tejidos y/o en la moldería y tipologías de las piezas y/o en las proyecciones simbólicas de las prendas. En ese proceso su interacción con el contexto social, cultural y económico, con implicancias temporales históricas y coyunturales, condiciona elecciones y configura maneras de hacer.

Desde un enfoque próximo a las Industrias Culturales, esta actividad de diseño cuadra con la "indisoluble dualidad cultural y económica" de su raíz, que señala Milagros De Corral (2005), haciendo referencia a sectores que "conjugan creación, producción y comercialización de bie-

nes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por derechos de autor". (De Corral, 2005). Podríamos pensar que el carácter simbólico de las prendas de diseño de autor prevalece por sobre los otros aspectos, porque la identificación que se busca con el usuario se hace a partir de criterios de originalidad e innovación, exacerbando la matriz discursiva de los productos. En este último aspecto es donde estas empresas, más allá de las subjetividades de sus diseñadores, pueden obtener una ventaja comparativa real ya que innovar sobre aspectos tecnológicos, materiales y procesos, para crear productos con una mayor *performance* suele implicar un costo difícil de afrontar por sus escalas de producción e inversión de capitales que se requiere. En el caso de los derechos de autor, la protección adquiere otras dimensiones de mayor complejidad que implica desde aspectos operativos hasta condiciones de competencia propios del mercado de indumentaria donde se insertan que puede desalentar esta práctica por vía legal.

La concepción de IC tiene un límite para abarcar el fenómeno del diseño de autor en Argentina cuando se habla de los procesos industriales que involucra, como así también la inversión de capital y la división del trabajo. En este sentido, sostiene De Corral "tiene como eje la inserción de un trabajo simbólico en un proceso industrial basado en la inversión de capital y en la división del trabajo, que permite su conversión en mercancía" (De Corral, 2005). Muchas veces las definiciones de IC, como dijimos anteriormente, hacen referencias a sectores particulares como el libro o el disco donde la forma de producción y comercialización reviste otro carácter. En estos bienes, el contenido simbólico se inserta en el momento previo de la producción (elaboración de texto o música, y diseño de arte), luego la generación de los bienes en sí, se realiza a través de la producción seriada.

En el caso del diseño de autor la creatividad no sólo se aplica en el momento de concebir una prenda sino que durante el proceso de producción se lleva adelante un momento de activa creatividad para aplicar variaciones, detalles y terminaciones manuales que derivan en los productos diferenciados. Asimismo, la posibilidad de producir en grandes cantidades –en caso de que el diseñador así lo requiera– se dificulta por los inconvenientes que acarrea la propuesta de prendas diferenciadas ya sea en su moltería o textura. Estas producciones hacen interactuar procesos industriales y artesanales, tradicionales y alternativos, conocidos y desconocidos, que involucran al diseñador en distintos puntos del proceso. Es así que la división del trabajo no está del todo clara en muchos de los emprendimientos, ya que o la propia naturaleza del producto o del emprendimiento no lo permite. En referencia a la inversión de capital, es importante saber que las empresas de diseño de autor se basan –como muchas otras IC– más en la inversión de trabajo intensivo que de capitales.

Por lo tanto el concepto "Industria" en el término Industria Creativa o Cultural, imposibilitaría aprehender todas las escalas de este fenómeno; sin embargo puede resultar útil para la comprensión general aunque esas diferencias hay que marcarlas para no hacer lecturas erróneas.

¿El diseño de autor promueve y difunde la diversidad cultural a la vez que democratiza el acceso a la cultura? Esta es una pregunta que también nos debemos hacer si queremos enfocar el fenómeno desde la IC. Siguiendo con De Corral

las industrias culturales aportan así un valor añadido a los contenidos al tiempo que construyen y difunden valores culturales de interés individual y colectivo. Son por ello esenciales para promover y difundir la diversidad cultural así

como para democratizar el acceso a la cultura ya que, con la generalización de los bienes y servicios culturales, el hecho cultural pierde el carácter presencial que la hacía históricamente elitista (De Corral, 2005).

En esta misma línea, Néstor García Canclini, en su artículo Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos, observa que

la doble faceta de las industrias culturales –a la vez recurso económico y fuente de identidad y cohesión social– exige considerarlas con un doble enfoque: por un lado buscando el máximo aprovechamiento de sus aptitudes para contribuir al desarrollo de la economía, y por otro para que su afianzamiento económico favorezca la creatividad y la diversidad cultural (García Canclini, 2002).

Entonces, el diseño de indumentaria de autor se inscribe en una forma de hacer propia de cada territorio donde se produce y se legitima si esa actividad se lleva a cabo bajo la originalidad de un lenguaje creativo propio del diseñador. En otras palabras, una producción de prendas es diseño de autor si evidentemente entraña la originalidad en su propuesta despegándose de los parámetros "de moda" del momento. Se busca la trascendencia, no la inmediatez. Es así, que la inscripción de estas producciones de prendas en la oferta de bienes es fundamental para garantizar la diversidad de consumo; asimismo, la diversidad de la trama productiva –potenciada por la presencia de Micro y PYMES– se logra posibilitando la existencia de bienes y servicios con visiones diferenciales que permitan expresar la sinergia cultural y productiva de una comunidad. Ahora bien, si estamos de acuerdo con que la realidad nos demuestra la existencia de una nueva manera de hacer, producir y decir, comprendemos la urgencia que entraña generar los marcos adecuados para colaborar en el desarrollo de esa actividad. Hoy en día, la innovación que producen los diseñadores argentinos no es acompañada por la generación de conocimientos y nuevas teorías locales que permitan una mayor comprensión y establezcan estrategias válidas de intervención. Lo insólito es que, así dadas las cosas, ni los conceptos de "diseño", "diseño de autor", "industrias creativas" e "industrias culturales", brindan un enfoque completamente válido que nos permita abarcar con toda la riqueza el fenómeno.

Si bien la formación académica del diseño debe formar y guiar a profesionales dispuestos a trabajar en la industria masiva de la indumentaria, respetando lineamientos y exigencias que el mercado impone, también debe incorporar en su concepción, sin negarlas, aquellas otras experiencias que están surgiendo y que son un dato de la realidad. Porque el nivel de emprendedorismo, la sinergia creativa, el contexto cultural, la comunicación promovida por las nuevas tecnológicas –siendo las redes sociales una herramienta fundamental– y las nuevas posibilidades del mercado, hacen prever que el crecimiento de emprendimientos conducidos por diseñadores –formados o idóneos– será cada vez mayor. De hecho, cuando se consulta a los estudiantes de las carreras de diseño de indumentaria acerca de su expectativa laboral, la gran mayoría expresa que quiere fundar su propia empresa como modo de autoempleo. En el mismo camino, se debe propiciar la democratización en el acceso a la formación del diseño estableciendo territorialmente nuevos centros educativos públicos que dicten la carrera de diseño de indumentaria y textil, integrados a los contextos particulares.

La construcción de paradigmas Latinoamericanos para abordar la producción de indumenta-

ria –problemática extensible a otros rubros como accesorios, joyería, calzado– se convierte en una labor fundamental. Para ello es necesario comprender las maneras del quehacer regional dando cuenta de las vibraciones que las prendas incorporan y de la diversidad de los lenguajes creativos, a la vez que percibir el complejo contexto social, cultural y productivo, dentro del cual desarrollan su trabajo los diseñadores. Sólo de esa manera se podrán generar los contenidos que complementen la producción original y entusiasta de los diseñadores, que emerge en todos los rincones del territorio sin pedirle permiso a nadie. De esta manera, se podrá avanzar en estrategias de abordaje inclusivas y con solvencia técnica, capaces de mejorar la calidad, la funcionalidad e innovación de las piezas, destacando los discursos individuales y colectivos, evitando la homogenización a través de la aplicación de recetas enlatadas. Será entonces un verdadero espíritu por reconocernos el que nos permita comprender la identidad del diseño en toda su dimensión y riqueza, para poder colaborar en su genuino desarrollo.

Referencias Bibliográficas

- De Corral, M. (2005). Hacia nuevas políticas de desarrollo de las Industrias Culturales, en: Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.
- Estudio Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina 2011*, (2011). Observatorio de Tendencias INTI - Fundación Pro Tejer: Ediciones INTI.
- García Canclini, N. (2002) . Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos, en: *Revista Interamericana de Bibliografía*.
- Las Cosas del Quehacer, debates en torno al diseño de indumentaria en Argentina* (2011). Centro Cultural España Córdoba –Observatorio de Tendencias INTI– Fundación Pro Tejer: Ediciones CCEC.
- Mato, D. (2002). All industries and forms of consumption are cultural. A critique of the ideas of 'Cultural Industries' and 'Cultural Consumption', ponencia presentada en el seminario Culture and Social Transformation in the Age of Globalization, New York University.
- Saulquin, S. (2011). Los desafíos en la formación de los diseñadores de indumentaria y textil, en *Estudio Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina 2011*. Observatorio de Tendencias INTI - Fundación Pro Tejer: Ediciones INTI.

Recursos Electrónicos

- Chaves, N. Diseño e ingeniería. Disponible en: [http// www.norbertochaves.com](http://www.norbertochaves.com).
- Por la Calle*, Circuitos de Diseño, Observatorio de Tendencias INTI, www.xlacalle.com (2010), Proyecto de difusión de INTI - Fundación Pro Tejer.
- Unesco. Disponible en: [http//www.portal.unesco.org](http://www.portal.unesco.org)

Abstract: Riflessione sulla produzione attuale di abbigliamento e design tessile in Argentina, sul dialogo con altre discipline produttive e sulle problematiche che nascono nell'affrontare i recenti sviluppi rispetto alle teorie tradizionali.

Parole chiave: abbigliamento - arte - artigianato - creatività - cultura - diagnosi produttiva - disegno - educazione - industria - politiche pubbliche - sviluppo locale - teoría.

Summary: Reflections on the current production of clothing and textile design in Argentina, their productive dialogues with other disciplines and issues to address current developments from traditional theories.

Keywords: arts - clothing - crafts - creativity - culture - design - education - industry - local development - productive diagnosis - public policies - theory.

Resumo: Reflexão sobre a produção atual do design de indumentária e têxtil em Argentina, seus diálogos com outras disciplinas produtivas e as problemáticas para abordar os desenvolvimentos atuais desde as teorias tradicionais.

Palavras chave: arte - artesanato - criatividade - cultura - desenvolvimento local - design - diagnóstico produtivo - educação - indumentária - indústria - políticas públicas - teoria.
