



Tipo de documento: Tesis de Doctorado

Título del documento: Entre artesanas y diseñadoras : un estudio sobre las disputas y negociaciones en los procesos de valuación de la artesanía indígena en su interacción con el diseño de indumentaria en Argentina, 2013-2019

Autores (en el caso de tesis y directores):

Valeria Cynthia Diaz

Paula Miguel, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2021

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Mg. Valeria Cynthia Diaz

Entre artesanas y diseñadoras

Un estudio sobre las disputas y negociaciones en los
procesos de valuación de la artesanía indígena en su
interacción con el diseño de indumentaria en Argentina
(2013-2019)

Tesis para optar por el título de doctora en ciencias sociales

Facultad de Ciencias Sociales
Universidad de Buenos Aires

Directora: Prof. Dra. Paula Miguel

Buenos Aires
2021

.UBAsociales

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Resumen

Esta tesis analiza la construcción colectiva de valor en los bienes artesanales indígenas, en su articulación con el diseño de indumentaria en Argentina desde el año 2013 hasta el 2019, período caracterizado por el impulso de la alianza artesanía-diseño desde el accionar del Estado, organizaciones locales e internacionales. A través del estudio de diversas experiencias productivas llevadas adelante por de los pueblos colla, qom y wichi en las provincias de Jujuy, Chaco y Formosa, se analizan los cambios en la producción artesanal indígena, su circulación, universo de creencias e imaginarios, en un complejo conjunto de posiciones, prácticas y sentidos. La investigación parte de un uso heurístico de los conceptos presentes en la sociología de la cultura y la producción simbólica del sociólogo Pierre Bourdieu (1979, 1995, 2000, 2006, 2007, 2008a, 2008b, Bourdieu y Wacquant, 2008, 2014a, 2014b; Boudieu y Delsaut, 2019), en diálogo con la sociología de las valuaciones monetarias (Appadurai 1991, Callon, 2008, Zelizer, 2009, Callon y Latour, 2011; Lorenc Valcarce, 2012; Villarreal, 2014; Muniesa *et al.*, 2017; Wilkis *et al.*, 2018) y elementos de la antropología ambiental y la ecología política, que permiten comprender la producción simbólica en un plano relacional e histórico, identificando el estado de las relaciones de fuerza entre las instituciones y agentes que estructuran el espacio productivo, el capital específico que se pone en juego y la configuración de un habitus artesanal atravesado por dinámicas globales que se expresan como flujos culturales asimétricos (Segato, 2007). La investigación que sustenta esta tesis se basa en una metodología de corte cualitativo, recuperando los planteos propuestos por la *etnosociología* (Bertaux, 1993) y la *etnografía multilocal* (Marcus, 1995), a partir del desarrollo de un trabajo de campo realizado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la provincia del Chaco, particularmente en la Ciudad de Resistencia, y las localidades J. J. Castelli, Fortín Lavalle y Miraflores. El diseño de esta investigación tuvo como principal propósito acercarse a la perspectiva de los actores –artesanas, diseñadoras, intermediarios, referentes de ONG y otros agentes– situados en un campo de producción específico y en un contexto *glocal* (Robertson, 1995) estructural que los atraviesa.

Abstract

This thesis analyzes the collective construction of value in indigenous artisanal goods, in its articulation with the design of clothing in Argentina from 2013 to 2019, a period characterized by the promotion of the craft-design alliance from the actions of the State and local and international organizations. Through the study of various productive experiences carried out by the artisans of the Colla, Qom and Wichi people in the provinces of Jujuy, Chaco and Formosa, the changes in indigenous artisan production come to light, in its circulation and universe of beliefs and imaginary, from a qualitative approach that attends to the complex set of positions, practices and meanings. The research is based on a heuristic approach to the concepts present in the sociology of culture and the symbolic production of the sociologist Pierre Bourdieu (1979, 1995, 2000, 2006, 2007, 2008a, 2008b, Bourdieu y Wacquant, 2008, 2014a, 2014b; Boudieu y Delsaut, 2019), in dialogue with the sociology of monetary valuations (Appadurai 1991, Callon, 2008, Zelizer, 2009, Callon and Latour, 2011; Lorenc Valcarce, 2012; Villarreal, 2014; Muniesa *et al.*, 2017; Wilkis *et al.*, 2018) and elements of environmental anthropology and political ecology, which allow us to understand symbolic production on a relational and historical plane, identifying the state of the power relations between the institutions and / or agents that structure the productive space, the specific capital that is put into play and the configuration of an artisan habitus crossed by global dynamics that are expressed as asymmetric cultural flows (Segato, 2007). The research is based on a qualitative methodology, recovering the postulates proposed by *ethnosociology* (Bertaux, 1993) and *multi-sited ethnography* (Marcus, 1995), from the development of a field work carried out in the Autonomous City of Buenos Aires and in the province of Chaco, particularly in the City of Resistencia, and the towns of J.J.Castelli, Fortín Lavalle and Miraflores. The main purpose of the design of this research was to approach the perspective of the actors - artisans, designers, intermediaries, NGO referents and other agents - located in a specific production field and in a structural *glocal* (Robertson, 1995) context that runs through them.

ÍNDICE

Resumen	2
Agradecimientos	5
Lista de imágenes y cuadros	8
INTRODUCCIÓN	10
Preguntas problema, hipótesis y objetivos de investigación	16
Estrategia de abordaje	20
Estructura de la tesis	21
CAPÍTULO I · ENCUADRE. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS	24
I 1. Núcleos reflexivos sobre la producción artesanal: debates vigentes, respuestas abiertas	26
I.1.a. ¿Armonizar lo útil con lo simple y lo bello? De miradas esencialistas a aproximaciones integrales de la artesanía indígena	29
I.1.b. La configuración del diseño de indumentaria argentino como oportunidad para el surgimiento de experiencias productivas en su interacción con el sector artesanal	40
I.2. Reflexiones y decisiones teórico-metodológicas del proceso de investigación	47
I.2.a. La etnosociología como enfoque: buscando las voces de las artesanas	48
I.2.b. La etnosociología como método: reflexiones sobre estrategias desbordadas	50
I.2.c. La etnosociología como texto: la definición del contexto teórico como proceso situado	58
Balance	69
CAPÍTULO II · ARTESANAS INDÍGENAS ¿MUJERES TRABAJADORAS Y LIDERESAS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE?	72
II.1. Artesanas y experiencias productivas: entre la “lógica de pedido” y la intuición	73
II.2. Las disputas en la construcción de valor de las artesanías y la mujer indígena en clave de desarrollo sostenible	94
Balance	109
CAPÍTULO III · LA ALIANZA ARTESANÍA-DISEÑO Y LAS INSTANCIAS DE MEDIACIÓN SIMBÓLICA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA MODA SOSTENIBLE LOCAL	112
III.1. Diseñadoras y artesanas: el desarrollo de nuevas subjetividades y dinámicas productivas empáticas	113
III.2. La prensa, las instituciones y los colectivos de profesionales en el debate de la moda sostenible y la alianza artesanía-diseño como valor	129
III.3. Los intermediarios en el sector artesanal: negociaciones y tensiones en la definición de valor de la artesanía indígena	145
Balance	148

CAPÍTULO IV · POLÍTICAS EN DISPUTA: EL ROL DEL ESTADO Y LA UNIVERSIDAD EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA ALIANZA ARTESANÍA-DISEÑO	152
IV.1. El <i>Mercado de Industrias Creativas Argentinas</i> como motor de la alianza artesanía-diseño	154
IV.2. El festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> : entre mesas colaborativas y muestras interdisciplinarias	170
IV.3. Las artesanas en la universidad y las diseñadoras en el territorio	175
Balance	183
CONCLUSIONES	187
BIBLIOGRAFÍA	193
Fuentes documentales	215
Notas de prensa	215
Otros medios gráficos	224
Documentos e informes	224
Sitios web consultados	227
Redes sociales	230
Videos	231
ANEXOS	232
ANEXO N°1 · Cuadro de entrevistas, observaciones participantes e instancias colaborativas realizadas junto a artesanas y cooperativas artesanales indígenas	233
ANEXO N°2 · Entrevistas a ONG, fundaciones, organizaciones religiosas, comercializadoras y movimientos sociales ligadas al sector artesanal	237
ANEXO N°3 · Serie de imágenes utilizadas durante el trabajo de campo	238
ANEXO N°4 · Emprendimientos de diseño local ligados al sector artesanal y registro de observaciones de eventos dedicados a la alianza artesanía-diseño	241
ANEXO N°5 · Funcionarios públicos entrevistados	246

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a mi Directora de tesis, Dra. Paula Miguel, quien con calidez y compromiso me acompañó en mi formación como investigadora. Desde el desarrollo de mi tesis de maestría en la Facultad de Ciencias Económicas (FCE-UBA) hasta la finalización de esta tesis de doctorado en la Facultad de Sociales (FSOC-UBA), fuiste un pilar fundamental para avanzar y construir puentes entre las distintas facetas de mi perfil académico. Gracias Paula por tu generosidad y vocación docente.

Como egresada de la Carrera de Artes de la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL-UBA), el poder continuar mis estudios de posgrado en la Universidad de Buenos Aires me abrió a nuevas posibilidades de reflexión interdisciplinaria junto a una comunidad vital de intelectuales, docentes y compañeros. Agradezco especialmente a la Facultad de Ciencias Sociales por ser parte de mi crecimiento humano y profesional. La UBA es indudablemente mi segundo hogar. Además, quiero reconocer el apoyo del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica en mi formación como investigadora. Además, quiero dar las gracias a mis compañeros de UBACyT y del Observatorio del Valor Artesanal por su calidez y apoyo. Gracias: Lic. Juan Bello, Lic. Gabriela Alatsis, Dr. Ezequiel Saferstein, Lic. Roxana Amarilla, Lic. Ángeles Sanánez y Lic. Romina Wendling.

Durante mi proceso de investigación tuve la oportunidad de conocer profesores entrañables como el Contador Héctor Larroca, que supo ser un consejero brillante y perspicaz. Además, quiero agradecer a los docentes de los seminarios de doctorado, quienes me impulsaron a complejizar mi capacidad de análisis y abordajes teóricos. Gracias: Dra. Andrea Andujar, Dra. Débora D'Antonio, Dr. Mariano Perelman, Dra. Lucila Salleras, Dra. Mercedes Bracco, Lic. Patricia Salatino y la Dra. Daniela Slipak.

Asimismo, agradezco a los funcionarios, referentes indígenas y miembros de distintos espacios culturales que me facilitaron el acceso a museos, centros de investigación, jornadas, informes y compartieron largas charlas de intercambio. Gracias: Roxana Amarilla, Luciana Mignoli, Ariel Steimberg, Carolina Sampor, Francisco Benitez, Gabriela Barrios, Ibanna Pérez, Lecko Zamora, José Orquera, Yanina Bernio, Cynthia Corvalán, Mauro Flores, Adrián Contreras, Hernán Ramírez, Agostina Nicoletti, Silvina Sampastu, Leonardo Juber, y Joni

Marcelo Torres. En este marco, quiero agradecer especialmente a Griselda Morales y Claudio Largo miembros del Coro qom *Chelaalapi*, con quienes nos reunimos en el patio del Centro Cultural Leopoldo Marechal en la Ciudad de Resistencia para recordar la figura querida y pionera del maestro artesano y gestor cultural moqoit Francisco Ferrer.

Además, durante mis viajes a la provincia del Chaco conocí personas generosas que me abrieron las puertas de sus hogares, compartiendo charlas, almuerzos, mates y coplas. Gracias: Nelly Paéz, Ema Mendez, Natalia Insaurralde, Jorge Collet, Mabel Dalmás, Ariel Sosa, especialmente al equipo de la Junta Unida de Misiones, quienes fueron sumamente empáticos a mis dudas, inquietudes y propuestas.

Quiero agradecer a todas las artesanas que formaron parte de esta tesis, por su calidez y confianza. Cada uno de mis viajes a la provincia del Chaco fue único e inolvidable gracias a los tiempos compartidos al ritmo de los tereres y a la sombra de los árboles que nos resguardaron del intenso calor chaqueño. También agradecer a las artesanas de la provincia de Jujuy con quienes mantuve inspiradores encuentros en ferias y en la Universidad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU-UBA), en sus giras comerciales a la Ciudad de Buenos Aires. Gracias a: Ana Leiva, Mirta Leiva, Cecilia Leiva, Victorina Leiva, Griselda Yorqui, Claudia Yorki, Amancia Silvestre, Marisa Rojas, Eusebia Leiva, Nancy Rojas, Herminda Mendez, Nemesia Cabrera, Fabiana Fernández, Rosa Alegre, Marisa Rodríguez, Catalina Obregón, María Adolfo, Urbana Guaipo, Raquel Guaipo, Dionisia Rodríguez, Sabina Carlo, María del Carmen Toribio, Sandra Toribia, Lidia Novillo, Verónica Apaza, Nélica Aurora Liquín, Martina Abracaite, Estela Martínez y Eugenia Gutierrez.

Agradecer además a las diseñadoras que atentamente contestaron mis preguntas y compartieron sus experiencias, recuerdos, vivencias y desafíos. Sus testimonios son parte fundamental de este recorrido iniciado como semilla en el año 2013. Gracias a: Clara de la Torre, Diana Chuag, Patricia Piccardo, Mercedes Carri, Catalina Agudín, Natalia Pérez, Carolina Cuiñas, Cristel Magnetto, Emilia Pezzati, Mora Monteverde, Sofía Bastanchuri, Florentina Dib y Silvia Núñez, Luján Signoris, Emilia Velasco, Anabella Oviedo, Milagro Tejerina, Marcelo Senra, Alejandra Gottelli, Belén Moroni, Belén Aviles Pereda, Josefina Romero y Eugenia Lagache.

Recuperar las experiencias dedicadas al trabajo con comunidades de pueblos originarios y rurales no hubiese sido posible sin los aportes brindados por el equipo de la ONG *Arte y Esperanza*, la *Fundación Gran Chaco*, *Matriarca*, *Fundación Silataj*, Asociación de mujeres *Siwan'i*, la *Junta Unida de Misiones*, *Red Puna* y *Guanaco Estepa*. Gracias: Alejandro

Michaux, Fabiana Menna, Luisa Weber, Noel Ros, Lucía Cardini, Raúl Romero, Liliana Martínez y Patricia Dreidemie.

Por último, un agradecimiento infinito a mis maestros, mi familia y amigos. Gracias por el apoyo incondicional, el aliento y la escucha amorosa. Gratitud eterna a: Susana, Osvaldo, Luciana, Mariela, Marta, Victoria, Facundo, Rodolfo, Mehmet, Abel, Natalia, Carla, Romina, Ivana, Elisabeth, Mercedes, Evangelina y Ana.

Lista de imágenes y cuadros

Imágenes

Imagen 1. Mapa del trabajo de campo en la provincia del Chaco	15
Imagen 2. Campaña “Empoderamiento de las Mujeres Indígenas para el Hambre Cero”	96
Imagen 3. Campaña “Mujeres Rurales, mujeres con derechos”	97
Imagen 4. Sección “comunidades originarias”. Instituto de Turismo de Chaco	102
Imagen 5. Sección “Mujeres”. Fundación Niwok	105
Imagen 6. “Olga Aparicio, durante su visita a Buenos Aires en el marco del W20”	106
Imagen 7. “Las mujeres de la comunidad qom de Fortín Lavalle, junto a sus hijos”	106
Imagen 8. “L’Com na Qom se hace oír”	108
Imagen 9. Publicidad de emprendimiento de carteras y accesorios	126
Imagen 10. Publicidad de emprendimiento de indumentaria	126
Imagen 11. Imagen oficial de La Tapia, diseñada por Gonzalo Villamax	138
Imagen 12. “Colectivo wichi de El Sauzalito en Fashion Revolution Day”	143
Imagen 13. Diseño gráfico y spot de la Pasarela Nacional MICA 2013	157
Imagen 14. Gráfica oficial de difusión de la “Pasarela MICSUR”	160
Imagen 15. Muestra y trabajo colaborativo en el Festival Ancestral y Contemporáneo	173
Imagen 16. Secuencia final de video Programa de Residencias FNA - FADU	181

Cuadros

Cuadro 1. Tipos de interacción entre diseñadoras y artesanas	116
Cuadro 2. Principios de la Corriente <i>La Tapia</i>	138
Cuadro 3. Objetivos del la AMSOAR	140
Cuadro 4. Objetivos del <i>Fashion Revolution Day</i>	142
Cuadro 5. Principios de SANGAM Project	177

Lista de siglas y abreviaturas

3R	Reducir, Reutilizar y Reciclar
AMSOAR	Asociación Moda Sostenible Argentina
BAF Week	Buenos Aires <i>Fashion Week</i>
CECUAL	Centro Cultural Alternativo
CMD	Centro Metropolitano de Diseño, GCBA
CTS	Centro Textil Sustentable
ENDIA	Encuesta Nacional de Diseño de Autor
FADU	Facultad de Arquitectura, diseño (UBA)
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FCE	Facultad de Ciencias Económicas (UBA)
FNA	Fondo Nacional de las Artes
FLACSO	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales
FSM	Foro Social Mundial
ICCh	Instituto de Cultura del Chaco
INTA	Instituto nacional de tecnología Agropecuaria
INTI	Instituto Nacional de Tecnología Industrial
JUM	Junta Unida de Misiones
MALBA	Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires
MATRA	Mercado de Artesanías Tradicionales de la República Argentina
MATRIA	Mercado de Artesanías Tradicionales e Innovadoras Argentinas
MHT	Museo de la Historia del Traje
MICA	Mercado de Industrias Creativas Argentinas
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OdtINTI	Observatorio de Tendencias del Instituto Nacional de Tecnología Nacional
ONU	Organización de Naciones Unidas
ReNATRA	Registro Nacional de Artesanos Textiles de la República Argentina
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
RSe	Responsabilidad Social en emprendimientos
SAGPyA	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación
SAyDS	Secretaría de Gobierno de Ambiente y Desarrollo Sustentable
SANGAM	Código de prácticas para la colaboración de Artesanía y diseño
PRODERI	Programa para el Desarrollo Rural Incluyente
PROESUS	Programa Nacional de Emprendedores para el Desarrollo Sustentable
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UBA	Universidad de Buenos Aires
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WCC	World Crafts Council

INTRODUCCIÓN

Con el interrogante sobre cómo abordar el “encuentro” entre la producción artesanal indígena, el diseño de indumentaria argentino y la moda sostenible en la generación de propuestas de valor para el mercado de bienes simbólicos contemporáneos, me comprometí en un proceso de investigación que tuvo su inicio en la elaboración de mi tesis de Maestría (Díaz 2018a)¹. Allí, llevé adelante el análisis de casos de tres emprendimientos de diseño de indumentaria liderados por *diseñadoras-emprendedoras* locales (Correa, 2011; Vargas, 2013; Miguel, 2013) que construyeron un diferencial en los bienes ofertados a través de la incorporación de producción artesanal indígena, como parte de la cadena de valor de sus iniciativas. Estos emprendimientos fueron configurando una propuesta de valor a partir de conjugar la disciplina del diseño profesional con el saber hacer artesanal indígena, en tanto alianza productiva “genuina” generada desde el sector del diseño de indumentaria llamado “de autor” en la Argentina (ENDIA, 2010).

Así, el reconocimiento de las materias primas locales y las técnicas artesanales tradicionales como parte de los elementos identitarios fundamentales para el desarrollo de emprendimientos centrados en el diseño de indumentaria, fue definiendo la consolidación de la relación entre el diseño profesional y la producción artesanal. Este proceso se enmarcó en la dinámica de la *glocalización* expresada en flujos culturales asimétricos, donde lo global y lo local no puede comprenderse sin los procesos de homogeneización y fraccionamiento articulado del mundo, que reordenan las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas (Robertson, 1995; García Canclini, 1999; Appadurai, 2001; Mato, 2003; Segato, 2007; Arfuch y Devalle, 2009; Marcos Pérez, 2018). No obstante, esta interculturalidad globalizada no suprime los modos clásicos con que cada nación trataba sus diferencias a nivel nacional y las pone a interactuar a escala mundial.

¹ Durante los años 2014-2016, participé del programa de Maestría en Administración de las Organizaciones del sector Cultural y Creativo, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires. Allí presenté el trabajo de Tesis titulado *Un estudio comparativo de los modelos de negocio de emprendimientos de diseño argentino desde el paradigma de la Responsabilidad Social Empresarial (período 2013-2015)*. Dicha tesis fue seleccionada en el año 2018 por el comité evaluador del Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social (CENARSECS) de la misma Facultad para ser publicada a través de su Fondo Editorial (Díaz 2018a).

En esos primeros avances, recuperé los aportes de la Responsabilidad Social Empresarial (Drucker, 1996; Porter y Kramer, 2006; Larocca, 2008; Kliksberg, 2013) para analizar los modelos de negocio y las estructuras productivas sostenidas por *diseñadoras-emprendedoras* locales en su interacción con el sector artesanal, atendiendo a las tensiones éticas que surgen en su dimensión económica, social y ambiental al construir al “otro” artesano en calidad de *proveedor estratégico* y como eje de la identidad de la marca. Además, señalé la generación de criterios de trabajo dinámicos, flexibles y abiertos con los artesanos y artesanas, como proceso gradual dirigido a consolidar los estándares de calidad exigidos por los mercados de bienes simbólicos globales, alineados a los valores del desarrollo sostenible y del nuevo lujo (Bendell y Kleanthous, 2007; NICE, 2012; Saulquin, 2014; Gardetti, 2017; Martinell *et al.* 2020). En un contexto *glocal* caracterizado por una puesta en valor de la materia prima, los procesos y tiempos artesanales, la responsabilidad ambiental y el compromiso social, estos criterios fueron definidos a largo plazo y como parte de un entramado complejo de actores e instituciones.

Si bien cada uno de los emprendimientos analizados definió una práctica propia sobre las dimensiones de la *Responsabilidad Social en emprendimientos* (RSe) propuestos en la tesis de Maestría (Díaz, 2018a), fue posible identificar coincidencias en la implementación de ciertos criterios y dinámicas de trabajo, en sintonía con la idiosincrasia de las comunidades indígenas. Así, observé el desarrollo de un “protocolo de buenas prácticas” de manera implícita e intuitiva que operó como referencia en el desarrollo de acciones conjuntas. Las diseñadoras plantearon la creación de parámetros de calidad y modalidad de entrega en sintonía con los tiempos de producción artesanal y el rechazo del trueque en pos de lograr un pago justo de la artesanía. No obstante, hasta el año 2016 no habían logrado conformar un colectivo de profesionales unido por la adhesión a ciertos valores y prácticas en torno a la alianza diseño-artesanía.

Considerando las líneas de investigación abiertas en mi tesis de maestría centrada en el estudio de la alianza diseño-artesanía como motor de la producción de valor en emprendimientos de indumentaria y de las historias que hay “detrás de cada prenda”, me propuse repensar esta alianza tomando como punto de partida el sector de la producción artesanal indígena y los *saberes* de sus hacedoras (De Sousa Santos, 2006, 2009, 2012). Así, proponer la alianza artesanía-diseño me permitió colocar en el centro de mi análisis las vivencias de las artesanas indígenas, sus estrategias de organización productiva y relatos, en un contexto

global signado por el impulso de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* de la ONU² y el rol clave de las mujeres rurales e indígenas para su puesta en marcha en el marco de la definición de las *identidades políticas transnacionales* (Segato, 2007).

Para el año 2016 mi red de contactos eran mayoritariamente *diseñadoras emprendedoras*³, que me hablaban de sus experiencias con artesanos y artesanas indígenas y sus familias. Si bien se mencionaba la labor de los artesanos, el rol de las artesanas comenzó a tomar fuerza en la relectura de las entrevistas realizadas a las diseñadoras, en los registros estatales consultados sobre el sector artesanal y en los artículos periodísticos que las presentaban como parte de cooperativas y asociaciones. Así, surgieron nuevas preguntas: por un lado, ¿Qué sucede con las artesanas indígenas en su interacción con el sector de diseño de indumentaria y las *diseñadoras emprendedoras*? ¿Cómo estas mujeres narran, sienten y valoran su labor artesanal en el contexto de las industrias creativas *glocales*? ¿Quiénes nombran las experiencias que vinculan la artesanía y el diseño?, y por otro, ¿Cómo propiciar mi encuentro con ellas y conocerlas? ¿Cómo situarme desde la *Sociología de las emergencias* (De Sousa Santos, 2006, 2009, 2012) para hacer presentes estas experiencias y sus saberes? ¿Cómo abordar la relación entre artesanas y diseñadoras desde una perspectiva que supere una construcción dicotómica y binaria de la realidad?

Uno de los problemas que se presentaron tenía que ver con cómo entrevistar a las artesanas indígenas cuando las diseñadoras, intermediarios y funcionarios se presentaban como portadores de las *memorias fuertes* (Traverso, 2007) a la hora de transmitir sus experiencias con el sector artesanal. En showrooms, despachos y llamadas por WhatsApp con estos actores todo transcurría en “aguas tranquilas”, hasta que solicitaba el contacto con algunas de las artesanas. Ahí la atmósfera cambiaba, en la medida que parecía querer inmiscuirme en el “backstage” de sus relatos y tensionar el rol de “tutelaje” de las artesanas. Me di cuenta de que estaba golpeando siempre la misma puerta para conectarme con las artesanas. Como relata Isabelle Bertaux-Wiame en su estudio sobre las migraciones internas en París: “Para conectar con la parte oculta de este gran iceberg de inmigración se necesitaba una aproximación diferente” (Bertaux-Wiame, 1993: 270) y propició encuentros no sólo en las casas regionales, sino también en los clubs, las casas de ancianos, cafés y reuniones de jubilados. En mi caso, la alternativa para

² Desde el año 2015 la ONU impulsa la *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, con 17 objetivos y 169 metas de carácter integrado e indivisible que abarcan las esferas económica, social y ambiental (véase ONU, 2015).

³ De las 25 iniciativas productivas de diseño de indumentaria y accesorios ligadas al sector artesanal registradas, 20 son llevadas adelante por mujeres.

generar esos contactos surgió a través de las visitas comerciales que organizaron agrupaciones de artesanas wichis y collas a ferias y tiendas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.⁴ Finalmente, en 2017 logré mis primeras entrevistas con las artesanas indígenas y en algunos casos se continuó el contacto por WhatsApp. De esta manera, conocí a las artesanas collas de *Red Puna* de la provincia de Jujuy, a las artesanas wichi de la organización *Siwan'* i de la Fundación *Niwok* de la provincia de Formosa y a las artesanas qom de distintas cooperativas y asociaciones de la provincia del Chaco.

Partiendo de los lineamientos de la *etnosociología* (Bertaux, 1993), en la fase *exploratoria* de la investigación mi intención fue lograr un primer intercambio ameno, empático, que con el tiempo me permitiera entrar en el “universo del otro”. Sin embargo, muchas veces en esas primeras experiencias me topé, como expresa María Bjerg, con “las limitaciones de “una especie de hermenéutica de la empatía” (Bjerg, 2012:18). La falta de un idioma en común que nos uniera en el encuentro (algunas de las mujeres indígenas adultas hablan muy poco el español), la desconfianza hacia la investigadora y la “vigilancia del narrador”, formaron parte de mi aprendizaje en la construcción de fuentes orales (Portelli, 1991) y en la utilización flexible de entrevistas semiestructuradas.

Paralelamente, a inicios del año 2017 junto a mi directora de tesis Dra. Paula Miguel y otras colegas coordinamos la creación del *Observatorio del Valor Artesanal* (OVA)⁵, en el marco de proyectos de investigación más amplios,⁶ donde se fueron generando gradualmente acciones orientadas al desarrollo de datos cuali-cuantitativos sobre las distintas etapas de la labor artesanal a nivel local, el relevamiento de experiencias de emprendimientos ligados a la alianza artesanía-diseño como al desarrollo de eventos donde se proponía el diálogo de la praxis artesanal con otras expresiones artísticas.

En este proceso de investigación se produce un hecho que reconozco como bisagra para el posterior desarrollo de mi trabajo de campo. Durante la cursada del Seminario de doctorado *Dimensiones y usos de la Historia oral: género, memorias y archivos en el pasado reciente*

⁴ Luego se sumaron otras posibilidades como el Mercado de Industrias Creativas Argentinas (MICA) en las ediciones 2017 y 2019, la III Bial de Diseño de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU- UBA) en el año 2017 y la Feria Internacional de Turismo (FIT) en el año 2017.

⁵ Grupo del cual formo parte en calidad de investigadora en formación, dentro del Grupo de Estudios en Cultura, Economía y Política (CECyP) perteneciente al Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG, UBA).

⁶ Destaco la participación en los proyectos UBACYT 20020130200279BA; UBACYT 20020170100358BA (IIGG, FSO, UBA) y Proyecto PICT-2017-0381(IAA, FADU, UBA), dirigidos por la Dra. Paula Miguel, que contribuyeron a financiar parte del trabajo de campo.

argentino (FFyL, UBA)⁷ en el año 2017, conocí a una compañera periodista e investigadora especializada en diversas temáticas de “agenda” de los pueblos originarios en Argentina. En el transcurso del seminario compartimos varias charlas y al comentarle las dificultades para concretar un encuentro con las artesanas, me sugirió el contacto con una colega chaqueña, quien me ayudó a concretar mi primera comunicación por skype con las cesteras qom de la Asociación *Qomlashepi Onataxanaxaipi* de la localidad de Fortín Lavalle.

En noviembre de ese mismo año participé de la primera edición del Festival *Ancestral y Contemporáneo*, organizado por el Departamento de Industrias Culturales del Instituto de Cultura del Chaco, realizado en el Centro Cultural Alternativo (CECUAL) en la Ciudad de Resistencia. Presentado como “un acontecimiento que da cuenta de la vasta diversidad cultural de la región y los diálogos posibles entre expresiones culturales ancestrales con formas contemporáneas”⁸, mi participación en ese evento marcó un “hito” en el posterior desarrollo de mi trabajo de campo en la provincia del Chaco. Así, este viaje me abrió la posibilidad de avanzar en mi investigación con las artesanas y pensar la alianza artesanía-diseño desde la diversidad de experiencias que se generan en el territorio.

El segundo día del festival comenzó temprano con un taller de trabajo colaborativo entre diseñadoras de la Ciudad de Resistencia y artesanas qom y wichi en el patio del CECUAL. Mesas dispuestas bajo la sombra de los árboles armaron el escenario de mis primeras entrevistas. Mientras ellas hacían, yo les preguntaba. Allí conocí a las mujeres de la Cooperativa *Qom Lashepi Alpi* de la localidad de J.J. Castelli⁹ y me hice “compinche”. El hilo de las respuestas se tramaba entre varias, con gestos de afirmación de otras artesanas de la agrupación. Mujeres de alrededor de unos 50 años, hablaban, hacían canastos, se reían. Las vivencias de las artesanas empezaban a aparecer. Gracias a este encuentro fue posible concretar mi primer viaje a la localidad de J.J. Castelli y visitar a las mujeres de esta cooperativa, ligada a la *Junta Unida de Misiones* (JUM)¹⁰. De esta manera, en mi estadía en Castelli me fui integrando de manera paulatina en las reuniones de las artesanas, a la par que se fortalecía mi empatía con la dinámica cotidiana de la JUM. En este nuevo contexto de las entrevistas mis fuentes orales tomaron otra dimensión, que me permitió ir definiendo “las redes de *relaciones entre las personas* que no

⁷ El seminario de posgrado fue dictado en la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL, UBA) por la Dra. Andrea Andújar y la Dra. Débora D’Antonio del 5 de junio al 5 de julio 2017.

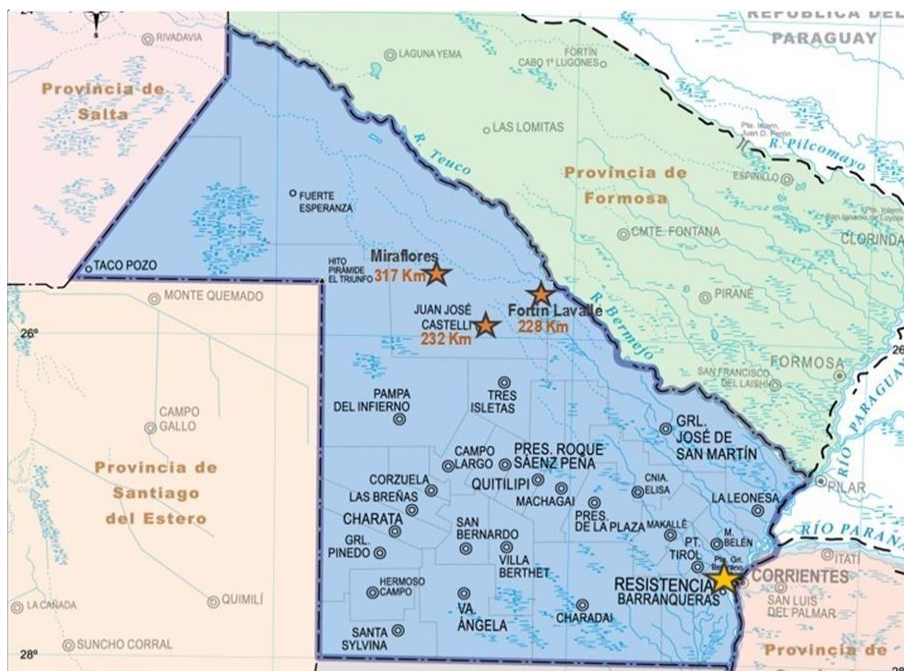
⁸ Fuente: CECUAL, 2017.

⁹ Esta agrupación fue creada en el año 2012 y constituida formalmente como cooperativa en el año 2019.

¹⁰ La *Junta Unida de Misiones* es una Organización Ecuménica de servicio constituida por Iglesias Evangélicas Rioplatenses que tiene por objetivo el fortalecimiento de los pueblos originarios chaqueños.

dejan escrito detrás de sí” (Bertaux-Wiame, 1993: 271). Estas redes me llevaron a visitar a las artesanas y referentes de la cultura qom en las localidades de Miraflores, Fortín Lavalle y Pampa del Indio (Véase Imagen 1). Como señala Daniel Bertaux “En fin, si quiere restituir las voces de la experiencia humana en toda su fuerza expresiva, ha de cambiar de postura otra vez: crear una relación de intercambio y de amistad, tomarse el tiempo de entrar en el universo de otro.” (Bertaux, 1993).

Imagen 1. Mapa del trabajo de campo en la provincia del Chaco



Fuente: Elaboración personal.

En la localidad de J.J. Castelli visité los salones de las artesanas, radios comunitarias, instituciones educativas donde se dictaban talleres de manualidades y cestería, asociaciones de vecinos, referentes de Parques Nacionales y exintendentes, y también participe de eventos como el *Encuentro Cultural de los pueblos originarios qom-Kanak* (localidad de Fortín Lavalle) y la graduación de los alumnos del *Centro de Investigación y Formación para la Modalidad Aborigen* (CIFMA, sede Castelli). Con un abordaje intuitivo y adaptándome a las oportunidades que se iban abriendo fui realizando mis primeras entrevistas, que me llevaron a hacer otras por

recomendación de las propias artesanas y allegados. En este contexto, la atmósfera de trabajo se fue desplegando entre la soltura de unos y los silencios de otros.

En los próximos viajes puede conocer algunos de los miembros de la Comisión *L' Taaraipi* ligada a la JUM, antecedente de la Cooperativa *qom lashepi alpi* y a Ana artesana qom de la localidad de Miraflores (Chaco). Además, me contacté con las artesanas de la Cooperativa *Onoleq Laxaraiq* del Consejo *Carashe*¹¹ en los viajes que realizaron a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para participar en diversas ferias¹² y en la Ciudad de Resistencia cuando dieron una charla en la tercera edición del festival. También, pude mantener contacto vía WhatsApp con el “encargado” de ventas de la Cooperativa, con quien establecí un intercambio sobre las estrategias de comercialización. Así, recuperando las reflexiones de la investigadora María José Sarabayrouse Oliveira (2011), el “campo” apareció ante mí como una red de relaciones sociales históricamente situada, como un espacio practicado, de un “lugar”. En este sentido, rescato una nota de campo realizada el 10 de noviembre de 2017 en la Ciudad de Resistencia:

La historicidad de cómo fui haciendo los “contactos” marca la forma (el cómo, dónde y a través de quién y quiénes) y la legitimidad de mi acceso al territorio. Esto también construye una capa de sentido y enmarca mi encuentro con las artesanas (su confianza o desconfianza).

Preguntas problema, hipótesis y objetivos de investigación

Con el avance de mi quehacer *socioetnográfico* pude reconocer cinco *líneas de fuerza* (Bertaux, 1993) que atravesaron mi objeto de estudio y me ayudaron a precisar y agudizar la formulación de preguntas problema, hipótesis y objetivos. Así, las *líneas de fuerza* identificadas durante mi investigación fueron:

1. *La construcción de una “cultura de la capacitación” entre las artesanas indígenas:* el acceso a los diversos programas y proyectos gestionados por Ministerios, ONG, fundaciones y empresas privadas se configuró como un espacio de reconocimiento entre las agrupaciones de artesanas indígenas. Aquellas agrupaciones que se encontraban más cercanas a estos espacios de formación fueron generando instancias de negociación con

¹¹ El Consejo *Carashe* del Impenetrable chaqueño lo componen organizaciones qom y wichi de las localidades de J.J Castelli, Miraflores y la zona del Interfluvio. Dentro de esta organización se creó en el año 2011 la cooperativa de artesanía *Onoleq Laxaraiq*.

¹² Durante el año 2018-2019 las artesanas participaron de las ferias de: Mataderos, Plaza Francia y Plaza Houssay de CABA.

distintas instituciones y la posibilidad de multiplicar esos saberes a otras artesanas de localidades aledañas.

2. *El “empoderamiento” de las artesanas indígenas:* en el marco del impulso *glocal* del desarrollo sostenible desde los organismos internacionales, ONG, fundaciones, universidades y programas de Estado se impulsó la legitimación de las artesanas indígenas como mujeres empoderadas a través de la puesta en valor de sus saberes y prácticas ancestrales, como así también de su vinculación con el sector del diseño. No obstante, algunas organizaciones señalaron las dificultades a la hora de trabajar con los diseñadores/as, ya sea en calidad de asesores técnicos, formando parte de mesas colaborativas o como emprendedores interesados en incorporar producción artesanal en sus propuestas.
3. *Las jóvenes indígenas y su relación con el saber artesanal:* Las artesanas adultas plantearon el desinterés de las jóvenes por esta actividad en la medida que no se presentaba como una oportunidad de lograr buenos ingresos, a causa de las dificultades para concretar las ventas y el hábito del trueque que caracteriza al sector artesanal. En este contexto, si bien fue posible distinguir aquellas jóvenes indígenas que continúan con la tradición artesanal, también existen otras que colaboran a través del manejo de las redes sociales y su conocimiento del idioma español dentro de las cooperativas y asociaciones que integran.
4. *La “autenticidad” de la artesanía como impulsor de la alianza artesanía-diseño:* la “autenticidad” se presentó como una *línea de fuerza* que tensiona las vivencias sobre el saber hacer artesanal indígena en su interacción con el diseño de indumentaria. En este sentido, las artesanas indígenas plantearon en sus relatos la existencia de un saber hacer que se transmite a las mujeres de la comunidad de generación en generación a través de una observación activa, detallando cada una de las etapas de la praxis artesanal. Estas etapas fueron problematizadas por las artesanas, quienes sostuvieron las dificultades en el acceso a la materia prima, el aprendizaje que implicó la reingeniería de los productos a partir de sus experiencias con las diseñadoras, la falta de interés de las nuevas generaciones en aprender este conocimiento, la venta y la creación de espacios para la comercialización, entre otras. Asimismo, las diseñadoras que trabajan con las artesanas ya sea en calidad de participantes de mesas colaborativas o como emprendedoras definidas por la incorporación de la artesanía en sus iniciativas, reconstruyeron sus vivencias a partir del reconocimiento de su “ancestralidad”, como puente hacia una

revalorización de estas piezas a nivel cultural/patrimonial y ecológico en cuanto a la sostenibilidad de sus prácticas.

5. *La representación idealizada de las artesanas indígenas*: esta *línea de fuerza* puso en relieve la conflictividad presente en la definición contemporánea de la representación de la mujer indígena. En este sentido, las campañas publicitarias e institucionales de organismos internacionales, ONG, fundaciones, programas de Estado y diseñadores/as plantearon una representación esencializada de las artesanas indígenas, ligadas a ciertos valores e imaginarios sobre la ancestralidad de sus prácticas y saberes. Sin embargo, recuperando las imágenes elaboradas y difundidas por ciertas agrupaciones de artesanas desde sus redes sociales y los medios de comunicación alternativos, fue posible proponer una relación/tensión con aquellas generadas desde esferas institucionales locales e internacionales.

Considerando estas *líneas de fuerza*, propuse una serie de *preguntas problema* como motor de la investigación presentada en esta tesis: a.) ¿Cómo se construye valor económico y simbólico en torno a las experiencias productivas artesanales indígenas en su interacción con el sector del diseño de indumentaria local?; b.) ¿Qué tipos de relaciones, prácticas y significados se configuran entre las artesanas indígenas y las *diseñadoras-emprendedoras* de indumentaria?; c.) ¿Qué acuerdos, tensiones y negociaciones aparecen en el encuentro de ambos sectores y sus respectivas lógicas?; d.) ¿Cuáles son las representaciones e imaginarios generados desde los medios de comunicación y organismos internacionales sobre las artesanas indígenas y su producción?; e.) ¿De qué manera participan en la construcción de valor de las artesanías indígenas las acciones y políticas llevadas adelante por el Estado, las universidades e intermediarios ligados tanto al trabajo en territorio como a la difusión y circulación de estos productos?

Estas preguntas fueron tentativamente resueltas en el marco de las siguientes *hipótesis* de trabajo: a.) La construcción de valor colectivo de la artesanía indígena local en su vinculación con el sector de diseño de indumentaria constituye un tipo particular de producción simbólica, donde se tensionan los saberes y las dinámicas productivas artesanales tradicionales, al tiempo que se exaltan estos conocimientos como prácticas inmutables y atemporales, que garantizan la autenticidad de estos bienes. La idea de pieza única y original posiciona la producción artesanal indígena como producto diferencial en el mercado de los bienes simbólicos; b) Las artesanas indígenas forman parte de un proceso de estandarización y control de su producción que responde a una lógica de mercado global, que las construye además como mujeres lideresas del

cambio sostenible, cuidadoras del medio ambiente y de los saberes ancestrales, configurando nuevas representaciones como mujeres empoderadas; c) Las diseñadoras vinculadas a la articulación artesanía-diseño expresan percepciones holísticas en relación con sus emprendimientos, ligando los logros económicos con sus búsquedas existenciales y los valores de la realización personal, que confluyen en la creación de iniciativas productivas donde se conjuga la dimensión estética/ética; d) Los relatos sobre el empoderamiento femenino contruidos por organizaciones internacionales, el Estado, universidades, ONG y los medios de comunicación, modelan de manera diferencial a las artesanas indígenas y a las diseñadoras emprendedoras.

Así, partiendo de esas preguntas problema e hipótesis de trabajo esta tesis centró su *objetivo general* en analizar los actores, procesos y sentidos que participan en la construcción colectiva de valor de los bienes artesanales indígenas en su articulación con el diseño de indumentaria en Argentina desde el año 2013 hasta el 2019 (período caracterizado por el impulso de la alianza artesanía-diseño desde el accionar del Estado y organizaciones locales e internacionales), a través del estudio de experiencias productivas llevadas adelante por mujeres de los pueblos colla, qom y wichi en las provincias de Jujuy, Chaco y Formosa.

En este marco, se desagregan como *objetivos específicos*: a.) Analizar las distintas estrategias productivas sostenidas por las artesanas indígenas, en su interacción con el sector del diseño de indumentaria local; b.) Indagar los procesos de valuación y las percepciones que construyen las artesanas indígenas sobre su propia producción, así como las experiencias en relación con distintos actores vinculados al sector artesanal y los pueblos originarios (Programas de Estado, organizaciones religiosas, fundaciones, ONG, comercializadoras y diseñadoras); c.) Indagar los procesos de valuación y percepción de las diseñadoras-emprendedoras locales definidas por la alianza artesanía-diseño sobre la producción artesanal indígena y sus hacedoras; d.) Describir el rol del Estado e intermediarios en la configuración de valor económico y simbólico de la artesanía indígena en su vinculación con el diseño de indumentaria local; e.) Explorar el rol de los organismos internacionales, la prensa local, los medios de comunicación alternativos en la construcción de la representación de la mujer indígena y su producción artesanal; f.) Presentar las políticas culturales y universitarias orientadas a impulsar la alianza artesanía-diseño en el marco del desarrollo de las industrias creativas locales.

Estrategia de abordaje

La investigación sobre la que se sustenta la tesis se basó en una metodología de corte cualitativo recuperando los planteos propuestos por la *etnosociología* (Bertaux, 1993) y la *etnografía multilocal* (Marcus, 1995), a partir del desarrollo de un trabajo de campo realizado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la provincia del Chaco, particularmente en la Ciudad de Resistencia y en las localidades J. J. Castelli, Fortín Lavalle y Miraflores. Esta tesis estuvo motivada por el compromiso para acceder especialmente a la mirada de las propias artesanas indígenas ligadas a la alianza artesanía-diseño, en la medida que las diseñadoras y los miembros de ONG, fundaciones y programas de Estado se presentaban como interlocutores válidos y legítimos para difundir estas experiencias. Así, pensar la alianza artesanía-diseño teniendo como brújula analítica y reflexiva al sector artesanal indígena, implicó no sólo explicitar el área de vacancia en relación con este tipo de abordaje sino también apostar a la *colaboración* a la hora de construir los saberes e imágenes de manera colectiva (Achilli, 2017; Cayón, 2018; Rivera Cusicanqui, 2018; Álvarez Veinguer y Sebastini, 2020; Diaz 2020, 2021 b).

Asimismo, propuse un abordaje heurístico de los conceptos presentes en la sociología de la cultura y la producción simbólica de Pierre Bourdieu (1979, 1995, 2000, 2006, 2007, 2008a, 2008b, Bourdieu y Wacquant, 2008; 2014a, 2014b; Boudieu y Delsaut, 2019), en diálogo con la sociología de las valuaciones monetarias (Appadurai, 1991; Kopytoff, 1991; Spooner, 1991; Callon, 2008; Zelizer, 2009; Callon y Latour, 2011; Villarreal, 2014; Muniesa *et al.*, 2017; Wilkis *et al.*, 2018) y elementos de la antropología ambiental y la ecología política (Ulloa, 2001, 2005; Assies, 2003; Escobar, 2014; Carenzo y Trentini, 2014), que me permitieron comprender la producción simbólica en un plano relacional e histórico, identificando el estado de las relaciones de fuerza entre las instituciones y/o agentes que estructuran el espacio productivo, el capital específico que se pone en juego y la configuración de un habitus artesanal atravesado por las dinámicas culturales globales.

Las complejidades que suscitó ir “siguiendo” la diversidad de iniciativas colectivas artesanales construidas desde el territorio y la multiplicidad de actores involucrados en esas experiencias artesanales indígenas se agudizaron durante el año 2020, con el inicio de la pandemia del COVID 19. Este nuevo contexto redimensiona de manera significativa mi investigación en varios sentidos:

1. Los avances alcanzados tienen que redefinirse como un estudio “pre-pandemia” de la construcción colectiva de valor de las artesanías indígenas en su vinculación con el

diseño de indumentaria, resignificándose el año 2019 como preludio de la crisis sanitaria.

2. La etnografía digital deviene una urgencia del presente, donde el uso de las redes sociales, las transmisiones online en vivo y las charlas por zoom configuraron una cartografía virtual dinámica y abundante
3. Las mujeres construidas “pre-pandemia” como lideresas del cuidado ambiental ahora son caracterizadas por su extrema vulnerabilidad;
4. La presencia de movilizaciones indígenas en distintas partes de la región durante el año 2020 y la profundización de la conflictividad con las comunidades, como por ejemplo: la “minga indígena” del suroccidente en Colombia, entre otras marchas y acciones colectivas
5. El acompañamiento a las artesanas indígenas se limita a un intercambio a través del WhatsApp, en tanto única herramienta para sostener la presencia en un momento crítico para el sector, al cerrarse todas las posibilidades de feriar y desplazarse.

Así, esta investigación se sitúa en un momento bisagra en la historia global, activando nuevamente la idea de “crisis como oportunidad” y la incertidumbre como motor de nuevas posibilidades de acción y reflexión. En este sentido, la COVID-19 detona nuevos interrogantes y agudiza la necesidad de deconstruir los grandes relatos sobre la sostenibilidad y la artesanía como expresión del empoderamiento de la mujer indígena. Un “antes” y un “después”.

Estructura de la tesis

Esta tesis se organiza en cuatro capítulos. En el primer capítulo se presenta un recorrido sobre los trabajos dedicados al estudio de la artesanía indígena en Argentina a través de distintos ejes analíticos, que permiten desplegar las complejidades y particularidades del sector. Asimismo, se desarrollan las principales líneas de investigación acerca del diseño de indumentaria argentino y su interacción con el sector artesanal indígena, en tanto parte de la identidad de este espacio productivo caracterizado por una puesta en valor de la materia prima local y los saberes tradicionales. Por último, se expone las reflexiones teórico-metodológicas sobre el proceso de investigación, detallando las distintas etapas, las estrategias metodológicas propuestas, las decisiones tomadas en cuanto a la delimitación espacio-temporal, el rol como

investigadora en el transcurso del trabajo de campo, la definición del contexto conceptual y el corpus de fuentes elaboradas y consultadas.

En el segundo capítulo se aborda los cambios en la estructura productiva y en el *habitus* de las artesanas indígenas en función de las exigencias del mercado actual de bienes simbólicos, recuperando las distintas valoraciones de su trabajo desde la diversidad de estrategias artesanales generadas desde el territorio. De esta manera, se lleva adelante un estudio sobre la dinámica de la producción artesanal indígena y su vinculación con el diseño de indumentaria en clave de tensión y negociación permanente, recuperando sus relatos y percepciones como así también los discursos y las representaciones construidas por distintos actores relacionados con este sector. En este sentido, se problematiza la representación idealizada de la mujer indígena creada desde los organismos nacionales e internacionales y los medios de comunicación masiva locales, en contraposición con las generadas por los medios alternativos y las propias mujeres indígenas. Así, en un escenario *glocal* caracterizado por los lineamientos del desarrollo sostenible, se indaga sobre los procesos asimétricos y conflictivos involucrados en la definición de las formas legítimas de organización, producción, comercialización de la artesanía y reconocimiento de las artesanas indígenas como hacedoras “genuinas” de piezas únicas.

En el tercer capítulo se presenta la definición de un espacio productivo dentro del diseño de indumentaria argentino definido por la construcción colectiva de valor de la producción artesanal indígena, reivindicando lo “hecho a mano” como experiencia asociada a “lo genuino” y “lo nuestro”. En el marco de la consolidación de la moda sostenible y el nuevo lujo, se analiza la configuración de un *habitus* específico en estas diseñadoras, como expresión de una manera de concebir la interacción afecto-comercial con las artesanas y su producción, como un estado de “conexión” con la naturaleza y la búsqueda de un propósito personal en la vida. En esta dirección, se reflexiona sobre los discursos desarrollados por las diseñadoras, la prensa local, los museos, las instituciones ligadas a la moda y la sostenibilidad, desde los cuales se lleva adelante una puesta en valor de este tipo de iniciativas, activando la energía social de ciertas palabras o frases para describir la identidad de este segmento productivo, tales como: “pieza única”, “ancestralidad”, “contar una historia”, entre otros.

El cuarto capítulo propone un recorrido por el *Mercado de Industrias Creativas Argentinas* (MICA), en tanto política cultural generada desde el Estado Nacional que fue construyendo paulatinamente la alianza artesanía-diseño como valor y parte de las acciones dirigidas al fortalecimiento de las industrias creativas nacionales. En esta dirección, se

recuperan las mesas colaborativas y exposiciones interdisciplinarias desarrolladas por el Instituto de Cultura del Chaco y las acciones definidas desde los márgenes de la escena cultural chaqueña a partir de las propuestas generadas por organizaciones territoriales. Asimismo, se recupera las capacitaciones universitarias orientadas a la formación de diseñadores/as en el trabajo con artesanos/as, considerando el rol fundamental de la educación superior en el reconocimiento del potencial de las materias primas autóctonas y los saberes tradicionales para el desarrollo del sector del diseño de indumentaria argentino. En este sentido, se retoman las discusiones sobre el rol de los diseñadores en el sector artesanal ya sea como asesores técnicos y en su participación en mesas colaborativas de creación. Además, se reflexiona sobre el rol del Estado y la universidad como árbitro en la definición legítima del artesano/artesana y diseñador/a, en tanto espacio de disputas de derechos y reconocimientos.

Por último, en las conclusiones se sostiene la emergencia de abordar la relación artesanía-diseño como oportunidad para recuperar las experiencias y saberes de las artesanas indígenas, en la caracterización de sus propias estrategias e iniciativas colectivas de experimentación productiva. Por ende, analizar su interacción con el diseño de indumentaria y las diseñadoras-emprendedoras locales implica aprehender las disputas y asimetrías presentes en la definición de valor económico y simbólico de las artesanías y sus hacedoras, como parte de la consolidación de las industrias creativas y el impulso de los lineamientos de la sostenibilidad. Así, los procesos de valuación de las artesanías indígenas se presentan como un espacio en permanente tensión y negociación signado por las exigencias siempre actualizadas de los mercados de bienes simbólicos glocles, desde el cual es posible problematizar los discursos celebratorios/armónicos sobre el desarrollo sostenible, la alianza artesanía-diseño y visibilizar las experiencias comunitarias sostenidas por las artesanas indígenas como expresión de la politicidad en clave femenina. Asimismo, se plantea la necesidad de avanzar hacia metodologías colaborativas, a través de la generación de investigaciones propositivas donde los saberes se construyan a partir de su carácter situado, colectivo y comprometido con el aquí y ahora. En este sentido, es necesario des-romantizar la colaboración en dos sentidos, por un lado, en relación con la alianza artesanía-diseño como parte de las estrategias emprendedoras contemporáneas en un contexto atravesado por la flexibilización laboral y, por el otro, como metodología donde el surgimiento de nuevos liderazgos territoriales y propuestas para la acción comunitaria nos interpela a un compromiso que se nutra de esta complejidad, sin caer en un voluntarismo bien intencionado.

CAPÍTULO I

ENCUADRE. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Abordar la producción artesanal indígena en el siglo XXI implica comprenderla como parte de procesos sociales, económicos y culturales más amplios que se sitúan a nivel global, caracterizados por la creciente mercantilización de todas las esferas de la vida social. En este sentido, su clasificación como industria creativa¹³ permitió amplificar su interacción con las formas de producción e intermediación cultural contemporánea, reactualizando el debate sobre la relación entre economía y cultura. Así, la paradoja de la *glocalización* (Robertson, 1995; García Canclini, 1999) como neologismo utilizado para dar cuenta de la interdependencia e interpretación de lo global y lo local, no puede comprenderse sin los procesos de homogeneización y fraccionamiento articulado del mundo que reordenan las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas. Esta paradoja expresa el carácter asimétrico de los flujos culturales globales, los cuales presentan direcciones y escenarios preponderantes en el marco del desarrollo de las *identidades políticas transnacionales* (Segato, 2007). Concretamente las identidades en las dinámicas *glocales* se expresan en un campo de disputas y conflictos en la medida en que sus artífices, las instancias que las construyen, presentan distintas posiciones de poder y legitimidad. Por esta razón, “aunque la globalización sea imaginada como la copresencia e interacción de todos los países, de todas las empresas y todos los consumidores, es un proceso segmentado y desigual.” (García Canclini, 1999: 179).

La globalización nos confronta con la posibilidad de aprehender fragmentos de otras culturas y redefinir los imaginarios que construimos como propios en interacción y acuerdo con

¹³ Partiendo de una definición amplia de las Industrias Creativas y Culturales (ICC), estas comprenden “productos tangibles e intangibles o servicios artísticos con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado” (UNCTAD, 2010:34). Véase: Hesmondhalgh (2008) y, para el caso local, Miguel (2012), Szpilbarg y Saferstein (2014) y Díaz (2018a).

otros (nunca con la totalidad), entendiendo que la oposición no es entre global y local en tanto lo global como subordinación general a un solo estereotipo cultural, y lo local como simple diferencia. De tal forma “la diferencia no se manifiesta como compartimentación de culturas separadas, sino como interlocución con aquellos con los que estamos en conflicto o buscamos alianza.” (García Canclini, 1999: 123). Sin embargo, esta interculturalidad globalizada no suprime los modos clásicos con que cada nación “arreglaba” sus diferencias a nivel nacional y las pone a interactuar a escala mundial. Es decir, la construcción de esas diferencias se amplifica, tensionan y redefinen en el *paisaje* global (Appadurai, 2001) donde las personas y los bienes culturales transitan de manera desigual y asimétrica en “La Gran Frontera” entre países que hegemonizan los procesos de circulación de los bienes que se “globalizan” y aquellos que no (Segato, 2007). En este contexto, ¿Cómo se define la producción artesanal indígena en la escena global contemporánea? ¿Con qué sectores creativos interactúa y cómo se reposiciona en los mercados de los bienes simbólicos actuales?

Considerando la crisis económica, social e institucional del año 2001 en nuestro país como un hito en la articulación entre la artesanía indígena y el diseño de indumentaria local, fue posible reconocer en este contexto de inestabilidad una oportunidad para el desarrollo gradual de la relación artesanía-diseño como “alianza estratégica”. De esta manera, desde el surgimiento del diseño de indumentaria argentino se impulsó una puesta en valor no sólo de la materia prima y los saberes tradicionales sino también de sus imaginarios y sentidos, en tanto posibilidad de “contar una historia” a través de las prendas. Así, la consolidación paulatina de distintas experiencias productivas ligadas a la interacción entre artesanas indígenas y diseñadoras-emprendedoras, fue definiendo distintas estrategias afecto-comerciales como espacio de negociación permanente. En este marco, sostener el carácter conflictivo de esta alianza se abrió como una posibilidad para avanzar en el estudio de las artesanías indígenas y sus hacedoras desde propuestas metodológicas que permitan dar cuenta de las tensiones, disputas y consensos en la construcción colectiva de valor de estos bienes y en su interacción con el diseño de indumentaria, cuestionando aproximaciones esquemáticas y romantizadas de esta producción.

Este capítulo lo organicé en dos grandes apartados. En el primer apartado presenté un corpus de estudios dedicados a la artesanía indígena en Argentina, a través de tres grandes ejes de indagación: 1) patrimonio, turismo, modalidad y procesos productivos y mercado artesanal; 2) mujer indígena y liderazgo territorial y 3) el rol del Estado y los medios de comunicación en la creación de las imágenes autorizadas de los pueblos originarios.

Asimismo, en este primer apartado propuse un recorrido por distintos ejes de análisis desarrolladas sobre la configuración del diseño de indumentaria local, destacando: 1) el papel de las diseñadoras-emprendedoras como motor de nuevas experiencias productivas estéticas/éticas y la crisis como oportunidad; 2) la puesta en valor de las materia primas y las técnicas locales, la federalización de las experiencias productivas y la alianza artesanía-diseño; 3) el plano afectivo y la informalidad en las decisiones y modalidades productivas y 4) el rol de la prensa, el Estado y la universidad en el reconocimiento del sector y la invisibilización de la cuestión de género. Por último, en el segundo apartado expuse la propuesta teórica-metodológica de mi proceso de investigación, detallando sus distintas etapas, las decisiones tomadas en cuanto a la delimitación espacio-temporal, el contexto conceptual, las herramientas empleadas y mi rol como investigadora en el transcurso del trabajo de campo.

I.1. Núcleos reflexivos sobre la producción artesanal: debates vigentes, respuestas abiertas

Para comprender la producción y comercialización de la artesanía indígena en nuestro país, fue necesario situar este proceso como parte no sólo de las estrategias económicas de la comunidad, sino también de la reivindicación identitaria dentro de sus luchas políticas, sociales y culturales (Cardini, 2017). Las artesanías constituyen objetos fundamentales para el análisis como catalizador de múltiples sentidos sociales, históricos y de pertenencia grupal, que permiten reconstruir trayectorias colectivas, caracterizadas por la conflictividad, la desigualdad y la subordinación (*ibid*). Asimismo, desde sus orígenes rurales hasta sus redefiniciones en el ámbito urbano, estas piezas pueden definirse tanto por “...una peculiar forma de producción que deviene en objetos con características de mixtura por el tipo de producción manual distante de la industria y del consumo masivo, así como por su inserción como mercancía para ser intercambiada en distintos circuitos de comercialización de la ciudad.” (Cardini, 2017: 23). En este sentido, la producción artesanal indígena como parte de la lógica neoliberal se define por una doble inscripción: histórica, en un proceso que se remonta a las sociedades precolombinas, y estructural, en la lógica actual del capitalismo, que genera su aspecto híbrido (García Canclini, 1982).

En este marco, acorde al último *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010: Censo del Bicentenario* del INDEC, en la Argentina hay 955.032 personas que se

reconocen pertenecientes y/o descendientes de los 31 pueblos originarios distribuidos en el país, representando el 2,8% del total de la población. Si bien este Censo permitió cuantificar y analizar ciertas dimensiones de los pueblos originarios en nuestro territorio, aún falta una tarea sistemática de relevamiento de la situación socioeconómica y de la modalidad productiva del sector artesano indígena. En este sentido el Proyecto Artesanías, desarrollado entre la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), representa un antecedente importante en materia de investigación. Desde este proyecto se llevó a cabo la elaboración de dos informes, publicados en el año 2006, los cuales brindaron una aproximación analítica sobre la cadena de producción artesanal en el Noroeste y Noreste argentino. Como avance en esta dirección, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y el Mercado de Artesanías Tradiciones de la República Argentina (MATRA) han coordinado desde el año 2012 el *Registro Nacional de Artesanos Textiles a República Argentina* (ReNATRA), base de datos pública y voluntaria que contiene información acerca de los artesanos textiles locales. De esta manera, el registro dio cuenta de 6.641 artesanos textiles en el país y de una mayor presencia de mujeres artesanas (6319), ofreciendo un desglose de datos por región desde el cual es posible particularizar la escena textil local (ReNATRA, 2016).

La producción artesanal indígena ha sido analizada desde diversas dimensiones y campos del conocimiento, construyendo en el tiempo diferentes núcleos reflexivos para su análisis. De este modo, existe un corpus bibliográfico que permite definir líneas de investigación, aún abiertas e inestables, para el estudio de la artesanía indígena en latinoamérica. Desde trabajos que abordan la morfología y simbología de las piezas, sus contextos de uso, el acceso a la materia prima, la transmisión de generación en generación de un oficio, los tiempos de elaboración hasta las dinámicas productivas en el mercado actual, los circuitos de turismo y la patrimonialización de lugares y saberes, fue posible definir como línea transversal reflexiva la construcción (siempre histórica, situada, conflictiva y dinámica) la de la visión dicotómica y asimétrica entre arte-artesanía, actualizada en el presente a través de la alianza artesanía-diseño.

La deconstrucción de la visión dicotómica entre arte y artesanía, es decir, del mito fundante del “arte” occidental autónomo y del “pueblo” como reserva prístina de un pasado lejano (Escobar, 1986), fue discutido por diversos autores latinoamericanos, quienes abordaron la incorporación de la producción artesanal indígena y campesina a la lógica de la reproducción capitalista como una arena de negociación y disputa donde lo culto y lo popular se entrecruzan

y convergen en los mercados simbólicos globales (García Canclini 1982, 1992; Escobar, 1986, 1993, 2010, 2011; Colombres, 1987; Bovisio, 2002; Sennet, 2009; Freitag, V., 2014; Freitag, Del Carpio Ovando, P. y Del Carpio Ovando, K., 2015; Freitag, V. y Del Carpio, K., 2015).

El mito de la inmovilidad del arte popular construye una concepción binaria de las expresiones artísticas, en la cual el arte culto tiene derecho al cambio, a innovar y proyectarse a un futuro siempre mejor, mientras que el popular está condenado a mantenerse puro y auténtico a sus raíces originarias, como punto de partida desde donde se mide la modernidad (Lauer (1989), en Boviso, 2002) Así, el dispositivo mítico de la cultura hegemónica a través de esta dicotomía encubre la tendencia paternalista y etnocéntrica al privar a la cultura popular del cambio de todocontacto con técnicas y formas contemporáneas (Escobar, 1986, 1993). Esta dicotomía invisibiliza la creatividad popular y su ilimitada capacidad de asimilar los nuevos desafíos y crear soluciones en la medida de su propio ritmo y necesidades históricas. El arte popular se presenta activo, creativo, que cede, negocia, asimila y propone, conservando o renovando repertorios iconográficos según las necesidades de sus proyectos propios:

Así cualquier innovación y apropiación de elementos extraños, como todo uso de imágenes o técnicas gestadas donde fuere, serán válidos en la medida en que correspondan a una iniciativa de la comunidad, mientras que la más mínima imposición de pautas ajenas bastará para perturbar un proceso cultural, distorsionar sus formas y empañar su sentido. (Escobar, 1986: 135)

La construcción histórica de esta dicotomía entre arte-artesanía “...es la historia de una oposición que la dinámica propia de cada campo se encargó de cuestionar, desmentir, tensionar, sin acabar con la diferencia, porque sigue cumpliendo su función inaugural” (Bovisio, 2002: 43), es decir, la de contribuir a mantener y reproducir la existencia de sectores hegemónicos y subalternos, al mismo tiempo que genera la ilusión de “lo propio” en el sentido de “pertenencia nacional” (García Canclini, 1982; Escobar 1986, Colombres, 1987; Bovisio, 2002). Por ende, se asignan posiciones fijas: al arte popular le corresponde el pasado; al culto, el futuro. El uno debe ser depositario del alma indígena o mestiza, y custodio de la identidad nacional; el otro debe lanzarse a una carrera lineal y continua de innovación y progreso iniciada en los tiempos precolombinos. En este sentido, si los núcleos dominantes del discurso que definen lo “artesanal” siguen definiéndose en torno a la destreza manual, las técnicas y materiales tradicionales, la funcionalidad de las piezas, el carácter colectivo, regional y/o nacional, los del

arte se estructuran a partir de la pretensión de genialidad individual, la innovación, la originalidad y la unicidad.

Sin embargo, “A pesar de las transformaciones de aquello que circula como “artesanía” en el marco de la desterritorialización de los bienes culturales actuales, aunque se vuelva más ambigua, contradictoria, a la hora de hablar de lo nuestro (como entidad cosificada), a pesar de todo, la ficción de mantiene.” (Bovisio, 2002: 46). Asimismo, la lógica que rige las legitimaciones y valoraciones que se ponen en juego en la expansión del mercado del arte “culto” a las áreas de artesanía y diseño evidencia la vigencia del antagonismo “arte vs. artesanía” (Bovisio, 2002; Freitag, 2014). Por lo tanto, las artesanías como productos en los que suenan relaciones sociales y no objetos esencializados (Novelo, 1976; García Canclini 1982; Escobar, 1986; Turok, 1988; Bovisio, 2002; Cardini, 2017), forman parte y son una necesidad del capitalismo, en la medida que permite la cohesión de grandes sectores, la obtención de recursos suplementarios de ingresos en el campo y la renovación del consumo y atracción turística. Así, el aspecto *híbrido* de la artesanía con su doble inscripción histórica y estructural (García Canclini, 1982), implica que:

La continuidad de pautas tradicionales no corresponde sólo a procesos de preservación activa de lo propio y resistencia de la modernización compulsiva de zonas rurales e indígenas; sino a políticas hegemónicas que precisan zonas de diferencia y pasan de alto (o incluso promueven) la continuidad de modalidades culturales no modernas. (Escobar, 1986: 157).

En los próximos apartados me propuse profundizar el análisis de la producción artesanal local y los dedicados al diseño de indumentaria, reconociendo ciertos ejes que resultaron fundamentales a la hora de comprender esta relación como oportunidad productiva, en el marco de las industrias creativas contemporáneas.

1.1.a. ¿Armonizar lo útil con lo simple y lo bello? De miradas esencialistas a aproximaciones integrales de la artesanía indígena

Como temática tradicionalmente estudiada por el folclore, las artesanías en Argentina fueron analizadas como un ítem al interior de la lista de aspectos de la “vida material” de los pueblos originarios, que había que recopilar, coleccionar y conservar, en tanto reservorio de los

inicios de la “Nación”. Desde el *discurso patrimonial autorizado* (Smith, 2011)¹⁴ que se fue construyendo en nuestro país a partir de la trayectoria de esta disciplina y su vinculación con el romanticismo, las artesanías estuvieron estrechamente ligadas al rótulo de “folclóricas” y asociadas al contexto rural (Cardini, 2017). Concebidas como “supervivencia” de un estadio anterior primigenio, las artesanías se presentaban como depositarias de ideas que debían ser “rescatadas” para ser transmitidas (sin alteraciones) a las generaciones futuras. Es decir, su “esencia” como valor innato y heredable era algo transferible a las generaciones presentes y futuras, y aseguraría la comprensión de la identidad nacional (Smith, 2011). En este marco, la obra de Augusto Raúl Cortázar¹⁵ se destacó como motor de esta perspectiva en el país, desempeñando una labor fundacional al promover en la década del 60 la investigación sobre la artesanía y la generación de políticas para el sector.

En la caracterización de Cortázar las artesanías se describieron como actividades o destrezas *empíricas* “practicadas tradicionalmente por el pueblo”, a través de las cuales se crean “con intención y elementos *artísticos*” destinados a cumplir “una *función utilitaria*” llevadas a cabo mediante la “labor *manual*” individual o grupos reducidos, que infunde en los productos un “*carácter o estilo típico*”, acordes con los de la “*cultura tradicional de la comunidad*” (Cortázar, 1976). La fórmula ideal de las artesanías según Cortázar fue la de “armonizar lo útil con lo simple y lo bello” (Cortázar, 1976), es decir incorporar a su función utilitaria el “toque del arte”, que llena a su vez necesidades estéticas. En este sentido, el autor sostuvo:

Cuando contemplo piezas artesanales meritorias no puedo dejar de considerar el encanto que nos atraen, no sólo por su expresión artística, ya ingenua, ya complicada, sino por el hechizo del tiempo detenido en ellas, aunque hayan sido terminadas el día anterior; el tiempo no meramente cronológico, sino impregnado de contenido cultural que va fluyendo de generación en generación, que se infiltra en las mentes de quienes reciben esta herencia sin término dotándola de una especie de “memoria ancestral” que actualiza y mantiene vigentes los valores, los estilos, las técnicas que fueron patrimonio de los antepasados. (Cortázar, 1976:41)

Sin embargo, destacó como malestar de su tiempo el obsesivo objetivo de satisfacer los gustos de la “masa”, que acarrea inquietantes problemas sobre la relación del hombre y la máquina, la libertad creadora y la producción estereotipada en serie, los valores estéticos

¹⁴ Como expresa Laurajane Smith: “El discurso patrimonial autorizado supone que el patrimonio es algo que se “encuentra”, que su valor innato” (Smith, 2011: 43).

¹⁵ Augusto Raúl Cortázar (1910- 1974): profesor de letras, abogado, bibliotecario y doctor en Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Dirigió la licenciatura en Folklore y de Técnico de Servicio de Museos, que fueron subsumidos en la Carrera de Ciencias Antropológicas en 1959. Fue también jefe del departamento de Folklore del Museo Etnográfico y Director del Fondo Nacional de las Artes (1953-1974).

individuales y el producto industrial, los cuales resultan una especie de telón de fondo para las artesanías (Cortázar, 1976). En este contexto, Cortázar distinguió entre aquellas artesanías folklóricas, producidas en consonancia con las necesidades locales y la vida comunitaria, de aquellas producidas en cantidad para la venta. Esta nueva trayectoria de las artesanías se manifestó en las ferias y mercados populares, en el artesano que puede vender a escala comercial y en el artesano que responde a la necesidad de satisfacer los gustos de los futuros compradores urbanos.

Este deslizamiento transfiere la artesanía desde el campo del fenómeno folklórico auténtico al de las “proyecciones”... en el ansia de salir al encuentro de los gustos del veraneante fugaz, del viajero presuroso, del turista ávida de novedades que ostentan fuertes dosis de tipicidad regional, o del extranjero ingenuo, cuando no desorientado, los artesanos que se lanzan por la vía del negocio no trepidan en imaginar objetos, formas, colores, adornos, y aún funciones falsas y fantasiosas, totalmente ajenas al carácter y estilo de la artesanía tradicional. (Cortázar, 1976, 53)

Si bien Cortázar sostuvo que su propia concepción de los fenómenos folklóricos era dinámica, considerando los cambios como matices inherentes al proceso cultural, su mirada esencialista quedó expresada en la idea sobre la incorporación de nuevos elementos en las artesanías folklóricas en la medida que sean asimilados en una “verdadera síntesis”, que no desnaturalicen la “personalidad auténtica de la obra y su creador”. No obstante, esta búsqueda de una “verdadera síntesis” resulta “amenazada” por la presión ejercida por las sociedades urbanas de satisfacer sus gustos a través del consumo de ciertos objetos, promoviendo el desplazamiento del valor de uso al valor de cambio. En consecuencia, el autor planteó que algunas expresiones artesanales folklóricas tienden a institucionalizarse, la funcionalidad colectiva fue sustituida por la intención de satisfacer necesidades de los compradores ajenos al “folk”, la actividad manual se impersonaliza con máquinas, moldes y tornos, lo impregnado de una profunda religiosidad se seculariza y la obra única de cada artesano se serializa en una producción industrial estandarizada.

Asimismo, Cortázar reconoció ocho tipos de artesanías: 1) “etnográficas” (a cuyo interior quedaban incluidas las producciones artesanales de los pueblos indígenas actuales), 2.) “manufacturas folklóricas no artísticas”, 3.) “manualidades”, 4.) “manufacturas de proyección folklórica”, 5.) “de tipo industrial”, 6.) “arte popular”, 7.) “artesanías urbanas” y 8.) “artesanías de proyección folklórica”. Analizadas en un contexto de plena crisis, el autor planteó que las artesanías presentaban una serie de dificultades no sólo a nivel productivo y normativo, sino

también a nivel psicológico. En este sentido señaló, por un lado, la escasez y el encarecimiento de la materia prima, la intervención de intermediarios y acopiadores abusivos, la maraña de disposiciones legales y reglamentarias de jurisdicción nacional, provincial y aun municipal que se superponen y que gravan la actividad artesanal y la indiscriminada aceptación de los artesanos, de motivos, estilos o modas que desplazan a los tradicionales. Por el otro, la actitud derrotista y desesperanzada presente en los artesanos, que a “modo de epidemia espiritual” proponga “el debilitamiento de la fe en el obrero en su propio trabajo, del artista en su obra...” (Cortázar, 1976: 59). Este mal se sustenta, según Cortázar, en la creencia sostenida por la gente y los mercados urbanos sobre la cualidad primitiva y tosca de los productos artesanales frente a los industrializados. Desde ese oscuro horizonte, el autor promovía una valorización positiva de las artesanías, en tanto expresión “entrañable” de la patria.

Si bien esta perspectiva hegemonizó los primeros tratamientos sobre el tema artesanal, paulatinamente se fue introduciendo un enfoque económico y social en los análisis sobre el sector que permitió un abordaje no sólo en su dimensión estética/simbólica sino también en su dimensión política, en el contexto del capitalismo y los mercados globales de los bienes simbólicos. Así, especialmente desde la antropología social se comenzó a estudiar a las artesanías a partir de la noción de proceso y producción cultural. Actualmente la trayectoria de las investigaciones sobre la temática artesanal ha sido sostenida por diversos autores e instituciones en toda latinoamérica, indagando diversas dimensiones y aspectos. En este sentido, la década de 1970 fue un momento clave para el desarrollo de la producción teórica en esta dirección, aportando lineamientos de investigación fundamentales en torno a la problemática artesanal¹⁶: por ejemplo aquellos autores que retomaron los planteos del marxismo como en México (Sepúlveda y Herrera, 1985; Novelo, 1976; Littlefield, 1976; García Canclini, 1982; Stromberg, 1985; Turok, 1988) y Perú (Lauer, 1989), o adoptando otras perspectivas, tales como las investigaciones en Paraguay (Escobar, 1984), Cuba (Moreno, 2001) y Chile (Pérez, 1998)

Los debates sobre la construcción de los discursos patrimoniales como proceso cultural (Bonfil Batalla, 1991; Prats, 1997; García Canclini, 1999; Santana Talavera, 2003; Montenegro, 2010; Cruz, 2010; Smith, 2006, 2011; Santamarina Campos, 2013; Matta, 2017; Santamarina Campos y Mármol, 2017) atraviesa el análisis de la producción artesanal, en tanto sentidos y

¹⁶ Véase: Cardini (2017), “Continuidades y rupturas en la construcción sobre las artesanías indígenas”, en *El trabajo de los qom: Artesanías, cultura y construcción política*, Rosario: Prehistoria. Pp. 49-83.

valores en disputa en los mercados de objetos simbólicos. Así, el *discurso patrimonial autorizado* (Smith, 2011) sostenido desde el Estado es resultado de una selección dentro del pool virtual de referentes simbólicos patrimoniales (Prats, 1997), desde la cual se concibe la *activación* de ciertos elementos (tangibles e intangibles) y la exclusión de otros. Estas activaciones legitiman de manera provisoria un determinado acervo patrimonial y representación de identidad en un contexto globocéntrico caracterizado por la espectacularización de la realidad, la masificación del turismo y la producción de singularidades culturales. Esto puede provocar, como señala Prats, confrontaciones y dinámicas complejas entre la lógica turístico-comercial y la lógica identitaria. En ese marco, el *mito de la autenticidad* (García Canclini, 1999) se tensiona y negocia, expresando su carácter móvil y transitorio. Es decir, la autenticidad como construcción colectiva e histórica implica abordar las actualizaciones del arte étnico como lo *emergente* (Williams, (1977) en García Canclini, 1999) de nuestra sociedad contemporánea, desde el cual se designa los nuevos significados y valores, las nuevas prácticas y relaciones sociales.

Sin embargo, bajo la lógica del capitalismo se ha venido consolidando todo un “marketing de la autenticidad y la trascendencia” que promueve una búsqueda de valores vinculados a un tiempo y espacio prefordita (lentitud, originalidad, trascendencia, etc). Asimismo, la fetichización y espectacularización contemporánea de los bienes patrimoniales paradójicamente mantienen representaciones y marcaciones decimonónicas (Santamarina Campos y Marmol, 2007) que se actualizan según las necesidades simbólicas y morales del presente. De esta manera, el problema no reside en que se modifiquen las imágenes tradicionales, sino con qué criterios y quiénes lo deciden (García Canclini, 1999). No obstante, los alcances de los procesos de patrimonialización de la cultura se encuentran estructuradas de manera asimétrica a partir de los códigos, estéticas y una moral, pautados al gusto occidental, que “no traducen otra cosa que la historia de discriminación entre el buen indio y el mal indio” (Cruz, 2010: 15).

En este contexto, los debates sobre la *Salvaguardia del patrimonio inmaterial y la Protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales* (UNESCO, 2003, 2005) se encuentran en diálogo con las reflexiones en relación con la apropiación ilegítima de motivos y saberes indígenas por parte de la industria de la moda y los diseñadores. En este sentido, investigaciones llevadas a cabo por instituciones ligadas a los Derechos Humanos, la Propiedad Intelectual y los estudios de la producción artesanal, han venido desarrollando un análisis de las experiencias de plagios y reappropriaciones, a fin de generar un espacio para la reflexión crítica y

la elaboración de marcos jurídicos acordes para la protección del arte popular como Derecho Humano de los Pueblos y Comunidades Indígenas (UNCTAD, 2003; Wüger, 2004; Código SANGAM, 2015; Mizrahi, 2015; Quiles y Juárez, 2016; Turok, 2017; Aspuac, 2019; Santiz Díaz, 2019; Cruzvillegas Fuentes, 2019; Gómez López, 2019; Vézina, 2019a, 2019b; CNDH, 2019; Sandoval Valle, 2021). Así, cuando “lo étnico y lo tradicional se pone de moda, surgen casos de apropiación cultural” (Turok, 2017) donde diseñadores o empresas crean prendas u objetos “inspirados” en motivos de las comunidades indígenas, sin reconocer sus aportes creativos y suderecho a recibir una justa retribución económica.

Otra de las líneas de estudio sobre la producción artesanal se construye en torno a la modalidad productiva, en la que se incluyen aspectos tales como: el acceso a la materia prima y los procesos y técnicas involucradas, las formas de aprendizaje de las artesanas, la participación de las ONGs y comerciantes como intermediarios entre los artesanos y el consumidor, las estrategias de comercialización y la construcción de mecanismos de autenticidad, la dinámica en la identidad artesano-artista/artesano-diseñador, la reingeniería de productos a través de la asesoría técnica de diseñadores, entre otros. En nuestro país, las investigaciones desarrolladas sobre la producción artesanal indígena se han focalizado en el análisis sobre la dimensión del cuerpo implicada durante la recolección de la materia prima y la elaboración de las artesanías (Gómez, 2008; Matarrese, 2013, 2016; Vivaldi, 2016; Cardini, 2017; Perret, 2018, 2019). En este marco, el cuerpo de las mujeres es uno de los instrumentos de esta producción artesanal, en tanto se expone, se articula y se moldea en el proceso de elaboración de la artesanía. Asimismo, este cuerpo se encuentra expuesto a dilemas en relación a cuáles son los atributos tanto artesanales como corporales sobre los que se construyen las valoraciones positivas y negativas, como parte de procesos sociales dinámicos, de una artesana y de una artesanía (Matarrese, 2013). Estos atributos se encuentran definidos no sólo a través de un proceso de *enskillment* (Ingold (2002) en Matarrese, 2013) donde hacer y aprender van juntos, sino también por las prácticas rituales de la primera menarca de las jóvenes, quienes entre otras acciones participan en la fabricación de un trabajo hecho con las manos como “educación de la atención” que resulta importante en la formación como mujer. En este sentido, en el caso de las jóvenes qom “el tejido del objeto va también tejiendo el cuerpo de la joven, desarrollando sus capacidades como tejedora y también atributos valorados como el ser trabajadora.” (Perret, 2018: 62). Entonces, la capacidad performativa en la elaboración de artesanía, desplegada en

un tiempo arraigado en la vida social, se presenta en términos de movimientos (es decir, en las habilidades como tejedora), valores (el “ser trabajadora”) y mirada (atención al trabajo de los otros) (Perret, 2018).

La dimensión cuerpo como *locus significativo* que porta, crea y dinamiza un conocimiento social incorporado y corporificado también se aborda en los estudios que analizan la recolección de la materia prima en el monte, expresando la relación de las distintas generaciones de mujeres indígenas con su territorio y aquellos lugares que poseen un valor histórico especial o evocan el recuerdo de un pasado “rural” de autonomía económica y cultural (Gómez, 2008; Matarrese, 2013, 2016; Vivaldi, 2016; Cardini, 2017; Perret, 2019). En el caso de las mujeres *tobas-pilagá* de la Asociación de Comunidades Toba Cacique Sombrero Negro Comlajé’ pi Naleua (provincia de Formosa) fue posible distinguir una visión territorial femenina heterogénea, donde la *participación comprometida* (Ingold (1993) en Gómez, 2008) de las mujeres se produce a partir de un “conocimiento práctico” (Bourdieu (1991) en Gómez, 2008), que “se aprende por medio de una relación corporal y perceptiva con aquellos lugares que el saber y la experiencia femenina reconoce como significativa.” (Gómez, 2008: 378), en tanto resultado histórico de formas particulares de circulación y transmisión de saberes dentro de un grupo sociocultural. Así, para las mujeres conocedoras (denominadas “guapas”) la práctica de *salir al monte* implica saber adaptar el cuerpo a los diferentes ritmos durante la caminata, seleccionar las sendas adecuadas para caminar, y conocer cómo vincularse con los dueños no-humanos y animales considerados “peligrosos” (Gómez, 2008; Perret, 2019). Esta práctica reveló conflictos generacionales, donde se construyó una oposición en algunos de los discursos de las mujeres adultas entre “salir al monte” frente a “hacer artesanías” como praxis encarnada en las jóvenes de la comunidad.

En relación a la modalidad productiva y las estrategias de inserción de la artesanía indígena en el mercado global, los estudios locales se han centrado en el análisis sobre la participación del Estado, ONGs, diseñadores y comerciantes en la puesta en marcha de una serie de técnicas disciplinarias que contribuyeron a definir no sólo un espacio de cálculo para potenciar la intercambiabilidad de la artesanía y su valoración estética-económica, sino también la configuración identitaria de las comunidades indígenas (Valverde, 2005; Benedetti y Carenzo, 2005; Balazote y Rotman, 2006; Rotman, Radovich y Balazote, 2007; Carenzo, 2007; Rotman, 2010; Benedetti, 2014; Matarrese, 2016; Cardini, 2017; Rivarola, 2017; Perret, 2017; Caputo Jaffe, 2018; Dreidemie, 2018a, 2018 b).

Así, el Estado, las ONGs y los comerciantes se presentan para las comunidades como un todo unívoco y monolítico que presiona duramente en procura de lograr el alineamiento y disciplinamiento de los artesanos (Balazote y Rotman, 2006; Perret, 2017, Dreidemie, 2018 a). Estas instancias de disciplinamiento se traduce en una serie de constricciones productivas que resultan contradictorias con el desarrollo artesanal en clave de definición de líneas de productos, producción en base a encargos, stock de la producción, control de calidad, innovación en los diseños e incorporación de otros materiales y configuración de precio (Perret, 2017; Diaz 2018a, 2018b). Tanto el Estado como los intermediarios conciben el valor patrimonial de las artesanías desde su potencial mercantil y como “recurso para el desarrollo” asociado a una “identidad étnica” (Benedetti, 2014), seleccionando y jerarquizando una serie de elementos y rasgos culturales considerados “genuinos” sobre los cuales se monta una “estrategia de diferenciación del territorio y sus productos en un mercado global” (Carenzo, 2007: 131). Por ende, el accionar del Estado, las ONGs y los comerciantes genera distintos mecanismos de autenticidad que son contruidos, reproducidos y actualizados en la dinámica mercantil (Rotman, 2009; Benedetti y Carenzo, 2007; Benedetti, 2014; Perret, 2017). Estos mecanismos como técnicas de disciplinamiento implementadas en el proceso de mercantilización, son resistidas por los artesanos a través de las transformaciones material-persona, el desborde creativo y la tensión sostenida con las valoraciones estéticas de la sociedad envolvente (Matarrese, 2016; Perret, 2017)

Las tensiones y dificultades presentes al interior de las cooperativas de artesanos indígenas son abordados por distintas autoras a nivel local (Cardini, 2005, 2008, 2012, 2017; Gómez, 2008; Matarrese, 2012, 2013, 2016, Perret, 2017), quienes analizan estos espacios de organización en relación con la multiplicidad de saberes, acciones y estrategias etnopolíticas que que entran en juego. Así, las cooperativas expresan no sólo la necesidad de organización de las comunidades en relación con la actividad económica artesanal, sino también de definir un espacio donde activar la memoria e identidad colectiva y representar sus luchas sociales en contraposición a otros sectores (Cardini, 2017). No obstante, las cooperativas no se encuentran exentas de conflictividades entre sus miembros, que, a causa del peso de las relaciones de parentesco y la rivalidad intrafamiliar, los malos manejos administrativos, la circulación parcial de información sobre eventos, y los problemas de organización, son depositarias de visiones negativas (Gómez, 2008; Cardini, 2012, 2017). De este modo, “las relaciones de parentesco, reciprocidad y las viejas rivalidades se ponían al servicio de una nueva trama de relaciones que involucra centralmente el trabajo artesanal, la organización grupal y cooperación” (Gómez,

2008:99). En este sentido, las artesanías administradoras de encargos y acopios son controladas y presionadas por sus pares, en la medida que deben, por un lado, garantizar la distribución equitativa de los encargos y por el otro, sostener los fondos para dar continuidad a los ciclos de los pedidos y acopios (Perret, 2017). Entonces, son las responsables de impedir la jerarquización interna de las artesanías y sus piezas, y evitar que el accionar de las ONG y sus valoraciones estéticas promuevan diferencias en el precio de venta (Matarrese, 2016).

Por otra parte, la inserción en el mercado de las industrias creativas dinamiza la relación artesanía-arte-diseño sin dejar por eso al margen las dicotomías construidas entre estos campos, configurando nuevos circuitos para la producción artesanal indígena y la identidad de sus productores. Este eje carece aún de un abordaje sistemático y complejo en el marco académico tanto a nivel local como internacional, destacándose en esta dirección algunas investigaciones y corpus bibliográfico que forma parte del andamiaje de esta tesis (Bovisio, 2002; Batista Rodríguez, 2015; Duque, 2015; Freitag, y Del Carpio Ovando, 2015; Díaz, 2016; Sandoval Valle, 2021). En ese marco, se plantea para el caso mexicano que la participación con piezas exclusivas en concursos artesanales se presenta como uno de los principales agentes que inciden en la configuración del artesano-artista, cuya línea artesanal creada se sitúa entre lo que se considera “arte” y “artesanía” (Freitag, y Del Carpio Ovando, P., 2015). Así, a través de los concursos artesanales, las muestras en museos de arte popular, los premios a la trayectoria y las publicaciones de artistas populares es posible observar que se proyecta en el sector artesanal las formas de valoración y reconocimiento del campo artístico (Bovisio 2002; Freitag, y Del Carpio Ovando, 2015; Cardini, 2017).

La investigación sobre el rol de las mujeres indígenas como actor social y político en la escena global contemporánea se fue instalando gradualmente en la agenda de los estudios dedicados a los pueblos originarios en la región, problematizando las imágenes etnográficas producidas desde la academia como así también la invisibilización de las mujeres al interior de las propias organizaciones indígenas (Hernández Castillo, 2001, 2003; Lorente, 2005; Prieto, 2005; Hirsch *et al.* 2008; Gómez, 2008a, 2008b, 2014, 2017, 2018; Sciortino, 2012, 2013; Castelnuovo, 2013, 2017, 2018; Gómez y Sciortino, 2015; Martínez Cruz, 2016). Diversos autores y autoras han señalado por un lado, la ausencia de un corpus sistemático de pesquisas dedicadas a las mujeres indígenas como sujetos de análisis de los trabajos etnográficos y académicos (Grossi, 1992; Lasmar, 1999; Hirsch *et al.*, 2008, López, 2014), revelando el carácter androcéntrico de la antropología donde “la búsqueda del otro” era siempre la de un hombre hablando con y en nombre de otros hombres” (Grossi, 1992: 10), y por el otro, cómo

un enfoque *idílico o reitificado* que establece un “deber ser” respecto a “la mujer indígena” (Gómez y Sciortino, 2015), ligado a la labor reproductiva y en el espacio doméstico. Así, la *perspectiva cosmologista* sobre el género de las mujeres indígenas (Gómez y Sciortino, 2015; Gómez, 2017 a.) se asienta en imaginarios esencialistas que operan a partir de un concepto de cultura inmutable y preestablecida, donde el cambio histórico es percibido como un proceso externo, y donde prima la ideología del equilibrio, la armonía y la complementariedad. De esta manera, es posible observar cómo el sesgo de género participa en la definición de estereotipos que muestran mujeres “congeladas” en roles y ámbitos de la vida social, producto no sólo del marco androcéntrico que aún perdura en las Ciencias Sociales, sino también como resultado de las relaciones de desigualdad internas dentro de la comunidad (Gómez y Sciortino, 2015: 48).

No obstante, la *perspectiva cosmologista* es cuestionada por la “antropología feminista activista” (Lamas, 2018), los feminismos no hegemónicos (poscoloniales, decoloniales) y las investigaciones sobre procesos organizativos y políticos de las mujeres, que promueven abordajes transculturales e históricos, a favor de la desnaturalización de categorías como “mujer”, “doméstico”, “naturaleza”, “maternidad” (Sciortino, 2012) y la rígida dicotomía y jerarquía fundada por la modernidad-colonialidad del poder público/político-doméstico/apolítico, político/espiritual, racional/irracional, Estado/barrio-comunidad (Gómez *et. al*, 2018). En este marco, las mujeres indígenas y los movimientos a los que pertenecen interactúan en un entramado de agendas, prioridades políticas, legislaciones y acciones transnacionales, regionales y nacionales, que implica entrar en diálogo con las lógicas de la globalización, “... oscilando entre las problemáticas situadas, diagnósticos deslocalizados y soluciones ajenas a las perspectivas de los/as actores/as.” (Gómez y Sciortino, 2015:59). Desde los intersticios de este entramado, las mujeres indígenas habilitan otras concepciones de la “política”, donde lo que la política moderna separa, los esquemas ontológicos indígenas unen: cuerpo, territorio y espiritualidad. La politicidad indígena irrumpe en el espacio público con dimensiones no convencionales, tales como la afirmación de los conocimientos chamánicos y el cuerpo territorio de las mujeres como motores de la lucha por la tierra, la maternidad colectiva como parte de la resistencia y el mensaje vital para las futuras generaciones, la reivindicación de la ancestralidad y la memoria colectiva como proyecto político (Castelnuovo, 2017; Gómez y Sciortino, 2017; Alonso y Díaz, 2018; Rizzo, 2018; Denuncio, 2018; Rebelo, 2018; Maréchal, 2018; Lewkowicz, 2018). Este diálogo es desplegado por un amplio sector de las activistas indígenas en lo que algunas autoras han denominado “esencialismo estratégico” (Spivak (1987), Briones (1998), en Gómez y Sciortino, 2015), lo cual implica que en los debates de la comunidad la

cuestión de “género” y los “derechos de las mujeres” sea abordada de manera variada. Es decir, los posicionamientos son distintos, acordes al interlocutor y a los escenarios posibles de acción. Por tal motivo, un discurso de denuncia sobre la desigualdad de género puede ser asumido ante las organizaciones, comunidades y compañeros varones de militancia, no así ante una agenciade financiamiento o el feminismo institucionalizado, predominando en este contexto un discurso de *auto-esencialización* como “táctica política” (Jackson y Warren, 2005), destacándose la complementariedad y la dualidad como experiencias distintas de socialización del género (Gómez y Sciortino, 2015:48). No obstante, si bien existen experiencias donde la interacción con mujeres no-indígenas fomentan instancias donde las originarias cuestionan situaciones de violencia de género dentro de la comunidad, recuperan saberes en clave crítica y tensionan sus propios discursos identitarios cristalizados (como da cuenta el debate interno sobre la despenalización del aborto en el *Encuentro Nacional de Mujeres*), es fundamental analizar las formas en que estas mujeres se apropian y transforman estos intercambios de manera compleja y conflictiva (Gómez, *et al.*, 2018). Así, “Entre la auto-esencialización de las identidades indígenas y el etnocentrismo del movimiento de mujeres, entre los roles domésticos y la participación protagónica en la escena política pública, las indígenas se afirman “entre-medios” de sentidos, reivindicaciones y proyecciones políticas” (Gómez y Sciortino, 2015: 59). En relación al rol del Estado y los medios de comunicación en la creación de las imágenes autorizadas de los pueblos originarios se han venido desarrollando estudios sobre la construcción de las imágenes de los pueblos originarios en el marco de la consolidación de un imaginario nacional de los Estados latinoamericanos desde fines del siglo XIX y durante el siglo XX (Penhos 2005, 2013; Alvarado y Giordano, 2007; Giordano y Reyero, 2009; Reyero y Barrios, 2009; Giordano y Reyero, 2009; Menard, 2009; Ivars, 2009; Butto, 2015; Giordano, 2007, 2009a, 2009b, 2009c, 2011, 2012, 2016; Artieda, 2005, 2017), y en el contexto actual de los medios masivos de comunicación (Gamarnik, 2009; Rodríguez, 2013; Cabrelli y Rodríguez, 2015; Cebrelli y Arancibia, 2015; Magallanes y Ramos *et al.*, 2016; Gutierrez De Angelis, 2017). Además, las diversas estrategias de representación de las fotografías del indígena creadas especialmente por los Estados Nacionales a fines del siglo XIX y principios del siglo XX cumplieron su rol como prueba, verdad y orden en el proceso de sometimiento, vigilancia y normalización de la población local, evidenciando la complejidad y la historicidad del entramado poder-visualidad en la construcción de identidades genéricas desde la colonialidad del poder (Quijano (2004), en Giordano, 2011:383). Así, la fotografía social (Giordano, 2009) y antropométrica (Penhos, 2005) a los grupos étnicos americanos constituyeron muestras de una lógica visual de presencias y ausencias, de visibilidades y ocultamientos, de maneras de

componer la imagen en relación con prácticas culturales, sociales y políticas específicas, que evidenciaron artificios, manipulaciones, resignificaciones y negociaciones con los “otros” (Giordano, 2007, 2009, 2011, 2012; Menard, 2009; Butto, 2015). A través de la pose, la escena y el tipo de escenario presente en la imagen fotográfica, se fue creando un estereotipo visual del “indígena” acorde al “modelo de lo bárbaro” construido por el imaginario hegemónico (Giordano, 2007).

Estos estudios han expresado cómo la matriz de pensamiento civilización-barbarie y la tradición de fórmulas visuales de la aniquilación del “otro”, por sumisión, violencia o hiperconstrucción del “ser indígena”, siguen vigentes en los discursos fotográficos, filmicos, mediáticos y escolares actuales, donde las estrategias colonialistas de la imagen permanecen activas basadas en su supuesta objetividad, neutralidad y valor de verdad (Artieda, 2005; Giordano y Reyero, 2009; Reyero y Barrios, 2009; González y Piancatelli, 2010; Rodríguez, 2013; Cebrelli y Arancibia, 2015; Gómez y Sciortino, 2015; Giordano, 2016; Gutierrez De Angelis, 2017). Por lo tanto, se señaló la permanencia de las disputas por la construcción de las *representaciones* de los sectores subalternos que circulan en los medios de comunicación masiva (Gamarnik, 2009), problematizando las *representaciones nodales* (Reguillo (2007) en Cebrelli y Arancibia, 2015) de la argentinidad y visibilizando las tensiones de los procesos de etnicidad en los Estados Nacionales.

A continuación, presento diversas líneas de análisis sobre el diseño de indumentaria local en tanto posibilidad de reconstruir la identidad de un sector productivo ligado a los valores, imaginarios y materialidades de la producción artesanal local.

1.1.b. La configuración del diseño de indumentaria argentino como oportunidad para el surgimiento de experiencias productivas en su interacción con el sector artesanal

El diseño de indumentaria profesional emerge en Argentina alrededor del año 2001 impulsado por diseñadores y diseñadoras locales, particularmente aquellos enmarcados en la categoría “de autor”, quienes en plena crisis económica e institucional se hicieron cargo de toda la trazabilidad de sus productos. Estos profesionales del diseño a través de la creación de emprendimientos a baja escala, con un pequeño núcleo de empleados y proveedores, generaron proyectos productivos con un estilo propio, que se apartaban de las tendencias vigentes en la industria de la moda. Desde la *Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor* fue

presentado como “un fenómeno cultural en tanto expresión de identidad nacional” (ENDIA, 2010:5), donde “se producen bienes diferenciados en diálogo fructífero con sus entornos productivos y culturales”(ENDIA, 2012:7) que se encuentra motorizado por “la efervescente actividad innovadora de sus diseñadores” (ENDIA, 2014:4) y quienes con un fuerte *espíritu emprendedor* son “impulsores de innovación, fuente de creatividad, conocimiento y crecimiento económico” (ENDIA, 2017:3). Así, se configuró un nuevo sector ligado al autoempleo liderado por mujeres entre 31 y 40 años (*ibid*, 2017:19), la autogestión, la revalorización de la actividad artesanal y el desarrollo de colecciones con ideas y materias primas locales.

Si bien no se encuentran datos cuantitativos actualizados sobre este sector (al igual que sucede con el sector artesanal), la última ENDIA 2017¹⁷ permitió con un trabajo de campo limitado dimensionar la identidad del diseño de indumentaria. En este sentido, recuperé ciertos datos ofrecidos por esta encuesta a fin de avanzar en la descripción de este sector en tanto espacio productivo ligado a la labor de diseñadoras emprendedoras profesionales y orientado a la federalización de la producción como proyección a largo plazo. Así, según la ENDIA 2017 contó con 287 empresas censadas, concentrándose la mayor cantidad productiva en la Provincia de Buenos Aires con un 36%, le sigue Centro con un 21%, NOA con un 17%, NEA con un 11%, Cuyo con un 9% y finalmente Patagonia con un 5%. (ENDIA, 2017). Entre las motivaciones señaladas para llevar adelante el emprendimiento, las diseñadoras expresaron: 1.) la libertad para crear e inspirarse en sus propias ideas (70%), 2.) la posibilidad de generar ingresos (43%), 3.) proveer una oportunidad de autoempleo (40%), 4.) tener la oportunidad para decidir cuándo y dónde trabajar (23%), y por último; 5.) tener el control de las decisiones (22%). De este modo, es interesante destacar que los emprendimientos “por oportunidad” predominan en nuestra región (BID, 2014). El segmento es altamente profesional, con 47% de las diseñadoras con título de grado terciario (35%) y universitario (47%). En el plano de la formación se destaca: diseño de indumentaria y textil (63%), Bellas Artes (19%), otros (11%), otros diseños (9%), artesano (6%), arquitectura (6%) y publicidad (5%). Por otra parte, la educación se da principalmente a través de la experiencia personal (51%), le sigue el asesoramiento externo (18%), las instituciones académicas (16%), las entidades educativas (9%) y por último las redes informales (5%). Datos similares se expresan para las emprendedoras en CABA, quienes del total de mujeres encuestadas el 65% señaló poseer estudios universitarios, de estas un 17% tiene títulos de posgrado (OE, 2014: 10).

¹⁷ Aunque esta encuesta ofrece un avance en cuanto al desarrollo de datos sobre el sector, a nivel metodológico presenta la implementación de variables cualitativas difíciles de dimensionar.

Los análisis sobre el diseño de indumentaria argentino han construido paulatinamente un corpus específico de estudios dedicados a este segmento de la moda, planteando dimensiones fundamentales para su abordaje. Así, “la crisis como oportunidad” (Guerschman y Vargas, 2007, 2008; ; Miguel 2009, 2010, 2013; Correa, 2011; Acevedo Diaz, 2011; Beltrán y Miguel, 2011; Beltrán y Miguel, 2011; Correa, 2011; Acevedo Diaz, 2011; Vargas, 2013; Cambariere, 2017; Bianchi, 2018) forma parte de la identidad de estas iniciativas productivas, en la medida que implicó el surgimiento de nuevos emprendimientos liderados por jóvenes diseñadores profesionales quienes ante el contexto de inestabilidad económica y política del país del año 2001, lograron construir y sostener una alternativa local ante el desempleo. En este contexto, “el papel que tenían los proyectos de diseño, cuando preexistían a la *crisis* se modificó, pasaron de ser una actividad complementaria, a tener un papel central como alternativa ante el desempleo.” (Vargas, 2013:99). Percibida por los diseñadores como un *quilombo* y una *oportunidad*, la crisis dejó al descubierto la recesión y el desempleo, y la intención de *apostarle al país* como una posibilidad para emprender un proyecto productivo en un marco experimentado como caótico e impredecible, aunque cargado de posibilidades (Vargas, 2013: 102).

El énfasis por lo nacional y la federalización de los circuitos de diseño se presentó como característica fundamental de la identidad de este sector desde sus inicios (Mon, 2011, 2013, 2015; Vargas, 2013; Porrúa, 2014; Cubas, 2015; Filpe 2015, Querede, 2015, Vallejos, 2015, Irastorza, 2015). Definido “por el accionar de múltiples actores en todo el territorio” (Mon, 2015), el diseño de indumentaria es analizado a partir del hacer de los diseñadores quienes como *expedicionarios* (Querede, 2015), como *autores empoderados* (Mon, 2015) al ir “hablando con la gente de cada lugar, encontraron una red invisible de personas que trabaja dentro de un mapa invisible. No trazado, pero latente. Desde cada realidad regional, con los materiales disponibles, con los imaginarios posibles, trabajan.” (Querede, 2015: 248). En este marco, se vinculó esta experiencia productiva con los lineamientos éticos y holísticos del *slow made*, el lujo sustentable, el comercio justo, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Economía Azul (Bendell y Kleanthous, 2007; Saulquin 2008, 2010; Fletcher, 2008; UNCTAD, 2010; Acosta, 2011; Código y Manual NICE, 2012; Morogues, 2015; Vallejos, 2015; Mon, 2015; 2016d; Correa, 2017; Gardetti 2017; Diaz, 2018 a., 2018 b; Martinez-Barreiro, 2020) De esta manera, la sustentabilidad económica, social y cultural forma parte de los ejes analizados, destacándose como desde el diseño de indumentaria se busca respetar la cadena completa de valor y el despertar de una nueva conciencia orientada al bien común no sólo en el plano ambiental sino también con un sentido de una mayor *sensibilidad espiritual* (Saulquin, 2014) sobre la diversidad en nuestra cultura.

Como señala Susana Saulquin: “En la actualidad, las formas de producción y reproducción de vestimentas comenzarán a ser prestigiosas en la medida que puedan responder y reflejar la ideología del siglo XXI, contemplando el cuidado de los recursos naturales y de las personas.” (Saulquin, 2014: 90). En este sentido, a través de los conceptos de *slow fashion* (Fletcher, 2008, 2010), *slow made* (Bayard, 2014), *Responsabilidad Social* (Vallejos, 2015; Díaz 2018a, 2018b), *lujo sustentable* (Bendell y Kleanthous, 2007; Gardetti, 2017), *diseño sustentable* (Zito, 2014; Saulquin, 2014; Correa, 2017, 2019a, 2019b), *diseño social* (León y Vivanco, 2009), *Moda sostenible* (Gwilt, 2014), *Moda ética* (Joergens, 2006; Salcedo, 2014) entre otros, los espacios académicos, instituciones y la prensa definieron a las dinámicas productivas de ciertas iniciativas de diseño guiadas por un compromiso integral con su cadena de valor.

En este marco, la alianza artesanía-diseño en el sector del diseño de indumentaria fue analizada como motor de innovación, destacándose sus complejidades y potencialidades a la hora de impulsar las industrias creativas locales. Si por un lado se señalaron los peligros sobre la mala praxis desarrollada por los diseñadores en calidad de asesores técnicos, por el otro se expresaron las distintas posibilidades que pueden generar las instancias de trabajo colaborativo (Vinatea Barberena, 2014; Filpe, 2015, Mon, 2015; Villar, 2015; Arhex, 2015; Gonzalez Villar, 2015; Vallejos, 2015; Carrascal, 2015; Mizrah; 2015, Cambariere, 2017; Escobar, 2017; Gardetti, 2017; Gardetti y Delgado Luque, 2018; Díaz, 2018a, 2018b, 2021b). La tensión y las oportunidades se abrieron en un abanico que abarcó desde experiencias de plagio, pérdida de saberes tradicionales artesanales, la participación de los artesanos como proveedores estratégicos (Wüger, 2004; Barrera, Quiñones Aguilar y Barrera Jurado, 2006; Quiles y Juárez, 2016; Turok, 2017; Díaz, 2018a, 2018b; Aspuac, 2019; Santiz Díaz, 2019; Cruzvillegas; Gómez López, 2019; Vézina, 2019; Sandoval Valle, 2021; Albanese, 2021), hasta propuestas de mesas colaborativas (SANGAM, 2009; Mizrahi, 2015, 2019; Amarilla, 2020/21), en un intento de equilibrio entre innovación y resguardo patrimonial (Mon, 2015). Asimismo, como expresé en la tesis de maestría dentro de las iniciativas de diseño de indumentaria orientadas a la incorporación de producción artesanal indígena de manera estructural implicó la configuración paulatina de un código de buenas prácticas implícito entrediseñadoras y artesanas, que se presentó como un espacio de negociación permanente (Díaz, 2018a, 2018b, 2021b). También, informes y plataformas internacionales han analizado la relación artesanía-diseño (UNESCO 2009; 2005b; SANGAM, 2009), reconociendo en la figura del diseñador un intermediario entre el artesano rural y el cliente urbano capaz de generar conciencia sobre métodos, materiales, herramientas y procesos que pueden servir como valor agregado a sus productos (UNESCO, 2005b)

Por otra parte, el plano afectivo, informalidad en las decisiones y modalidades productivas afectivo en las decisiones y modalidades productivas fue estudiado desde la formación de un “espíritu emprendedor”, motivado por las trayectorias familiares, la pasión y el prestigio de generar una propuesta propia (Vargas y Zenobi, 2007; Correa, 2011; Vargas, 2013; Miguel, 2013; Díaz, 2018a, 2018b, 2021b; Quiña, 2020; Romani, 2020; Bello Knoll, 2020/2021). Así, el deseo y la realización personal entraron en juego en clave de intuición, improvisación y esfuerzo hecho “a pulmón”. De este modo, adscribirse como *emprendedores* representó una categoría moral de afirmación en cuanto a ciertas cualidades, valores y prácticas económicas, que los diferenciaba de los empresarios y comerciantes orientados a lo comercial y a las ganancias (Vargas, 2013). Así, “Mientras que en la *empresa* la *despersonalización* y la explotación se imponían en la medida en que las leyes de la economía regulan las relaciones personales, en el caso del *emprendimiento* el *fundamento* eran el *afecto* y la *cercanía*.” (*Ibid*: 90). Además, se observó que la procedencia de los recursos para iniciar los emprendimientos partía de los ahorros propios, los recursos provistos por la familia y la búsqueda de un socio usualmente reclutado en la red de parientes, amigos, o ex compañeros de estudio, donde la contención y la *ofrenda* familiar devino el pivote estructural. Esta producción estuvo caracterizada desde sus inicios por el desarrollo en la domesticidad del hogar, en una atmósfera *informal* y *caótica*, que “... en vez de atender a la demanda del mercado, hacían productos con base en la *intuición*, la *creatividad* y el *deseo*; y en lugar de someter las relaciones laborales al proceso de despersonalización (...) los diseñadores *pedían ayuda a parientes y amigos*.” (Vargas: 2013: 95).

El rol de la prensa, el Estado y la universidad en el reconocimiento del sector y la invisibilización de la cuestión de género fue analizado en clave crítica e histórica por diversas autoras (Guerschman y Vargas, 2008; Zambrini, 2009, 2010, 2015, 2016; Miguel, 2019, 2019/2020). En este marco, se destacó cómo los medios de comunicación participan activamente en las instancias de consagración, reconocimiento, legitimación y creciente autonomía de este sector a partir del año 2001, en tanto procesos de intermediación simbólica que permitieron interpretar el agregado de diseño en los productos como “valor” (Miguel 2019, 2019/2020). La categoría nativa de “diseño de autor” utilizada como término explicativo a partir del 2001/2002 implicó la presencia de acciones de mediación que contribuyeron a sostener la creencia colectiva en el valor del diseño, a través de su construcción y difusión ante un público más amplio. Junto con las instancias de profesionalización del diseño, la creación de carreras universitarias específicas, la designación de Buenos Aires como “Ciudad de Diseño” en el año 2005, la prensa

formó parte activa en la producción colectiva de este valor.

Considerando que “La moda escrita” (Rocamora (2006) en Miguel 2019) y las categorías que difunden dependen de un contexto de uso específico, la prensa especializada local impulsó a través del término “diseño de autor” la imagen del diseñador como genio creador con un don natural de “inspiración”, cristalizando imaginarios que se definieron en una dinámica idealizada de descubiertos-descubridores inspirados. Ahora bien, desde la perspectiva de los diseñadores el término fue percibido como una imposición de afuera, que les generó tensiones como son la contraposición marca y autor o la separación entre autor e industria (Miguel, 2019). No obstante, instituciones estatales, fundaciones y actores ligados al estudio del sector, fueron incorporando esta categoría de manera operativa y aproblemática para definir política públicas e informes cuanti-cualitativos, como por ejemplo los análisis generados desde el INTI y la Fundación Protejer (Marino *et al*, 2010, 2011, 2013, 2014, 2016; Mon *et al*, 2011; Acosta *et al*, 2013; Marre, 2017).

Considerando los estudios sobre las políticas culturales, el emprendedurismo creativo y la emergencia del diseño local (Devalle, 2009; Szpilbarg y Saferstein 2014; Bayardo, 2016; Lacarrieu y Cardeira, 2016; Cabaña y Merlo, 2017; Fernández, 2020; Wortman *et al*, 2020), se destacaron aquellas investigaciones dedicadas al análisis del papel del Estado y la universidad en la promoción y posicionamiento del diseño de indumentaria. Estas reflexiones fueron llevadas adelante por diversos autores, quienes en algunos casos impulsaron su puesta en marcha como funcionarios, gestores y/o docentes universitarios¹⁸. En esta dirección, se destacó también un corpus bibliográfico de proyectos de graduación de grado presentados por estudiantes de diseño, desde los cuales presentaron colecciones de prendas y accesorios a partir de la revalorización de la producción artesanal indígena. En una puesta en valor del diseñador/a como “activista” del nuevo lujo en diseño sustentable, estos trabajos expresaron la intención de resignificar la producción artesanal para otorgarle vigencia significativa y contemporánea (Pino Egusquiza, 2010; Clavijo, 2012; Garavilla, 2012; Armanini, 2012; Lapadat, 2013; Santiago, 2014; Agresta y Chavat, 2014; Aranda, 2015).

Tanto funcionarios como coordinadores universitarios expresaron en sus artículos el carácter exploratorio de las propuestas realizadas, donde la intención de construir un enfoque

¹⁸ Es importante distinguir entre aquellos autores que formaron parte de la gestión estatal (Marino *et al*, 2010, 2011, 2013, 2014, 2016; Acosta, 2011; Mon, 2011, 2012, 2013, 2016a, 2016b, 2016c, 2016d; Marré, 2017; Amarilla, 2019, 2020/2021), de aquellos que construyen una reflexión desde el campo universitario y académico (Maidana, 2015; Moragues, 2015; Mizrahi, 2015, 2019, Diaz, 2013, 2018a; Miguel y Alatsis, 2020).

teórico se fue desarrollando paulatinamente ante experiencias que por momentos se volvían caóticas e inabarcables. En palabras de uno de los miembros del Observatorio de Tendencias del INTI: “... esa misma intención chocaba con la incertidumbre de enfrentarse a un ejercicio del diseño que no tenía precedentes e implicaba una novedad para nuestro país.” (Mon, 2015:18). En este sentido, la coordinadora del Programa *Acercando* (Universidad Nacional de Tucumán), el cual fue llevado adelante junto a las randeras de la localidad de El Cercado y diseñadores y diseñadoras locales, sostuvo: “el proyecto se erige como trabajo de campo sobre el que estamos intentando elaborar un pensamiento sobre los modos de relación de los protagonistas, como de la historia de estas figuras y de las técnicas en concreto.” (Mizrahi, 2015: 161). Así, “desde el hacer, surgen profesionales con otra mirada y eso los lleva a dejar una impronta en sus productos.” (Moragues, 2015:103). En este sentido, los estudios expusieron las oportunidades que abre el trabajo transdisciplinario y colaborativo (Maidana 2015; Mizrahi, 2015; Mon 2015), donde a través del encuentro mancomunado fue posible lograr “... un producto original y significativo con un anclaje importante y vital en su contexto histórico, geográfico y cultural...” (Maidana, 2015:187), que permite concebir la innovación como una forma de salvaguardar y garantizar la continuidad de técnicas y saberes locales (Mizrahi, 2015).

Desde la producción académica se ha planteado en relación con la promoción del diseño cierto rasgo de informalidad, especialmente en sus inicios. Sin un claro direccionamiento “desde arriba”, ajustándose “sobre la marcha” (Miller y Yúdice (2004:12) en Miguel y Alatsis, 2020), la formulación e implementación de las políticas se modificaron como consecuencia de la interrelación entre los distintos actores involucrados, es decir productores, gestores, inversores y público (Miguel y Alatsis, 2020). Asimismo, la gestión pública fue caracterizada por su alto grado de personalismo, lo cual “... implica que, con cada nueva administración que se instala, proyectos y procesos son discontinuados e incluso se ocultan resultados alcanzados” (*Ibid*: 33). En cuanto a las políticas culturales vinculadas a la articulación entre artesanía y diseño, estas fueron abordadas a través de la distinción de dos posibles dinámicas: $A+D$ en calidad de asesoría técnica y $A\leftrightarrow D$ en calidad de mesas colaborativas (Diaz, 2013; 2018a). De esta manera, si en la primera dinámica se plantea la búsqueda de soluciones a problemas concretos de la comunidad de artesanos, en la segunda se presenta el desafío de la experimentación conjunta entre diseñadores y artesanos, en condiciones de igualdad y respecto a los aportes creativos de ambas partes.

Finalmente, el abordaje de la perspectiva de género en los estudios de diseño permitió avanzar en la desnaturalización de los sesgos sexistas de la categoría de “diseño de autor”, que

se suceden tanto en ámbitos profesionales como académicos (Zambrini, 2009, 2010, 2015, 2016; Garone Gravier, 2013). Así, “...la enunciación en masculino (diseño de autor) como universal o falso neutro habilita la invisibilización de lo femenino (las autoras) en los usos cotidianos del habla.” (Zambrini, 2015: 193) y presentó al diseño de indumentaria y textiles como un campo homogéneo y armónico. De esta manera, las “asimetrías, muchas veces no dichas, tales como las de género, también forman parte de la identidad del diseño local y son algunos de los desafíos que aún nos quedan por conquistar” (Zambrini, 2015: 197)

En el próximo apartado presento los aportes de mi trabajo de campo desde un abordaje metodológico *etnosociológico* (Bertaux, 1993), mi rol y decisiones como investigadora y la definición paulatina del contexto teórico, en tanto proceso dinámico construido en el transcurso de esta investigación.

I.2. Reflexiones y decisiones teórico-metodológicas del proceso de investigación

En este apartado me propuse desarrollar una síntesis de mi propuesta teórica-metodológica señalando sus distintas etapas, los interrogantes que motorizaron paulatinamente mi contexto teórico, los métodos utilizados y mi rol como investigadora durante el trabajo de campo. Recuperando los avances alcanzados en mi tesis de maestría centrada en las *diseñadoras-emprendedoras* ligadas al sector artesanal, esta investigación estuvo motivada por el compromiso para acceder a la mirada de las propias artesanas indígenas en su vinculación con el diseño de indumentaria, entendiendo que recuperar sus saberes forman parte de las necesidades vitales del presente en clave de la *sociología de las emergencias* (De Sousa Santos, 2006, 2009, 2012).

El conocer a las artesanas indígenas me abrió una oportunidad para seguir complejizando mi análisis, en la medida que las diseñadoras, los intermediarios y los miembros del Estado operaban como interlocutores válidos para ser escuchados y sostener el relato legítimo sobre las experiencias productivas definidas por la alianza artesanía-diseño. De esta manera, pensar esta alianza teniendo como brújula analítica y reflexiva al sector artesanal indígena local, implicó no sólo explicitar el área de vacancia en la generación de conocimiento desde los *saberes* de las artesanas (De Sousa Santos, 2006, 2009, 2012), sino también apostar a largo plazo al desarrollo

de etnografías colaborativas (Achilli, 2017; Cayón, 2018; Rivera Cusicanqui, 2018; Álvarez Veinguer y Sebastini, 2020; Diaz, 2020, 2021a) para generar prácticas investigadoras colectivas, metodológicamente flexibles y compartidas, que impulsen procesos de *subjetivación política* en pos de la construcción de conocimientos situados, implicados y activistas (Alvarez Veinguer y Sebastiani, 2020).

1.2.a. La etnosociología como enfoque: buscando las voces de las artesanas

Partiendo de una metodología de corte cualitativo, particularmente a través de las distintas fases de la *etnosociología* (Bertaux, 1993) y su triple acepción como enfoque, método y texto (Guber, 2001), llevé adelante mi trabajo campo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la provincia del Chaco, particularmente en la Ciudad de Resistencia y en las localidades J. J. Castelli, Fortín Lavalle y Miraflores. Así, la necesidad de buscar “la voz” de las artesanas indígenas me abrió un recorrido que unió distintas partes del país. En este sentido, el concepto de *etnografía multilocal* de George Marcus (1995) me permitió continuar reflexionando sobre las dinámicas en mi trabajo de campo, quien sugiere que “seguir empíricamente el hiloconductor de procesos culturales lleva a la etnografía multilocal.” (Marcus, 1995:112). También, fue fundamental recuperar esta perspectiva en clave digital (Marcus (2018) en Grillo, 2019) en la medida que me posibilitó acercarme a mi objeto de estudio atravesado por los diversos usos de Internet y la circulación virtual de información e imágenes.

Por ende, el quehacer *etnosociológico* como enfoque supuso situarme como investigadora en una concepción y práctica del conocimiento capaz de dar cuenta de los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros (Guber, 2001), concibiendo los relatos de vida en sus diversas fases: *exploratoria*, *analítica* y *expresiva* (Bertaux, 1993). Abordar la perspectiva nativa desde los relatos de vida implicó la creación de un artefacto analítico propio, en la medida que “...la así llamada perspectiva nativa es una construcción analítica, un instrumento heurístico desarrollado por el etnógrafo” (Balbi, 2011:487). De este modo, acceder a las vivencias de las artesanas indígenas me impulsó a dar pasos más firmes durante la *fase exploratoria*, reconocer las *líneas de fuerza* que caracterizan mi campo de estudio y avanzar paulatinamente en la *fase analítica* de mi investigación, en la medida que “la teorización es un proceso que se desarrolla *en la duración*.” (Bertaux, 1993).

A través de la definición gradual de mi contexto teórico logré desarrollar un modelo sobre el proceso de cooperativización y asociatividad de las artesanas indígenas impulsado desde ONG, instituciones religiosas y programas de Estado y su vinculación con las diseñadoras locales ligadas al sector artesanal. Así, reconocí las experiencias impulsadas por *Red Puna* (Jujuy), la Asociación *N'Tetaxanaxaqui* de la localidad de Miraflores (Chaco), la Asociación *Alpi Onataxanaxaipi* de la localidad de Fortín Lavalle (Chaco), la Cooperativa *Qom lashepi alpi* de la localidad de J.J. Castelli (Chaco) y las promovidas por la Fundación *Niwok* (Formosa) y *Fundación Gran Chaco*. Además, como parte de la consolidación de este modelo teórico trabajé en la identificación de *casos negativos* (Bertaux, 1993) que pusieron en contradicción mis planteos, recuperando aquellas experiencias productivas artesanales llevadas adelante por artesanas indígenas al margen de las acciones coordinadas desde ONG y otras instituciones oficiales, con presencia en el territorio.

La búsqueda de estos *casos negativos* me posibilitó la reconstrucción en el tiempo del modelo para alcanzar su forma definitiva y continuar con la *etapa expresiva* del enfoque *etnosociológico*. De esta manera, fui abriendo entradas alternativas al campo a través de las artesanas que planteaban otra relación con el binomio artesanía-diseño: 1) las artesanas del lote 88 de la localidad de Miraflores (Chaco) y la creación de su marca familiar *Las Leiva. Chera' lapaxenataxa'naxak'* en el año 2018, 2) las artesanas de la Cooperativa *Onoleq Laxaraiq* del Consejo *Carashe* de la localidad de Miraflores (Chaco) creada en el año 2011, 3) la artesana wichi de la localidad de Ingeniero Juárez (Formosa) que se posiciona individualmente a través de su marca *Chaguarte* iniciada en el año 2013, 4) la marca familiar de arte y diseño textil wichi *Mawo*, creada en la localidad de Ingeniero Juárez (Formosa) en el año 2017. Por lo tanto, la complejidad de mi modelo teórico se nutrió del análisis de estos *casos negativos*, desde los cuales pude formular nuevas relaciones, interrogantes y estrategias metodológicas. En este sentido, las exploraciones durante el trabajo campo estuvieron impulsadas por la diversidad de iniciativas propuestas desde las artesanas indígenas, en tanto experimentaciones colectivas dinámicas, flexibles y en permanente diálogo/negociación con las oportunidades que se abren desde el Estado, los intermediarios, las diseñadoras y la universidad.

La determinación del período de análisis de mi objeto de estudio lo fui construyendo en dinámica con el desarrollo del trabajo de campo, considerando los años 2013 al 2019 como un período clave para abordar el proceso de consolidación de la posición y valuación colectiva de la artesanía indígena en su vinculación con el sector del diseño de indumentaria, en tanto valor asociado a la identidad nacional y su potencial en los mercados de bienes simbólicos globales.

En el año 2013 la producción artesanal participó del *Mercado de Industrias Culturales Argentinas* (MICA) organizado por la Secretaría de Cultura de la Nación desde su área de diseño, desarrollándose una trayectoria compleja de negociaciones y consensos hasta llegar a la participación del sector artesanal en el año 2019. Asimismo, el año 2013 representó un punto de inflexión en la medida que se produjo un cruce de hechos a nivel local e internacional de relevancia. Además de la realización del MICA, se llevó adelante en la provincia del Chaco a través de distintos programas provinciales e instituciones ligadas a la labor en el territorio asesorías y mesas colaborativas entre artesanas qom, wichi y diseñadoras. A nivel internacional el año 2013 estuvo marcado por la catástrofe del Edificio textil *Rana Plaza* en Bangladesh, que fue momento bisagra para la historia de la industria textil y el fast fashion global.

1.2.b. La etnosociología como método: reflexiones sobre estrategias desbordadas

La *etnosociología* como método me interpeló sobre las particularidades de la “mirada antropológica” en el trabajo de campo caracterizada por el *extrañamiento* del investigador, en una tensión que combina los puntos de vista del *insider* y del *outsider* (Ghasarian, 2008). El *extrañamiento* se produce en una dinámica objetiva/subjetiva para quien investiga al no participar de la *conciencia práctica* (Giddens, en Lins Ribeiro, 1989) de los actores que estudia. En esta tensión complementaria, se vivencia un distanciamiento al no compartir un código en común y a la vez, una aproximación en la presencia física y reflexiva en los contextos de análisis como parte de su experiencia etnográfica. Por otra parte, el investigador/a como *outsider* se presenta como un “rompe cotidianos” para los agentes que estudia, promoviendo una *mutua crisis de identidad* capaz de generar nuevas percepciones e interacciones. Entonces, si en el trabajo de campo con las diseñadoras fue necesario transformar lo familiar en exótico (Da Matta (1974) en Sarabayrouse Oliveira, 2011), con las artesanas implicó devenir lo extraño en familiar.

Mientras los actores trazan posibles descubrimientos de su *conciencia práctica*, “domestican” al investigador asignándoles un lugar dentro de las redes locales. En este punto recuerdo los distintos lugares que asumí en el trabajo de campo con aquellos que colaboraron en mi investigación: en algunos espacios devine en socióloga/antropóloga/ historiadora, en otros “la investigadora del CONICET”, por momentos la “amiga artesana”, y con la artesana del lote 88 de la localidad Miraflores “la Vale”, con un sentido más familiar y afectivo. Como

señala la investigadora Vanessa Freitag en su reflexión sobre el trabajo de campo en contextos artesanales, “el investigador se involucra de tal forma que no simplemente “esta” en el campo, sino que también se posiciona en él” (Ameigeiras (2006) en Freitag, 2016:43). De esta manera, a través de mi quehacer etnográfico en distintas localidades del Chaco, junto a las experiencias de las artesanas del interior del país que pude conocer en Buenos Aires, inicié un proceso de aprendizaje riquísimo sobre la *reflexividad* y la definición de los métodos etnográficos. Compartir los imponderables de la vida cotidiana con las artesanas indígenas se convirtió en un *rito de pasaje* (Ghasarian, 2008), en la medida en que sólo “estando allí” fue posible emprender el *tránsito* entre reflexividades. En palabras de la autora Rosana Guber (2001):

¿Para qué el campo? Porque es aquí donde los modelos teóricos, políticos, culturales y sociales se confrontan inmediatamente-se advierte o no - con los de los actores. La legitimidad de “estar allí” no proviene de una autoridad del experto ante los legos ignorantes, como suele creerse, sino de que sólo “estando allí” es posible realizar el tránsito de la reflexividad del investigador miembro de otra sociedad, a la reflexividad de los pobladores (...) En suma, la reflexividad inherente al trabajo de campo es el proceso de interacción, diferenciación y reciprocidad entre la reflexividad del sujeto cognoscente -sentido común, teoría, modelos explicativos- y la de los actores o sujetos/objetos de investigación. Es esto, precisamente lo que advierte Peirano cuando dice que el conocimiento se revela no “al” investigador sino “en” el investigador, debiendo comparecer en el campo, debiendo reaprenderse y reaprender el mundo desde otra perspectiva. (Guber, 2001)

Durante mi trabajo de campo fui construyendo, ensayando y recreando las técnicas del método etnográfico, como método de investigación abierto y flexible. Las técnicas etnográficas me permitieron generar instancias de intercambio a través de entrevistas semi-estructuradas y observaciones participantes en eventos, talleres, ferias y en el propio salón de las artesanas, expresando una mayor intensidad con aquellas que vieron la posibilidad de concretar ciertos proyectos a partir de los encuentros que mantuvimos. Mi apertura hacia las inquietudes y necesidades que expresaban las artesanas fue construyendo un espacio para la puesta en común de propuestas colaborativas (Achilli, 2017; Cayón, 2018; Rivera Cusicanqui, 2018; Álvarez Veinguer y Sebastini, 2020; Diaz, 2020, 2021a).

La oportunidad de generar instancias de *co-labor* junto a las artesanas indígenas me permitió formar parte de un proceso de *subjetivación política* (Álvarez Veinguer y Sebastini, 2020) que, como acción colectiva, me hizo parte de las urgencias vitales de una comunidad. Durante mi investigación me aproximé a los planteos de la antropología feminista¹⁹ que me

¹⁹ Si bien esta tesis se alimenta de las referencias bibliográficas de la antropología feminista, considero que el desarrollo de este enfoque requiere de un desarrollo a largo plazo a fin de generar instancias de colaboración y de

abrieron a repensar mi rol como investigadora, considerando que “una característica de la antropología feminista ha sido desde el inicio establecer un compromiso político con los grupos o las personas que estudia.” (Lamas, 2018:12). Por ende, estos lineamientos como construcción de los saberes que “...alienta la colaboración, prioriza temas urgentes de abordar políticamente, válida la escritura etnográfica dialógica que ubica en el texto tanto a quien investiga como a quien es investigado, y enfatiza las voces, opiniones y agencia de las mujeres” (Lamas, 2018: 14), me brindó un andamiaje conceptual y un variado corpus de estudios que me alentaron como a seguir buscando, experimentando y proponiendo.

Cada mañana Gabriel me iba a buscar en moto a la casa de una lugareña de Miraflores, quién muy amablemente me hospedaba. Al llegar a la casa de la artesana qom del lote 88, nos incorporamos al círculo de la reunión familiar, donde participaban no sólo las mujeres sino también los hombres de la familia. Este punto lo observé como un aspecto importante a tomar en cuenta en contrapunto con las cooperativas, las cuales se presentaban como organizaciones exclusivamente de artesanas indígenas. Las reuniones en el “patio” de la casa en noviembre de 2018 se transformaron en un espacio importante de mi trabajo de campo donde analizar la toma de decisiones, consensos, liderazgos y conflictos. Tomando como disparador la creación de una marca familiar, en las sucesivas reuniones se fue proponiendo: la elección de un nombre, la escritura de la historia de la familia, el diseño de la etiqueta, el registro fotográfico de la cestería y su descripción formal y simbólica. En cada encuentro, marcado por temporalidades construidas en la *reflexividad* de la relación de campo (Guber, 2001), se desplegaron maneras propias (nuestras) de asumir colectivamente las *observaciones participantes* y las *entrevistas no dirigidas*. La lengua qom fue la que motorizó todas las acciones, con algunas intervenciones en español para dialogar conmigo. Como investigadora me propuse acompañar con el silencio o abriendo algunas sugerencias a tratar en el grupo, pero sobretudo con *empatía* corporal y emocional ante los momentos compartidos con la familia.

El “estando allí” de mi trabajo de campo implicó aprender a permanecer de manera atenta en la *tensión* entre el hacer y conocer, entre el observar y participar, entre la distancia y el involucramiento. Así, “los resultados no deben dejar a un lado la interacción del investigador con aquellos que estudia, pues la consideración de los hechos subjetivos favorece, en lugar de

co-teorización como resultado de un proceso integralmente colectivo. Véase: Haraway, 1988; Lorente, 2005; Méndez Torres, 2009; Espinosa Damián, 2009; Méndez Torres, López Intzín, Osorio Hernández, 2013; Sciortino 2012; Leyva Solano 2015; Pérez Busto, Tobar-Roa y Márquez-Gutiérrez 2016; Hernández Castillo 2001, 2008; Lamphere, 2016; Lamas, 2018; Palaisi, 2018; Alonso y Díaz, 2018.

aniquilar, la objetividad del trabajo de campo” (Ghasarian, 2008: 16). Como expresaron Rosana Guber y Christian Ghasarian:

Temor, ansiedad, vergüenza, atracción, amor, seducción caben en una categoría negada por la metodología de investigación social: la emoción contracara subjetiva, privada e íntima de la “persona”-sujeto jurídico. Según la lógica académica para la cual la razón es el principal vehículo y mecanismo elaborador de conocimiento, la pasión, los instintos corporales y la fe “no tienen razón de ser” (Guber, 2001).

Los resultados no deben dejar a un lado la interacción del investigador con aquellos que estudia, pues la consideración de los hechos subjetivos favorece, en lugar de aniquilar, la objetividad del trabajo de campo. Cada vez más antropólogos consideran que, más que evitar, negar o buscar controlar los elementos personales y las emociones en juego en el campo, es necesario comprenderlos e integrarlos en la investigación (Kleinman y Copp, 1993)” (Ghasarian, 2008: 16).

De esta manera, mi lugar durante las reuniones familiares se fue definiendo a partir de un complejo proceso de negociación expresado en la multiplicidad de interpretaciones construidas en quién era yo para la familia y viceversa, en la medida que “Observador y observado están constantemente comprometidos en procesos dialógicos y se afectan mutuamente” (Ghasarian, 2008:22). Mi presencia en el territorio presentaba ciertas particularidades que podían ser motivo de desconfianza o sospecha, por un lado, era una mujer citadina que se manejaba sola en el pueblo y por el otro, no estaba ligada a ninguna ONG o fundación presente en la zona. Sin embargo, mi acceso a la intimidad familiar se dio a través de una de sus integrantes, quien asume un liderazgo sobre las decisiones a seguir en la elaboración de la cestería. Esta entrada “privilegiada” facilitó mi participación en las reuniones familiares desde un vínculo afectivo y cercano. En mis registros de campo expresé constantemente como la familia me integró a su cotidianeidad y estableció un vínculo de confianza conmigo que quedó expresado en los objetos que me compartieron en los encuentros (fotos familiares, diplomas de concursos, cuadernos con escritos personales sobre la cestería, etc.).

Asimismo, la negociación de mi identidad en el territorio en las distintas localidades del Chaco estuvo estrechamente ligada a mi género y a la posibilidad de asumir roles de protección y cuidado sobre mi persona. La familia del lote 88 como “familia adoptiva” asumió la responsabilidad de irme a buscar donde yo me hospedaba en Miraflores y de almorzar juntos. Sin embargo, esta “protección” sostenida desde la familia generó algunas “limitaciones” o “contratiempos” en el accionar de mi trabajo de campo, considerando algunos de mis movimientos como “sospechosos” o “traiciones”. No obstante, estas supuestas “limitaciones” abrieron momentos de gran intensidad y lucidez en mi *reflexividad* como investigadora,

involucrándome activamente en las tensiones, conflictos y dinámicas propias del trabajo de campo.

Estos *incidentes reveladores* me permitieron “enraizar” mi presencia de manera más íntima y compleja y problematizar distintos aspectos de la conducta social. El avanzar en el trabajo de campo con sus vaivenes y traspiés, me ayudó a transitar el *pasaje* de una participación en término del etnógrafo, a una en términos nativos (Guber, 2001). Este *pasaje* implicó el despliegue de un abanico de posibilidades en la construcción de conocimiento, que incluyó tanto la confianza y la empatía como la sospecha y la acusación. Sobre este punto resulta interesante las reflexiones del investigador Diego Zenobi sobre su experiencia con los familiares de las víctimas de Cromañón: “...creo necesario enfatizar que la producción de conocimiento es posible no sólo a partir de la construcción instrumental de las relaciones sociales en el terreno sino también a partir de su destrucción, de la dificultad y de los obstáculos encontrados para establecerlas” (Zenobi, 2014:62-63).

En un folleto dedicado a la artesanía chaqueña titulado “Un tesoro que nos dejaron los antepasados” realizado por la *Comisión L’ Taraaipi*²⁰ de la localidad de J.J. Castelli (Chaco) se presentaba a una de las primeras cesteras qom de la localidad de Miraflores. Con la inquietud de conocerla y seguir ahondando sobre la noción de *ancestralidad*, una “compinche” de la zona me facilitó el contacto y así pude visitarla en su casa en el Paraje Las Hacheras, a 33 km de Miraflores. Ese mismo día al reunirme con la familia del lote 88 le comenté de mi visita y les facilité el folleto, situación que me posibilitó observar las tensiones y conflictos internos dentro de la familia y entre miembros de la comunidad qom. Así, esta visita fue problematizada señalando que la información del folleto no era cierta e incluso uno de los miembros de la familia expresó dudas de cómo accedí a ese material y decidió no participar del armado de la marca. Este episodio de “sospecha” y “acusación” me mostró la complejidad de la dinámica familiar en relación con la producción artesanal, que involucró diversas estrategias de acción y negociación. De esta manera, la confianza generada en el trabajo de campo me permitió profundizar la investigación de los hechos sociales estudiados y acceder a la intimidad de la familia y a sus facetas más problemáticas (Rockwell, 1987).

²⁰ Este folleto me lo facilitó en noviembre de 2017 una ex miembro de la *Junta Unida de Misiones* (JUM), organización religiosa localizada en la localidad de J. J. Castelli (Chaco) que acompañaba a la *Comisión L’ Taraaipi*, iniciativas dedicada a fortalecer la organización de las mujeres qom de la zona. En el folleto no se aclara la fecha de su elaboración, se estima que fue realizado en la década del noventa.

El abordaje de las imágenes fueron claves para el desarrollo de esta investigación en tanto oportunidad para indagar sobre la imaginación en la vida social en el contexto actual de un mundo globalizado y desterritorializado. Recuperando los planteos de Appadurai (2001) sobre la posibilidad de construir un *cosmopolitismo etnográfico*, las vidas *imaginadas* (Anderson (1983 en Appadurai, 2001) forman parte de la agencia social, desde las cuales se “... van generando nuevos tipos de acción política, nuevos tipos de expresión colectiva, y también nuevas necesidades de disciplina social y de vigilancia por parte de las elites dominantes” (Appadurai, 2001: 69).

Desde mis primeras búsquedas, la circulación de imágenes en redes sociales y notas periodísticas formaron parte del *paisaje mediático* (Appadurai, 2001) de mi investigación. Estas imágenes se desplegaron ante mí entre las notas publicadas por la prensa local, las publicidades de marcas de diseño de indumentaria y decoración, las propagandas institucionales de ONG y organismos internacionales, los relatos turísticos y registros de las propias artesanas en sus páginas de Facebook y los estados de WhatsApp. Así, se abrió la pregunta sobre qué lugar ocuparían las imágenes en mi trabajo de campo y la problemática de la dialogicidad en mi quehacer etnográfico. De esta manera, “A pesar de la abrumadora difusión y usos, la pregunta en clave antropológica e intercultural sobre *quién necesita imágenes (y cuáles)*, no debería dejar de realizarse.” (Masotta, 2013:40). Las imágenes pueden ser una buena fuente de conocimiento si a la vez “...se evalúa su relación con el régimen escópico vigente y se hace ingresar en él la discusión pertinente desde el punto de vista local.” (*ibid*: 42).

A mi regreso del primer viaje a la provincia del Chaco en el año 2017 y a la luz de las relecturas de mis escritos de campo, surgió la inquietud de incorporar imágenes en los encuentros con las artesanas indígenas. Con la intención de avanzar en esta línea de trabajo, me propuse a mi llegada a Buenos Aires organizar un corpus de imágenes y materiales recuperados de Internet para compartir en los encuentros con las artesanas en mi próxima estadía con ellas. Este primer corpus contó con una selección de imágenes publicitarias generadas por marcas de indumentaria y decoración que incorporan producción artesanal indígena, intermediarios orientados a la comercialización de artesanía y de aquellas creadas por las propias artesanas y puestas en circulación desde las redes sociales de sus cooperativas y asociaciones (especialmente Facebook y WhatsApp). En ambos casos recuperé imágenes ligadas a la cestería en hojas de palma y al tejido de chaguar, en tanto técnicas características de las comunidades qom y wichi de la región. También, llevé impreso el folleto sobre el origen de la cestería qom

elaborado por la Comisión *L' Taaraipi* y un listado de precios de distintas tiendas que ofrecen la posibilidad de realizar compras online de artesanía indígena.

En mi segundo viaje a la provincia del Chaco en el año 2018 fue posible vivenciar la diversidad de experiencias que se activan en y con los “otros” a través de las imágenes. En esa primera propuesta con las imágenes donde visualidad y oralidad dialogaron mutuamente, se abrieron otras posibilidades no sólo en relación con cómo ponerlas en circulación y configurar nuevos espacios para su recepción ya sea en reuniones de artesanas o en encuentro en ronda en el “patio” de una casa, sino también de cómo crearlas de manera conjunta. En este sentido, en las reuniones con la familia del lote 88 en la localidad de Miraflores se inició un proceso que tendría a las imágenes como protagonistas en la elaboración de lo que fuimos pensando de manera paulatina, como el catálogo de la marca familiar *Las Leiva. Chera' Lapaxinataxa`naxa`k* (Las Leiva. Enseñanzas de mamá). En estos encuentros se fue definiendo una temporalidad particular del quehacer en el territorio, donde los saberes artesanales interactuaron con la memoria familiar, las enseñanzas de la madre sobre las técnicas de recolección de la materia prima, la hechura de la cesta y sus distintos tipos de tejido, la modalidad para su comercialización y los conflictos actuales sobre el mercado y la organización artesanal indígena. A partir de sus relatos, las fotografías impresas en tanto patrimonio de la intimidad del clan familiar, la evocación de recuerdos en el monte y sus mitos, se fue configurando el catálogo en tanto herramienta que nos permitió conocernos y crear un dispositivo visual capaz de narrar los saberes artesanales, la historia familiar y la cualidad de la materia prima desde una escritura bilingüe.

De esta manera, se fueron desplegando las distintas actividades en función del desarrollo de la marca familiar. Como parte de las decisiones consensuadas en las reuniones, se comenzó con la escritura de la historia de la familia y el legado del saber artesanal “ancestral” de la familia. En este punto sucedió un hecho vital en el devenir de “nuestro” quehacer etnográfico: los miembros de la familia tomaron la posta en la realización de las entrevistas, partiendo de la pregunta *¿Qué sienten cuando tejen las hojas de palma?* Con este interrogante como disparador, se fue construyendo, entre todos, la memoria familiar artesanal, utilizando el celular como grabadora²¹, lo que permitió no sólo grabar las entrevistas sino también promover un espacio para la escucha y para el habla. Asimismo, la familia sumó esta herramienta al registro visual

²¹ Desde el año 2013 los *Centros Samsung Nanum Village*, junto con la colaboración de la *Fundación Gran Chaco*, han venido desarrollando en poblaciones indígenas un programa de alfabetización digital, facilitando la conectividad y equipos en distintas localidades.

diario de los encuentros, compartiendo algunos de los momentos en sus redes sociales, especialmente en los estados de WhatsApp.

A medida que avanzaban las entrevistas, se sumó el registro fotográfico colectivo de los diplomas y medallas obtenidas en ferias, fotos carnet de los ancestros²², de un cuaderno personal de técnicas y de las cestas en distintos lugares del predio e incluso se “descubrieron” objetos antiguos como fue el caso del mortero, el cual formó parte del montaje fotográfico de las artesanías. Todas estas acciones fueron anotadas en hojas de cuaderno que se guardaron en una carpeta para registrar los procesos llevados adelante y mediante votación se seleccionó la etiqueta de la marca entre las opciones realizadas en hojas de palma por los miembros de la familia.

Otra experiencia durante el trabajo de campo del año 2018 fue la realización de entrevistas con fotografías junto a las mujeres qom que habían formado parte de la Comisión *L' Taraaipi* de la localidad de J. J. Castelli y alrededores, iniciativa acompañada por la *Junta Unida de Misiones* (JUM). Estas imágenes surgieron de varias cajas con fotos de la “memoria institucional” de la JUM, desde las cuales fui armando un corpus para acompañar las entrevistas con las mujeres de la *L' Taaraipi*. En ese armado me ayudó un ex miembro de la JUM, quien en una de las tantas visitas a su casa desplegué las fotos en un papel sobre la mesa del patio y mientras ella miraba atentamente cada foto y me compartía sus recuerdos, yo escribía debajo de cada imagen alguna reseña o palabra clave. A ese “mapa visual” le tomé una fotografía como registro del encuentro, que permitió mostrar algunas de las relaciones construidas con las imágenes.

A través de las imágenes se abrieron tiempos para el encuentro, el recuerdo, la reflexión y el devenir entre visualidad y oralidad como parte de la construcción colaborativa y colectiva de los saberes. El recorrido propuesto con las imágenes implicó compartirlas, crearlas, recuperarlas, encontrarlas con “otros” en ronda. Las vivencias en la provincia del Chaco me abrieron a nuevas estrategias metodológicas, donde las imágenes y la producción de contenidos con las artesanas resultaron espacios de intercambio mutuo. Como parte del ida y vuelta permanente, en el año 2019 tuve la oportunidad de acompañar a las artesanas de la Cooperativa *Onoleq Laxaraiq* en una de sus visitas a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en la definición de un catálogo de productos donde ellas mismas posaron con sus artesanías. Por lo tanto, la

²² Si bien la foto-documento implicó un nuevo tipo de “captura” y sumisión al paradigma político-ideológico del Estado Nación, “... a lo largo de gran parte del siglo XX los indígenas chaqueños tuvieron en la foto-documento el “espejo” donde siguieron mirando sus rostros y los de sus antepasados” (Giordano, 2011:390).

creación conjunta de un catálogo formó parte de las herramientas claves desarrolladas durante el trabajo campo, desde la cual generar empatía, confianza y amplificar los espacios de reflexión. Así, el catálogo como herramienta de *co-labor* entre artesanas e investigadores permite construir un espacio para el encuentro fértil en ideas y acciones colectivas.

1.2.c. La socioetnografía como texto: la definición del contexto teórico como proceso situado

Plantear la *socioetnografía* como texto, es decir en su fase *expresiva* (Bertaux, 1993), me permitió indagar sobre los nuevos desafíos y debates vigentes en torno a la *reflexividad* como herramienta de vigilancia epistemológica del investigador. Así “El llamado posmoderno a la reflexividad supuso que el etnógrafo debía someter a crítica su propia posición en el texto y en su relato del pueblo en estudio, bajo el supuesto que lo que estamos capacitados para ver en los demás depende en buena medida de lo que está en nosotros mismos.” (Guber, 2001). Sin caer en el riesgo de la sobresemantización, dónde el investigador/a puede reunir las dos voces conservando su autoridad normativa y hablar demasiado de sí mismo desde una subjetividad romántica (Ghasarian, 2008), es necesario experimentar en la *reflexividad* a nivel de la práctica textual una relación más equitativa.

Recuperando nuevamente el concepto de *etnografía multilocal* (Marcus, 1995), la identidad del investigador requiere ser renegociada en cada lugar en una práctica de constante movilidad en su posicionamiento. De esta manera, el investigador deviene “... una especie de etnógrafo activista, renegociando identidades en diferentes lugares mientras uno aprende más sobre una parte del sistema mundo” (*ibid*:123). Por lo tanto, en el mapeo que implicó la construcción de mi objeto de estudio fui negociando mi lugar como investigadora, construyendo instancias de cercanía y empatía como también de distancia y sospechas. En este punto fue posible abrir los siguientes interrogantes como parte de los aprendizajes vivenciados durante mi investigación: ¿Cómo se fue construyendo mi presencia multisituada en el trabajo de campo? ¿Me resuena la identidad de *investigadora activista*? ¿Cómo concebir la co-teorización con las artesanas indígenas?

En este escenario, el proceso analítico “real” implicó largas secuencias en las que se alternaron la lectura y la escritura, la re-lectura y la re-escritura, regresando siempre a los registros de campo iniciales en la medida que constituyeron el primer paso analítico de la investigación (Rockwell, 1987). La construcción teórica se presenta como eje ordenador del

análisis en su interacción constante con el material de campo. Si bien la construcción de un conocimiento social colaborativo, reflexivo y polifónico formó parte de mis objetivos a largo plazo, la selección de una metodología cualitativa la concebí como una decisión imprescindible para “...someter nuestras elucubraciones epistemo-etno-céntricas al diálogo con las urgencias, las historias y las vidas de los nativos de cualquier punto del planeta.” (Guber, 2001). Esta investigación se sostuvo en un abordaje heurístico de los conceptos presentes en la sociología de la cultura y la producción simbólica del sociólogo Pierre Bourdieu (1979, 1995, 2000, 2006, 2007, 2008a, 2008b, Bourdieu y Wacquant, 2008, 2014a, 2014b; Boudieu y Delsaut, 2019), en diálogo con la sociología de las valuaciones monetarias (Appadurai 1991, Kopytoff, 1991; Spooner, 1991; Callon, 2008, Zelizer, 2009, Callon y Latour, 2011; Lorenc Valcarce, 2012; Villarreal, 2014; Muniesa *et al.*, 2017; Wilkis *et al.*, 2018), con elementos de la antropología ambiental y la ecología política (Ulloa, 2001, 2005; Assies, 2003; Escobar, 2014, 2017; Carenzo y Trentini, 2014).

Considerando los aportes de la sociología de la cultura y de los productores, los planteos de Pierre Bourdieu sobre los *campos sociales* me posibilitaron definir paulatinamente mi contexto teórico y caracterizar la producción artesanal indígena y su articulación con el diseño de indumentaria, como sector en proceso de legitimación y consolidación en el mercado de los bienes simbólicos locales. En el espacio de producción artesanal indígena se dan una serie de interrelaciones y procesos económicos y simbólicos que se encuentran atravesados por los flujos culturales globales asimétricos. Allí intervienen diversos agentes e instituciones que a partir de las relaciones de fuerzas que ejercen, disputan colectivamente el valor de los productos y las experiencias culturales en un campo determinado y configuran posiciones de autoridad y de violencia legítima.

Pierre Bourdieu (2008) aborda en diversas de sus conferencias el concepto de *campo* desde una perspectiva relacional e histórica, que posibilitó analizar de manera dinámica y compleja los espacios de relaciones sociales. En esta dirección definió el *campo* como un espacio de posiciones en el que se pone en juego capitales específicos, que valen sólo dentro del mismo, y son disputados por sus actores e instituciones. Entonces, aquellos actores que monopolizan el capital específico de un campo, dentro de un estado determinado de la relación de fuerzas, ejercen el poder de la autoridad y tienden a proyectar *estrategias de conservación* que apuestan a defender la *ortodoxia*. Por el contrario, aquellos que disponen de menos capital sostienen *estrategias de subversión* orientadas a la *heterodoxia*, que implican tanto una ruptura

crítica de la tabla de valores, una redefinición de los principios de producción y de apreciación de los productos, como también una desvalorización del capital acumulado por los dominantes.

Estas *revoluciones parciales* que se suceden dentro de un campo de la producción de bienes culturales reafirman la *creencia* o como también lo expresa Bourdieu el “desconocimiento colectivo” en el valor de lo que está en juego, contribuyendo a reproducirla. En este sentido, comprender la producción artesanal indígena contemporánea en su doble inscripción, es decir, histórica, en tanto proceso que se remonta a las sociedades precolombinas y estructural, en la lógica actual del capitalismo que genera su aspecto *híbrido* (García Canclini, 1982), implicó considerar “no sólo la producción material de la obra, sino también la producción del valor de la obra o lo que viene a ser lo mismo, de la creencia en el valor de la obra” (Bourdieu, 1995:339).

Esta creencia colectiva en el valor de los bienes culturales se configura a partir de una ideología carismática que origina la cuestión del *productor aparente*, en tanto creador increado (Bourdieu, 1995). Así, se dispone un círculo de la creencia donde se presenta un mundo de creadores, naturalmente dotados del don de la “inspiración” y un mundo de intermediarios que actúan como “descubridores” genuinos guiados por su “pasión desinteresada y descabellada por una obra”, capaces de percibir su valor intrínseco (Bourdieu, 2014b). La denegación del interés propiamente “económico” forma parte del corazón de los campos de producción de bienes culturales, involucrando una inmensa empresa de *alquimia social* en la cual colabora el conjunto de los agentes comprometidos en el campo de producción y donde la *inversión simbólica* debe eufemenizarse para ser efectiva.

Tomando esta perspectiva interpretativa desde un uso heurístico, la investigadora Paula Miguel expresó en sus estudios sobre el espacio de producción del diseño de indumentaria de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que es posible encontrar homologías entre el alto diseño con la lógica del mundo artístico, describiendo los *ciclos de consagración* del “diseño de autor” y el rol de los intermediarios culturales en la construcción de la *creencia* colectiva del “diseño” como valor (Miguel 2013, 2019). En esta dirección, recuperé los planteos sobre las empresas “culturales” (Bourdieu, 1995, 2014 a, 2014 b), las cuales se definen por la denegación de lo “económico” y el rechazo al ingreso inmediato de sus beneficios, caracterizadas por un *ciclo de producción larga* al asumir el riesgo de construir su propia demanda hacia el futuro y su capital simbólico.

Entonces, los beneficios económicos se proyectan a largo plazo y a partir de la *acumulación de capital simbólico*. Bourdieu señaló que el *campo de la producción restringida* de los bienes simbólicos produce sus propias normas y criterios de evaluación de sus productos, creando un mercado específico en la medida que funciona una competencia por la legitimidad cultural otorgada por el grupo de pares (que son tanto clientes fidelizados como competidores), en el que se disputan las *distinciones culturalmente pertinentes* en un momento dado. No obstante, el autor sostuvo la autonomía relativa del campo lo cual implica analizar las prácticas en el sistema de relaciones en que se encuentran insertas, es decir acorde a las leyes de juego creadas en cada campo, que a su vez supone la presencia de los otros que coexisten en el espacio social global. Considerando los aportes de distintas autoras que han analizado desde la perspectiva bourdesiana los procesos de intermediación simbólica que contribuyeron de manera colectiva a la valoración, legitimación y creciente autonomía del sector del diseño de indumentaria local²³, problematicé el estudio de la producción artesanal indígena y las estrategias de reconocimiento definidas desde el espacio del diseño en clave de desarrollo sostenible.

La noción de *habitus* (Bourdieu 1995, 2006, 2014a, 2014b) formó parte de la constelación de conceptos claves de esta tesis, en la medida que me permitió analizar los saberes femeninos como *conocimiento práctico* (Bourdieu, 2007) que se aprende en la interacción corporal y perceptiva con los lugares y las experiencias que son reconocidas como importantes en este caso por las artesanas indígenas y las diseñadoras que se vinculan con ellas. Entonces, el *habitus* es definido como un dispositivo abierto que implica “sistemas transponibles y perdurables de esquemas de percepción, apreciación y acción resultante de la institución social en los cuerpos” (Bourdieu, 1995:87), que al ser producto de la historia configura “un sistema abierto de disposiciones, enfrentando de continuo a experiencias nuevas y en consecuencia, afectado sin cesar por ellas. Es perdurable más no inmutable” (*ibid*: 92). En este marco, recuperé los planteos de la autora Mariana Gómez (2008) quien utiliza el concepto de *habitus* de Bourdieu para abordar la práctica de recolección en el monte de las mujeres qom en la provincia de Formosa, considerando el cuerpo como un *locus significativo* que porta, crea y dinamiza un saber social incorporado donde está sedimentado el conocimiento práctico de las mujeres indígenas acerca del monte. Así, expresé que este tipo de abordaje permite superar miradas exotizadas y reificadas de las prácticas sostenidas por grupos que han sido cazadores-recolectores y ahondar en las continuidades y transformaciones de esos *habitus*. Asimismo, el

²³ Véase: Vargas, 2013; Miguel 2013, 2015, 2019, 2019/2020; Correa 2019/2020; Guerschman 2019/2020; Alatsis 2019/2020.

concepto de *habitus* fue fundamental para describir en el sector del diseño la definición de una dinámica profesional ligada a los valores de lo artesanal, al cuidado del medioambiente y al compromiso social.

Los aportes del libro *Argelia 60. Estructuras económicas y estructuras temporales* (Bourdieu, 2006) resultaron inspiradores para estudiar de qué manera las artesanas indígenas locales incorporaron el “espíritu de cálculo” en sus procesos productivos, considerando las discordancias y convivencias entre el *habitus* tradicional indígena y la estructura económica capitalista. También, indagué sobre cómo las prácticas y valores de la economía capitalista son interiorizados por las artesanas indígenas, modificando su concepción tradicional del tiempo, forma de organización productiva y del trabajo. Así, abordé las implicancias que ejercieron sobre ellas y su entorno las capacitaciones con diseñadoras y miembros de ONG en el territorio, las cuales profundizaron la “... tensión entre las normas tradicionales que imponen deberes de solidaridad para con la familia extendida y los imperativos de una economía individualista y calculadora.” (Bourdieu, 2006: 91). Estos planteos fueron fundamentales para analizar el proceso de profesionalización de las *diseñadoras-emprendedoras* de indumentaria en su vinculación con el sector artesanal indígena, visibilizando sus procesos de racionalización sostenidos en el contexto del auge global de los discursos sobre el desarrollo sostenible.

Considerando los lineamientos de la sociología de las valuaciones monetarias (Appadurai, 1991; Kopytoff, 1991; Spooner, 1991; Callon 2008; Zelizer, 2009; Callon y Latour, 2011; Lorenc Valcarce, 2012; Villarreal, 2014; Muniesa *et al.*, 2017; Wilkis *et al.*, 2018), la perspectiva de Michel Callon sobre el carácter performativo de las agencias calculadoras en la economía fueron fundamentales para estudiar la definición del mercado artesanal indígena, en su vinculación con el sector de diseño de indumentaria local. El autor planteó que toda agencia económica de cálculo requiere enmarcado y desenredo, es decir que “... una frontera precisa y clara debe ser establecida entre las relaciones que los agentes toman en cuenta y utilizan en sus cálculos y aquellas que serán rechazadas por el cálculo en cuanto tal.” (Callon 2008:27). Para que exista un mercado es necesario la selección de un conjunto de agentes y bienes definidos, disociados, desconectados, es decir enmarcados. De esta manera, los *guiones* sociales y culturales (Villarreal, 2014) delimitan y definen las posibilidades de cálculo, aunque nunca de manera total ya que existen relaciones que la desafían y la desbordan. Michel Callon sostuvo que para su configuración los agentes involucrados tienen que movilizar un amplio rango de

objetos-frontera (Star y Griesemer (1989) en Callon, 2008), los cuales, si bien permiten el enmarcado, constituyen puntos de fuga donde el desborde se encuentra latente.

La denominada *economía-disciplina* permite organizar las relaciones económicas como mercados a través de la contabilidad, el marketing y la teoría económica. Estos saberes de la ciencia económica tienen un carácter “performativo”, es decir “de la movilización de bienes y personas extrae con qué hacer los intercambios calculables...” (Callon y Latour, 2011:175). Desde esta perspectiva, “los mercados son dispositivos colectivos que permiten alcanzar compromisos, no solamente sobre los bienes que han de producirse y distribuirse sino también sobre el valor que ha de atribuirseles” (Callon y Muniesa (2005), en Lorenc Valcarce, 2012:29). Por ende, la valuación monetaria es una práctica compleja y relacional, que involucra clasificaciones y mediciones, juicios y cálculos.

Como señala Arjun Appadurai resulta clave describir la vida social de las cosas, en la medida que “...sus significaciones están inscriptas en sus formas, usos y trayectorias” (Appadurai, 1991:19). Recuperando la trayectoria de la artesanía indígena en su *fase mercantil* (Kopytoff, 1991), es decir en tanto cosa con un tipo particular de potencia social destinada al intercambio, fue posible abordar su biografía de valuación monetaria y los marcos morales y culturales en las que se desarrollan las *contiendas de valor*. Como expresa Appadurai “...la mercantilización descansa en la compleja interacción de factores temporales, culturales y sociales.” (Appadurai, 1991:31). No obstante, este autor señala que todo intento de fijar una definición de mercancía es inútil salvo que se las considere en movimiento. Así, el flujo de las mercancías en un contexto particular se desenvuelve “...entre rutas socialmente reguladas y desviaciones competitivamente inspiradas.” (*ibid*: 33).

En este marco, fue posible abordar las artesanías indígenas en su relación con el mercado del diseño de indumentaria como un ejemplo significativo de *desviación* de las mercancías de sus nexos originales, en correlato con las nuevas demandas de bienes simbólicos y la negociación de los criterios válidos de “autenticidad” que acompaña el movimiento de las artes étnicas *resingularizadas* (Kopytoff, 1991), en el contexto de las industrias creativas y la moda sostenible. Así, “la autenticidad es la conceptualización de una legitimidad escurridiza, inadecuadamente definida y socialmente ordenada” (Spooner 1991:279), donde si bien ciertos atributos materiales objetivos participan en la definición de la autenticidad, ésta depende de la elección y la negociación siempre inconclusa e inestable dentro y entre diferentes sociedades. En este sentido, analizar la relación entre valor y precio de la artesanía indígena implicó atender los lazos contruidos entre universos culturales y mercantiles, aprehendiendo su rol fundamental en la determinación de relaciones de poder y asimetrías. Así, las *valuaciones monetarias* en

tanto contingencia histórica (Muniesa *et al.*, 2017; Vatin (2009) en Wilkis *et al.*, 2018) suponen mecanismos, relatos, técnicas y dispositivos que cualifican los bienes y establecen una diferencia medible, mensurable y cuantificable entre ellos (Callon (2009), en Wilkis, 2018), contribuyendo en la producción, negociación y transformación de jerarquías sociales, estéticas y morales.

El concepto de *vidas conectadas* de la vida social de Viviana Zelizer (2009) me permitió complejizar las experiencias de las artesanas indígenas con las diseñadoras sobre las valuaciones de las artesanías, el desarrollo de las dimensiones afecto-comerciales y la configuración de nuevas subjetividades. Según la autora las personas establecen lazos diversos entre esferas aparentemente opuestas fundadas en ideales de pureza y contaminación, destacando el *trabajo relacional* que se realiza cotidianamente para negociar el significado y las propiedades de los vínculos entre esos mundos contruidos como autónomos y mutuamente hostiles y precisar los límites que separan unas dimensiones relacionales de otras²⁴. A pesar de la vigencia de la teoría de los mundos hostiles en pleno siglo XXI, las personas llevan *vidas conectadas* donde mezclan la actividad económica y la intimidad, actualizando y renegociando las múltiples diferenciaciones entre lazos sociales. A diferencia de los discursos polarizantes, la idea de *vidas conectadas* abrió una ventana estratégica desde la cual abordar las relaciones afecto-comerciales y los sentidos plurales del dinero entre las artesanas y las diseñadoras en el contexto de los mercados glociales, entendiendo que “el dinero cohabita con la intimidad, e incluso la sustenta” (Zelizer, 2009:51).

En este contexto resultaron fundamentales los planteos de Bourdieu sobre el rol del Estado en la construcción de los mercados a través de la implementación de normas jurídicas y reglamentaciones, moldeando la reproducción, el consumo y los intercambios mercantiles (Bourdieu, 2000: 107). Así, los mercados son el efecto de una *política estatal* mercantilista orientada a incrementar el comercio interior y exterior, desde la que no sólo se regula la producción y el consumo como parte del proceso de unificación económica, sino también se disputa el monopolio de la *violencia simbólica legítima* (Bourdieu y Wacquant, 2008) mediante la imposición de leyes y clasificaciones burocráticas. Sin embargo, la formación de un *campo económico mundial* promueve la deslocalización de la empresa económica y las inversiones internacionales, presentándose como un conjunto de subcampos mundiales que corresponden a

²⁴ El trabajo relacional incluye la institución de lazos sociales diferenciados, su mantenimiento, su reformulación, su distinción de otras relaciones, y, a veces, su finalización. (Zelizer, 2009).

una “industry”. Cada uno de estos subcampos configura una arena de competencia por la producción y la comercialización genuina de una categoría homogénea de productos a nivel mundial. En esta dirección, dimensioné al sector artesanal indígena en la escena del *campo económico mundial* de las industrias creativas del diseño y la moda y problematicé la producción artesanal en tanto espacio de disputa de los valores económicos y simbólicos legítimos a nivel glocal.

Además, a través de la categoría de *esencialismo verde* (Carenzo y Trentini, 2014) recuperada del campo de estudio de la antropología ambiental y la ecología política fue posible indagar sobre las estrategias desarrolladas por diversos actores e instituciones en relación con la identidad de la artesana indígena que las caracteriza como un buen *nativo ecológico* (Ulloa, 2001), en tanto cuidadora de la cultura y biodiversidad. En este sentido, el *esencialismo verde* implica el riesgo de caer en una construcción estereotipada e idealizada del “otro” indígena anclada en la metáfora del “buen salvaje ecologista”, invisibilizando los efectos de las relaciones de desigualdad y subordinación derivados de los procesos de relacionamiento e intercambio interétnicos (Carenzo y Trentini, 2014:106). Así, la construcción de “las identidades ecológicas” (Ulloa, 2001, 2005) configura un espacio de confrontación política permanente, donde estas identidades son construidas, transformadas por las comunidades, permitiendo la proyección de estrategias políticas que tensionan/dialogan con las expectativas de los mercados globalizados, la exportación de productos étnicos y el turismo cultural. En esta dirección, en el contexto de la globalización se “... pone (en) sitio culturalmente a los indígenas, induciéndolos a que se mantengan fieles a su ‘primitivismo cultural’” (Assies, 2003: 3), representación ligada al “mito prístino” y a la identificación occidental del indígena con la naturaleza.

En este recorrido que implicó la construcción de mi contexto conceptual la categoría analítica de *sostenibilidad* (Martinez Alier, 1992; Tiban Guala, 2003; Escobar, 2014, 2017; Gómez Baggethun, 2019) propuesta desde el campo de los estudios de la antropología ambiental y la ecología política, resultó fundamental a la hora de avanzar en mi investigación. Este término fue expuesto por primera vez en el año 1987 en el marco de la *Declaración de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo* de la ONU. Bajo el título “Nuestro futuro común” se definía el desarrollo sostenible como “aquel que satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (ONU, 1987). De este modo, abordar la relación artesanía-diseño-sostenibilidad como problema posibilitó el análisis de las conflictividades, negociaciones y tensiones que incluye no sólo la dimensión de lo económico y cultural, sino también de lo epistémico y

ontológico. Así, como señaló el autor Arturo Escobar una versión fuerte de este concepto “... tendrá que ser descolonizadora en lo epistémico, liberadora en lo económico y lo social y despatriarcalizante ...” (Escobar, 2014:65). A través de la recuperación de la perspectiva de las artesanas indígenas logré problematizar la categoría de *sostenibilidad* y las nociones asociadas a ella, para caracterizar a cierto tipo de iniciativas del sector de la moda y el diseño orientadas al cuidado ambiental y al compromiso social. En este sentido, recuperé la utilización de la *sostenibilidad* planteada desde distintos ámbitos institucionales, programas de Estado y medios de comunicación como si fuese un concepto transparente y unívoco, ocultando los procesos de selección, las contradicciones y las relaciones de fuerza y poder implicadas.

Además, presento las fuentes primarias y secundarias que formaron parte de esta investigación. Así, generé un corpus heterogéneo de fuentes primarias a partir de la realización de entrevistas en profundidad y semiestructuradas desde una dinámica de trabajo impulsada por la construcción de fuentes orales (Fraser, 1993; Pollack, 2006; Traverso, 2007; Necochea Gracia, 2013). Desde el año 2014 llevé adelante entrevistas a artesanas, diseñadoras, funcionarios públicos e intermediarios en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a partir del año 2017 en la provincia del Chaco. En este recorrido entrevisté a artesanas indígenas y a cooperativas artesanales, entre ellas a: *Red Puna* (Jujuy), *Siwan'i* (Formosa), *Chaguarte* (Formosa), Asociación *Qom lashepi Alpi* (J. J. Castelli, Chaco), artesanas del Barrio qom Nocayi (J. J. Castelli, Chaco), Cooperativa *Onoleq Laxaraiq* (Miraflores, Chaco), artesanas del lote 88 (Chaco), Asociación *N'Tetaxanaxaqui* (Miraflores, Chaco) y Asociación *Alpi Onataxanaxaipi* (Fortín Lavalle, Chaco).

También, entrevisté a funcionarios del Ministerio de Cultura de la Nación y en la provincia del Chaco al Instituto de Cultura, al Instituto de Turismo y al Programa para el Desarrollo Rural Incluyente (PRODERI-INTA). Entre las ONG, intermediarios e instituciones ligadas a la labor en el territorio llevé adelante entrevistas a miembros de la *Fundación Gran Chaco*, *Matriarca*, Fundación *Niwok*, la *Junta Unida de Misiones* (JUM), Espacio *INKA*, Tienda *Quiero Norte* y *Warmi Store* y a las marcas de diseño que interactúan con el sector artesanal de las distintas regiones del país: *Mantos abrigos* (CABA), *Maloca* (Salta), *Kaymanta* (CABA), *Tonocoté* (CABA), *Marcelo Senra* (CABA), *Valeria Nicali* (CABA), *Diseño Originario* (CABA), *Romero Lagache* (CABA), *Hormiga* (CABA), *Cooperativa de Diseño* (CABA), *Cúbreme* (CABA), *La justa. Diseño textil* (Jujuy), *el Ático de Lú* (Chaco), *UNO ropa circular* (Chaco) y *Velasco* (Chaco), entre otras iniciativas.

Además, realicé observaciones participantes y no participantes tanto en eventos y encuentros representativos para la visibilización de la articulación artesanía-diseño, como en propuestas de colaboración desarrolladas junto a ciertos grupos de artesanas. Además, sistematicé la participación de las artesanas de *Red Puna* (Jujuy) en la *III Bienal de Diseño* de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU-UBA) en Agosto de 2017, las distintas visitas llevadas adelante en los salones de las artesanas en las localidades de Miraflores y J.J. Castelli (Chaco), el trabajo mancomunado a partir del año 2018 junto a las artesanas del lote 88 (Miraflores, Chaco) y el acompañamiento durante el año 2019 a las artesanas de la Cooperativa *Onoleq Laxaraiq* (Miraflores, Chaco) a la Feria de Mataderos y de Plaza Francia (CABA). Además, registré las distintas ediciones del Mercado de Industrias Creativas Argentinas (MICA, Ministerio de Cultura de la Nación), las acciones impulsadas por el Mercado de Artesanías Tradicionales de la República Argentina (MATRA, Ministerio Cultural de la Nación), la Feria Internacional de Turismo (FIT) del año 2017 en el predio de La Rural (CABA), el Festival *Ancestral y Contemporáneo* a partir del año 2017 en la Ciudad de Resistencia (Instituto de Cultura, Chaco) y los desfiles organizados a partir del año 2018 por la *Asociación de Moda Sostenible Argentina* (AMSOAR).

Estos datos los complementé con fuentes secundarias que resultaron claves para complejizar el análisis, tales como: los informes y manuales generados por organismos estatales e internacionales, destacándose los diagnósticos desarrollados sobre el sector del diseño de autor por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y la Fundación Pro tejer, los materiales propuestos por *World Wildlife for Nature* (WWF), las *Naciones Unidas* (ONU), la *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura* (UNESCO), la *Red Pacto Mundial Argentina*, el *Centro Textil Sustentable*, entre otras instituciones. También seleccioné un corpus de notas periodísticas e imágenes desarrolladas por medios de comunicación tanto masivos (*Clarín*, *La Nación* y *Página 12*) como comunitarios, alternativos y populares (*Sudestada*, *La Poderosa*, *La tinta*, *Indymedia Argentina*, la *Agencia de Noticias de Comunicación alternativa y popular*, *Fabularia* y *Antropocosmos*), desde los cuales se han difundido contenidos relacionados a la producción artesanal indígena, la alianza artesanía-diseño y su vinculación con la moda sostenible. Además, recuperé los artículos de la plataforma *La moda en serio* de la periodista Andrea Lázaro y llevé adelante un seguimiento en las redes sociales (especialmente Facebook) de las cooperativas artesanales gestionadas por las mujeres indígenas para difundir sus productos.

Las fuentes orales que forman parte de esta tesis fueron utilizadas previa consulta y consentimiento de los entrevistados. En las instancias de *co-labor* se creó un backup colectivo de imágenes para trabajar la edición de los catálogos a la distancia. Así, las fuentes visuales formaron parte de la toma de decisiones sobre las estrategias de visibilización actual de las artesanías indígenas, desde ciertas propuestas abordadas en esta investigación. En este sentido, el trabajo realizado junto con la familia del lote 88 (Miraflores, Chaco) a través de la creación de la marca de cestería y su catálogo, necesitó de un tiempo propio que se fue definiendo en los encuentros familiares y en los intercambios por WhatsApp. Así, en una nota de campo realizada en la localidad de Miraflores (Chaco) en el mes de noviembre de 2018, expresé:

El orden o secuencia de mis propuestas metodológicas se disuelven cuenta más cerca estoy de las artesanas, devienen compartidas. Siendo parte de alguna manera de su cotidianeidad, mi metodología se torna más flexible, más “espontánea” y abierta a sus necesidades e intereses.

Como cierre del apartado metodológico, la *etnosociología* en diálogo con la *etnografía multilocal* me permitió generar estrategias cualitativas arraigadas capaces de atender a la diversidad de experiencias que impulsa la alianza artesanía-diseño en nuestro país. Por ende, seguir el pulso de las artesanías a través de las distintas iniciativas productivas llevadas adelante por mujeres indígenas en sus comunidades, me posibilitó abrir el análisis sobre las complejidades que asume la interacción de la producción artesanal en su relación con el sector del diseño de indumentaria. Asimismo, me ayudó a generar espacios para el desarrollo de instancias de *colaboración* junto con las artesanas, capaces de acercar a la universidad con la multiplicidad de acciones comunitarias sostenidas desde los territorios, que emergen como nodos de experimentación y creación de propuestas e ideas. De esta manera, asumir el compromiso de pensar distintos soportes para la generación y difusión de los saberes forma parte de los desafíos a construir a largo plazo, encontrando en el trabajo con las imágenes una herramienta para pensar de manera conjunta desde un presente inestable, rico en debates y en preguntas por hacer.

Balance

La vinculación entre el sector artesanal indígena y del diseño de indumentaria en el contexto de la crisis del año 2001 en Argentina, implicó una “oportunidad” en la creación de iniciativas orientadas al desarrollo de emprendimientos a baja escala y la puesta en valor de la materia prima y los saberes locales. Entonces, la “crisis como oportunidad” construyó paulatinamente a los artesanos y las artesanas de todo el país en interlocutores claves en la consolidación de un diseño de indumentaria nacional que “miraba hacia dentro”, para proponer emprendimientos estéticos/éticos únicos. El florecimiento de los saberes artesanales en tanto contenidos ligados a los ritmos de la naturaleza y al saber hacer ancestral de las comunidades locales, abrió el encuentro entre artesanas indígenas y *diseñadoras-emprendedoras* inspiradas en la riqueza de nuestra cultura.

Así, el “marketing de la autenticidad y la trascendencia” como impulsor del consumo de la artesanía en el contexto de las distinciones patrimoniales y la emergencia de nuevas mercancías turísticas globales, encontró en el paradigma del desarrollo sostenible y el nuevo lujo el desafío de construir la alianza artesanía-diseño como valor y amplificar los imaginarios positivos sobre la generación de una moda respetuosa con el medio ambiente y comprometida socialmente. En este sentido, el reconocimiento desde el campo de la moda y el sector del diseño de indumentaria de la materia prima local y de los saberes y técnicas artesanales, reactualizó la visión dicotómica entre arte-artesanía, entendiendo a la artesanía como reserva prístina y colectiva de la identidad nacional y al diseño como espacio para la experimentación individual de un “genio” creador, que invita a otros sectores a potenciar sus lenguajes.

En un contexto global atravesado por el impulso de la *Agenda 2030* de la ONU y sus *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS), el estudio de la articulación artesanía-diseño implicó la apuesta por una doble visibilización: por un lado, de una comunidad de *diseñadoras emprendedoras* ligadas al sector de la producción artesanal para la definición de sus iniciativas creativas, y por el otro, de una comunidad de artesanas indígenas y sus distintas maneras de organización en el territorio. El encuentro entre artesanas indígenas y diseñadoras permitió atender a las tensiones, negociaciones y disputas entre ambos actores y sus espacios de acción. En esta dirección, el abordaje celebratorio y esquemático del concepto de desarrollo sostenible promovido desde organismos internacionales y locales y las categorías asociadas propuestas desde el campo de la moda, el sector del diseño y la prensa especializada necesitó ser desmontado y problematizado en clave de conflicto y consenso. Así, la búsqueda de las “voces

ocultas” de las artesanas, accesible sólo a través de los relatos de las diseñadoras, funcionarios e intermediarios, resultó fundamental.

La elección de una estrategia metodológica de corte cualitativa me permitió complejizar las dimensiones de análisis desde la perspectiva nativa, en tanto dispositivo analítico desarrollado como investigadora (Balbi, 2011). Considerando los aportes de la *etnosociología* (Bertaux, 1993) y la *etnografía multilocal* (Marcus, 1995) fue posible impulsar un recorrido a través del acercamiento a diversas experiencias de diseño de indumentaria, cooperativas y asociaciones artesanales indígenas de distintas partes de nuestro país, funcionarios, intermediarios, miembros de fundaciones y ONG. Estableciendo como centro de mi trabajo de campo la provincia del Chaco a partir del año 2017, logré avanzar en la identificación de las *líneas de fuerza* que atraviesa mi objeto de estudio, encontrar *el punto de saturación* en el desarrollo de mi análisis y definir los *casos negativos* para consolidar mi modelo teórico (Bertaux, 1993).

Asimismo, inicié junto a las artesanas con la oportunidad de generar instancias de trabajo colaborativo (Achilli, 2017; Cayón, 2018; Rivera Cusicanqui, 2018; Álvarez Veinguer y Sebastini, 2020), donde la puesta en circulación y creación de imágenes enraizaron los saberes en tanto construcción colectiva del conocimiento en su carácter situado y comprometido. El trabajo con las imágenes implicó un abordaje atento y activo que incluyó la recopilación no sólo de aquellas presentes en los medios de comunicación, sino también de las que “emergieron” desde el territorio (analógicas y digitales) durante mi quehacer etnográfico. Como parte de las experiencias impulsadas con las artesanas fue posible definir, por un lado, el desarrollo de espacios de encuentro con las imágenes para la reflexión y por el otro, la creación conjunta de fotografías para la difusión de sus productos a través de la definición de un catálogo. De esta manera, problematizar la dimensión estética y ética en la construcción y difusión de las imágenes desbordó mis estrategias metodológicas ante las experiencias compartidas con las “otras” artesanas, ampliando las oportunidades de *co-labor*.

Por último, a través de la profundización de mi trabajo de campo fui construyendo un contexto teórico flexible y fértil en ideas y asociaciones, que hundieron sus raíces en un uso heurístico de los conceptos planteados desde la sociología de la cultura y la producción simbólica de Pierre Bourdieu, en diálogo con la sociología de las valuaciones monetarias, y elementos de la antropología ambiental y la ecología política. Así, sosteniendo un ida y vuelta permanente entre los registros de mi quehacer etnográfico y los conceptos teóricos fui indagando sobre las complejidades y tensiones que genera la construcción de valor de la artesanía indígena y

sus hacedoras, en su interacción con el sector del diseño de indumentaria “de autora” y las nuevas demandas de los mercados de los bienes simbólicos globales ligados a los lineamientos del desarrollo sostenible. En este sentido, el próximo capítulo presenta el análisis de las distintas estrategias productivas sostenidas por las artesanas locales, reconociendo las tensiones de la alianza artesanía-diseño y la red de intermediaciones simbólicas que construyen a la mujer indígena como cuidadora genuina de la biodiversidad y los saberes comunitarios.

CAPÍTULO II

ARTESANAS INDÍGENAS ¿MUJERES TRABAJADORAS Y LIDERESAS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE?

En relación con el diseño de indumentaria profesional, a partir de la crisis del año 2001 en Argentina, las artesanas indígenas de distintas regiones de nuestro país se incorporaron a un entramado complejo signado por las dinámicas productivas y simbólicas de las industrias creativas *glocales*. Así, las mujeres indígenas han definido diversas experiencias de organización en relación con la producción artesanal, asociadas a los programas de Estado, la labor de ONG, instituciones religiosas y movimientos sociales. En este contexto, fue necesario abrir las siguientes preguntas: ¿Qué características presentan las organizaciones artesanales llevadas adelante por las mujeres indígenas en Argentina? ¿En qué estrategias productivas son capacitadas para lograr la inserción de sus artesanías en los mercados de los bienes simbólicos *glocales*? ¿Cómo las mujeres indígenas a través de sus prácticas y saberes artesanales aprovechan/tensionan la retórica del desarrollo sostenible y el empoderamiento femenino?

Recuperando estas preguntas, en este capítulo “Artesanas indígenas ¿mujeres trabajadoras y lideresas del desarrollo sostenible?” me enfoqué en el “y” como intersticio para avanzar en un análisis histórico, conflictivo y en permanente negociación, considerando la versatilidad de las artesanas indígenas a la hora de accionar y relacionarse con los distintos actores ligados al sector artesanal. Así, recuperé las diversas trayectorias sostenidas por las artesanas indígenas y sus formas de organización (Véase Anexo N°1)²⁵, atendiendo a las fricciones que genera la relación artesanía-diseño en tanto parte de las alianzas activadas como motor de los mercados de los bienes simbólicos contemporáneos en clave de diversidad cultural y desarrollo sostenible. En este sentido, abordar *las líneas de fuerzas* que atraviesan esta alianza me permitió aprehender las complejidades que implica la interacción entre dos sectores con lógicas de producción, circulación y creencias específicas. Por ende, a través del estudio de estas

²⁵ Véase cuadrde entrevistas, observaciones participantes e instancias colaborativas realizadas junto a artesanas y cooperativas artesanales indígenas en el Anexo N°1.

líneas de fuerza planteo la necesidad de superar abordajes esencialistas y cristalizados sobre la mujer indígena y su labor artesanal actual, a fin de conseguir una aproximación que contemple las prácticas arraigadas en su carácter relacional, heterogéneo, asimétrico e inestable.

El capítulo se organiza en dos apartados. En el primero presento las distintas experiencias productivas sostenidas por las artesanas indígenas en las provincias de Jujuy, Formosa y Chaco, expresando las tensiones que se producen a partir del accionar en el territorio de programas de Estado, ONG, organizaciones religiosas, movimientos sociales, intermediarios y diseñadoras. En el segundo apartado, planteo la construcción colectiva de valor de la artesanía indígena y las relaciones asimétricas presentes en las negociaciones por su reconocimiento en el mercado de los bienes simbólicos glociales caracterizado por los lineamientos del desarrollo sostenible, el empoderamiento femenino y del papel de la mujer indígena como garante de la biodiversidad.

II.1. Artesanas y experiencias productivas: entre la “lógica de pedido” y la intuición

Definir la producción artesanal local en el contexto del capitalismo actual implica comprenderla en la diversidad de experiencias sostenidas por las mujeres indígenas en sus territorios. De esta manera, las mujeres indígenas han disputado y negociado las prácticas y los sentidos legítimos para su artesanía, movilizand o oportunidades, definiendo estrategias, señalando los límites como comunidad y propiciando consensos y encuentros. Estas acciones inestables y versátiles (García Canclini, 1999b; Sennet, 2006) me permitieron abordar las posiciones de las artesanas en tanto construcción histórica y relacional donde se pusieron en juego las *distinciones culturalmente pertinentes* (Bourdieu, 2014a) del sector artesanal indígena en su *fase mercantil* (Kopytoff, 1991) contemporánea, vinculada al diseño de indumentaria local y las últimas tendencias seleccionadas desde los *mecanismos de la moda* (Blumer, 1969).

Considerar las artesanías indígenas como *recurso* (Yúdice, 2003) implicó no sólo concebirlas como mercancía de intercambio sino como parte de un nuevo marco epistémico donde la cultura fue absorbida dentro de una racionalidad económica, utilizada como atracción para promover el desarrollo del capital, el turismo, y las industrias creativas ligadas a la propiedad intelectual. Así, la producción artesanal indígena desplegó en la escena de la cultura

glocal diversas formas de organización productiva, donde las ONG, las instituciones religiosas, los programas de Estado y los movimientos sociales participaron en la transformación de su *habitus híbrido* (García Canclini, 1982), y a la vez contribuyeron a la creación de distintos discursos desde y sobre estas mujeres en el flujo de las mercancías artesanales, el cual se desarrolló “...entre rutas socialmente reguladas y las desviaciones competitivamente inspiradas.” (Appadurai, 1991:33).

La *desviación* (Appadurai, 1991) de las artesanías indígenas en el contexto del diseño de indumentaria local y el impulso del desarrollo sostenible, reconfiguró estos bienes culturales y sus hacedoras en relación con las nuevas demandas y sensibilidades de los mercados globales, actualizando el “espíritu de cálculo” en sus procesos productivos (Bourdieu, 2006). De esta manera, analicé diversas experiencias productivas artesanales locales, las cuales me permitieron analizar la distribución asimétrica de recursos y saberes y las posiciones que asumen las artesanías y las mujeres indígenas en el mercado actual de los bienes simbólicos. Así, recuperé distintas experiencias de organizaciones artesanales indígenas en clave de *fricción* (Tsing (2005) en Castelnuevo, 2018)²⁶, considerando tanto aquellas iniciativas ligadas a programas de Estado, la labor de ONG, instituciones religiosas, como a movimientos sociales y la formación de marcas artesanales familiares en las provincias de Jujuy, Formosa y Chaco.

Las artesanas indígenas sostuvieron que su saber hacer manual forma parte de una transmisión intergeneracional femenina, como “conocimiento práctico” (Bourdieu, 2007) ligado a ciertos rituales de iniciación y cosmovivencias que se remontan a las sociedades precolombinas y a su vez, a la lógica del capitalismo. Este saber se centró en la transmisión de generación en generación, en tanto conocimiento que conlleva al involucramiento corporal-perceptivo con las prácticas y espacios reconocidos como vitales para la praxis artesanal.

A mí me enseñó mi mamá cuando ella vivía, yo tenía 5 años y ella me enseñaba a hacer canastos, y de ahí empecé a hacer, crecí, tuve hijos, y les enseñaba. Tenemos una tía, de 80 años, todavía ella hace y enseña.

Artesana cesterá qom (Miraflores, Chaco). Noviembre de 2017

Yo veía a mi hermana como trabajaba y después de un tiempo empecé a trabajar con la hoja de palma y me salió bien.

Artesana cesterá qom (Miraflores, Chaco). Noviembre de 2017

²⁶ El concepto de *fricción* permite entender la presencia simultánea de movimiento y resistencia, solidaridad y de rechazo, de autonomía y fricción. Como expresa la autora Natalia Castelnuevo: “Partiendo de la idea de que la fricción es creativa, los encuentros heterogéneos y desiguales pueden llevar a nuevas configuraciones de la cultura y el poder (Tsing, 2005:5)” (Castelnuevo, 2018: 206).

La experticia en el manejo de la técnica artesanal implicó no sólo el involucramiento corporal y emocional con la materia prima y las temporalidades en su realización, sino también la participación en la definición de un “nosotros” como proceso dinámico de identificación-diferenciación (Bonfil Batalla, 1987). Las artesanas indígenas desde sus *saberes* (De Sousa Santos, 2006) y las memorias de su clan familiar, expresaron una *tradición* artesanal que les permitió construir un sentido de *predispuesta continuidad* (Williams (1980), en Cardini, 2012), como *tradición selectiva* que resultó operativa en la medida que ofreció una versión del pasado “que se pretende conectar con el presente y reitificarlo” (*ibid*, 159). En este sentido, recupero el folleto desarrollado por las artesanas qom de la Comisión *L’ Taaraipi* de la localidad de J. J. Castelli (Chaco) ²⁷ sobre los orígenes de la cestería con hojas de palma en la zona del Impenetrable, titulado “Un tesoro que nos dejaron los antepasados”. Desde este folleto se construyó una versión posible de la historia de la cestería qom, a través de la “voz autorizada” de una de las primeras artesanas de la zona:

“La artesanía es como un tesoro que nos dejaron los antepasados, que nos ayuda a vivir mejor hoy en día” Nemesia Cabrera, Miraflores.

La historia del arte qom sigue haciendo huellas en nuestras memorias y manos como artesanas de nuestro pueblo. El rol importante de la abuela dentro de la familia como educadora, ha transmitido y transmite la forma de elaborar la artesanía, que a su vez reafirma nuestra identidad y nos brinda una herramienta de trabajo, valorando la sabiduría de abuelas y madres. (Comisión L’Taaraipi, ca. 1990)

Las artesanas qom se presentaron como parte de una cadena de transmisión ininterrumpida e inmutable, donde los saberes femeninos se comparten en la cotidianeidad familiar. Así, aprender y enseñar la labor artesanal caracterizó el espacio doméstico como un *locus* de la política en clave femenina, definido por la potencialidad de las formas de contacto interpersonal, intercorporal e intergeneracional entre las mujeres del mismo clan familiar. Reconocer la fuerza política de estas interacciones, invisibilizadas por el advenimiento de la colonial-modernidad y del proyecto histórico del patriarcado (Segato, 2016), permitió seguir las trayectorias corporales-afectivas de estas mujeres en el espacio doméstico. Estas trayectorias que comparten las mujeres indígenas en relación con la enseñanza-aprendizaje de la labor

²⁷ La Comisión *L’ Taaraipi* fue una organización de mujeres qom activa entre los años 1985-2012 en distintos barrios y parajes aledaños a la localidad de J. J. Castelli, Chaco. Acompañada por la *Junta Unida de Misiones* (JUM), esta comisión organizó capacitaciones en corte y confección, y el acopio de artesanías para su autofinanciación.

artesanal, abrió la posibilidad de concebir la política de lo doméstico como una construcción colectiva e histórica “... *tópica* y cotidiana, del proceso y no del producto.” (Segato, 2016: 31).

Yo si heredé de mi abuela, de mi mamá, también tejía, hilaba, vivía de eso ... mi sueño es aprender bien el telar, porque mi suegra esta ya viejita y si no la aprovecho ya me quedo sin aprender.

Artesana textil colla (Dpto. de Yavi, provincia de Jujuy). Agosto 2017.

Entonces era viendo cómo tejía mi abuela, tenía todo el día con las ovejitas, y bueno uno ahí aprendía... Mi abuela es la que más me dejó el aprendizaje de ella. Ella ya no vive, se murió, me enseñó desde cero, desde poner un punto a todo.

Artesana textil colla (comunidad de Lecho, provincia de Jujuy). Octubre de 2017.

Me crie entre mujeres tejedoras siempre me gustó, porque esto se aprende mirando, porque no hay teoría, miraba a mi mamá y a mi abuela. Mi abuela, como toda abuela, mucha paciencia, ella me enseñó los diseños.

Artesana textil wichi (Ingeniero Juárez, Formosa). Noviembre 2017.

El aprendizaje artesanal apareció asociado a la cotidianeidad doméstica, en tanto espacio de intercambio, colaboración mutua y acompañamiento. Este aprendizaje las fue formando como mujeres trabajadoras, donde se conjugó la puesta en valor de la tradición artesanal de la comunidad y la artesanía como fuente de ingreso familiar. Estos ingresos comprenden tanto el trueque por alimentos y ropa, como el dinero obtenido por la venta, generalmente signada por el regateo.

Trabajo con mi mamá, mis hermanas y mi tíaCada uno con lo suyo, pero claro cuando hago las prendas, no tengo tiempo para hacer muchas cosas así que nos ayudamos, me ayudan y yo también las ayudo a ellas.

Artesana textil wichi (Ingeniero Juárez, Formosa). Noviembre 2017

Ahora con mi suegra hago la artesanía, teñimos y tejemos las dos. Ella teje en telar y yo a dos agujas.

Artesana textil colla (Dpto. de Yavi, provincia de Jujuy). Agosto 2017

A mí me ayudan mis dos hijas a preparar la palma y a tejer los canastos.

Artesana cestera qom (Miraflores (provincia de Chaco). Noviembre 2017.

La artesanía es mi trabajo ... yo cada vez que hablo con mis hijos, ahora tengo nietos, yo les hablo de la artesanía, nunca les dejé de hablar, así como cuando estaba mi abuela, mi mamá, me enseñaron a hacer canasto, toda clase de artesanía.

Artesana cestera qom (J.J. Castelli, Cooperativa, Chaco). Noviembre de 2018.

En tanto *conocimiento social incorporado y corporificado* históricamente, el *habitus* de las artesanas indígenas se configuró como “un sistema abierto de disposiciones, enfrentando de continuo a experiencias nuevas y en consecuencia, afectado sin cesar por ellas. Es perdurable más no inmutable.” (Bourdieu, 1995:92). Así, las artesanas indígenas han sido atravesadas por la fuerza que ejercen las *vidas imaginadas* a gran escala sobre trayectorias específicas (Appadurai, 2001), a través de la circulación de imágenes, discursos y prácticas en la escena glocal. En este marco, los procesos de organización e innovación del sector artesanal se vincularon con la creación de asociaciones, cooperativas, fundaciones y redes de artesanas locales desde las cuales se realizaron capacitaciones con diseñadores y diseñadoras en moldería, calidad, generación de nuevas líneas de producto, creación de marca y configuración de precio. Asimismo, la actualización de los lineamientos dirigidos hacia el sector artesanal, dialogaron con los programas de desarrollo sostenidos por organizaciones internacionales²⁸ sobre el rol de la mujer indígena como mujer empoderada, cuidadora de la cultura y biodiversidad en su comunidad.

Estas capacitaciones redefinieron el trabajo de las artesanas, quienes paulatinamente incorporaron el “espíritu de cálculo” en sus procesos productivos (Bourdieu, 2006). Considerando las contradicciones y convivencias entre el *habitus* artesanal indígena y la estructura económica capitalista, las artesanas interiorizaron las prácticas, valores y sentidos de la lógica capitalista, modificando su concepción tradicional del tiempo, forma de organización productiva y del trabajo. En estas transformaciones los diseñadores y las diseñadoras cumplieron un rol clave como asesores técnicos en tanto “puente” entre las comunidades de artesanas y sus consumidores urbanos, en el contexto de las nuevas exigencias del mercado glocal, ligadas al “marketing de la autenticidad y la trascendencia” y a la búsqueda de valores vinculados a un tiempo y espacio prefordista (Santamarina Campos y Del Mármol, 2017). En este marco, considero inspiradores los aportes de la autora Mariana Gómez (2008; 2017) para pensarla labor artesanal indígena, quien recuperó el concepto de *habitus* de Bourdieu para abordar la práctica de recolección en el monte de las mujeres qom, en la provincia de Formosa. Esta autora consideró el cuerpo como un *locus significativo* que porta, crea y dinamiza un conocimiento social incorporado, producto histórico de las formas de circulación de los saberes dentro de la comunidad. Así, expresó que este tipo de abordaje permite ahondar en las continuidades y

²⁸ A partir de la década del noventa los organismos internacionales jugaron un papel clave en la financiación de políticas de desarrollo destinadas a las poblaciones vulnerables, es decir a los pobres urbanos, pequeños campesinos, indígenas, mujeres y jóvenes. (Castelnuovo, 2018:207)

transformaciones de esos *habitus* y superar las miradas exotizadas y reificadas de las prácticas sostenidas por los pueblos originarios.

El encuentro con la comunidad de diseñadores y diseñadoras²⁹ a través de las capacitaciones fue presentado por las artesanas indígenas como un hito clave en sus trayectorias personales, en la medida que les permitió adquirir nuevas herramientas y estrategias para organizarse colectivamente dentro de sus comunidades e ingresar sus productos al mercado actual de los bienes simbólicos. No obstante, en sus relatos las artesanas problematizaron el rol de los diseñadores y diseñadoras, disputando y tensionando su lugar como profesionales idóneos. Es decir, este espacio de encuentro fue configurado por las mujeres indígenas en clave de *fricción*, donde el conflicto con el “otro” diseñador construyó límites y cercanías, sospechas y empatía, en el marco de las experiencias de formación. Entonces, lejos de desarrollarse como una interacción unidireccional liderada por el profesional del diseño, las artesanas dieron cuenta de su papel activo en la construcción de espacios legítimos y vitales para su capacitación, donde los criterios de trabajo fueron discutidos y negociados.

Hace rato que venimos trabajando con el diseñador. La experiencia fue buena, y resaltamos que él pudo aprender de nosotras. Pudimos sentarnos y tratar de no tener malos entendidos... las chicas sí escucharon que él decía que nos dio los diseños y nosotras tejíamos y eso era mentira. Él nos dio un toque más de venta, de mercado, pero la que diseñamos fuimos nosotras.

Artesana textil colla (Tilcara, Jujuy). Agosto de 2017

Las artesanas indígenas manifestaron una actitud reflexiva y de experimentación en las capacitaciones, donde a través de la exploración de la materia prima que utilizan para su artesanía podían abrir un espacio para la innovación en las morfologías y la mejora en la calidad artesanal. En esta dirección, se percibieron como generadoras de nuevos diseños, los cuales “si salen bien” pueden ser replicados por otras artesanas. Así, las que pertenecen a un mismo proyecto productivo o espacio institucional se fueron capacitando unas a otras, replicando los saberes en el territorio. Las experiencias vividas por las artesanas en los talleres junto a los

²⁹ Recuperando los avances alcanzados en mi trabajo de campo, destaco la convocatoria y participación de las diseñadoras en las capacitaciones y mesas colaborativas organizadas por ONGs, fundaciones y programas de Estado. Las diseñadoras cumplieron un rol clave en los espacios de intercambio y formación ligados a la vinculación entre la artesanía y el diseño, tanto en calidad de asesoras técnicas como profesionales que deciden acercarse al sector artesanal para incorporar su materialidad y valores al universo de sus marcas de indumentaria y/o accesorios.

diseñadores y diseñadoras se amplificaron en la red de pares, quienes reconocieron como vital la incorporación activa y selectiva de nuevos conocimientos y procedimientos.

La participación de las artesanas indígenas en estas capacitaciones formó parte de un entramado complejo de “prueba y error” ante las nuevas demandas del mercado, que movilizaron sus saberes previos en otros espacios de formación, como talleres de corte y confección y cursos de informática e internet. Así, su capital cultural y social se resignificó en el contexto de las nuevas exigencias del mercado glocal, ligados al impulso de los valores de la lentitud, la originalidad y la trascendencia. El aprendizaje de las artesanas durante las capacitaciones fue dinámico y permanente, donde estos encuentros formales dialogaron con otras maneras de innovar la producción artesanal, que desbordaron los procedimientos que se intentaron introducir en los procesos artesanales. La mirada atenta hacia los trabajos de otras artesanas en ferias y eventos, en revistas de diseño y moda y en imágenes que les facilitaron intermediarios y clientes para “orientarlas”, motorizó la creación de nuevas resoluciones formales y morfologías, así me lo comentaba el esposo de una artesana qom de la Cooperativa *Relaxai*, en el encuentro que mantuvimos con la familia en el “Barrio Originario Ltoxosheq” en la localidad de Miraflores (Chaco): “Las mujeres ven un trabajo lindo y ya está, ya les queda en la mente, así como las mujeres que miran las imágenes, les gusta, les queda ya en la cabeza, al otro día ya hacen el trabajo”. De esta manera, la observación se presentó como un *locus* para la experimentación personal y la formación de su propia corporeidad, que se abre a partir de la interacción con la materia prima y la recuperación de las referencias visuales que “les gusta”.

Asimismo, estas capacitaciones fueron reconocidas por las artesanas indígenas como un espacio donde fortalecer sus estrategias colectivas para la autonomía económica y la autoestima personal. Las artesanas adultas reconocieron en estos saberes una oportunidad para que las jóvenes de su comunidad mejoren sus posibilidades económicas y hagan frente a los problemas de la vida doméstica, ya sea que elaboren la artesanía o manejen las redes sociales de las organizaciones artesanales. Así lo expresaron varias de las artesanas adultas de la cooperativa qom *lashepi alpi* cuando trabajamos con un corpus de imágenes de la agrupación (Véase Anexo N°3). Ante una de las imágenes donde aparecía una jovencita de la cooperativa con un canasto y hojas de palma, ellas señalaron la importancia de la participación de “las jóvenes” en la organización (“que se animen a probar”) y de la recolección de las hojas de palma (“nosotras siempre la buscamos”). Además, las más jóvenes de esta cooperativa manifestaron su satisfacción al autoreconocerse en estas imágenes, señalando también que el manejo de las redes

sociales les permitió no sólo ayudar al grupo de artesanas en la comercialización sino también llegar a fin de mes y comprar lo que su familia necesita³⁰.

Si bien expresaron el esfuerzo que implica complementar el trabajo con la artesanía y los quehaceres en la casa, ellas se auto percibieron como hacedoras creativas y gestoras de espacios productivos colectivos: “Nosotras diseñamos”, “Hacemos nuestro arte”, “Las mujeres pueden hacer lo que quieran, imaginamos lo que vamos a hacer y sale”. Además, estas capacitaciones surgieron o dialogaron con los talleres de género que han llevado adelante diversas organizaciones en el territorio³¹, los cuales han favorecido la relación entre creatividad y autonomía económica de la mujer indígena.

Este proyecto empezó en los talleres de género, donde nosotras las mujeres nos juntábamos para ver qué nos pasaba en nuestras vidas y muchas a partir de su realidad, ya habíamos aprendido los derechos, pero siempre era un tabú la cuestión económica, de depender de alguien...después dijimos bueno todas sabemos tejer y podemos empezar este proyecto de tejido y vender juntas y tener un sostén económico. Tenés otra realidad económica (...) es un trabajo independiente que nos ha llevado mucho tiempo.

Artesana textil colla (comunidad de Lecho, Jujuy). Octubre de 2017.

El 15 de noviembre de 2017, me encuentro con las artesanas de la Cooperativa *Qom lashepi alpi* en su salón ubicado en la localidad de J. J Castelli, Chaco, quienes son acompañadas por la *Junta Unida de Misiones* (JUM). Una gran mesa ocupa el centro del salón y sobre ella se despliegan cuadernos, tijeras y moldes realizados en cartulina. Dos jovencitas de la comunidad escriben en uno de esos cuadernos los pedidos que reciben por Facebook. Otra mesa con una máquina de coser se alza frente a una ventana. En las paredes, estantes con los productos en hojas de palma y chaguar, afiches donde se detalla la materia prima necesaria y el tiempo de realización de cada tipo de tejido y el desglose de los precios, fotografías de las cestas y el stencil del logo de la marca. En un costado del salón las mujeres mientras chequean el WhatsApp, van armando los pedidos de sus clientas. Una gran bolsa negra contiene artesanías, que son cuidadosamente guardadas una por una. Finalmente, pegan en la bolsa un papel que dice “Destino: Retiro”.

³⁰ Fuente: trabajo con imágenes en el salón de reunión de la cooperativa *Qom lashepi alpi*, J.J. Castelli, Chaco, el 21 de noviembre de 2018. Véase: Anexo N°3

³¹ Desde la década del noventa distintas organizaciones de base, ONG y fundaciones dedicadas al fortalecimiento de las comunidades indígenas y rurales en la Argentina han venido desarrollando talleres de género junto a las mujeres. Se destacan los talleres de género coordinados por la Red Puna en la provincia de Jujuy y el trabajo de la JUM en la provincia del Chaco. Véase: Dalmás Artus, M. (2013), *Programa Mujer-comunidad*, JUM, mimeo.

A través de esta secuencia fue posible reconocer una serie de técnicas de la *economía disciplina* (Callon, 2008; Callon y Latour, 2011), gestionadas en el territorio desde ONG, fundaciones, programas de Estado e instituciones religiosas, que han contribuido a definir no sólo un espacio de cálculo para potenciar la intercambiabilidad de la artesanía y su valoración estética-económica, sino también la reconfiguración identitaria de las comunidades indígenas como recurso turístico (Aguilar Criado, 2005; Carenzo, 2007; Benedetti, 2014). En este contexto, los diseñadores han participado como asesores estratégicos para la formación de las artesanas indígenas, en el uso de los instrumentos tecno-científicos que permitieron la medición y convertirlas en agentes calculadores (Callon, 2008). Así, toda agencia económica de cálculo requirió enmarcado y desenredo, es decir que “... una frontera precisa y clara debe ser establecida entre las relaciones que los agentes toman en cuenta y utilizan en sus cálculos y aquellas que serán rechazadas por el cálculo en cuanto tal.” (Callon 2008:27). De esta manera, para que exista un mercado fue necesario la selección de un conjunto de agentes y bienes definidos, disociados, desconectados, y por ende enmarcado, es decir delimitado por los *guiones* sociales y culturales que permiten las posibilidades de cálculo (Villarreal, 2014).

Los diseñadores han profundizado la “lógica de producto” en la manera de enmarcar la artesanía producida por las mujeres indígenas, donde se reforzó la racionalización de los procesos artesanales y el control de la calidad asociada a lo hecho a mano, con extrema prolijidad. Si bien desde las capacitaciones se reivindicó “la historia que está detrás de cada producto” y lo manual como huella de la creatividad humana a diferencia de lo mecánico y lo industrial, las artesanas indígenas formaron parte activa de un proceso de estandarización en clave de *evangelización neoliberal* (Castelnuovo, 2018) de sus saberes y prácticas que las construyó en calidad de *proveedores estratégicos* (Díaz, 2018a) de productos “auténticos”, desbordando en mayor o menor medida aquel disciplinamiento. Estos desbordes cuestionaron la *pedagogía de la conversión* que intenta convertir a “sujetos rebeldes” en sujetos legales del Estado (Das y Poole (2008) en Castelnuovo, 2018: 207). Desde una epistemología crítica la autora Patricia Dreidemie plantea una situación para la estepa patagónica y la cadena de valor del guanaco que puede ser extensiva a otras regiones del país:

El modo en que los pequeños productores y artesanas piensan y experimentan la producción artesanal en fibra de guanaco da cuenta de un hiato profundo entre lógicas muy distantes entre sí, entre tiempos y espacios muy disímiles: los del mundo científico (y de los otros organismos del Estado) y el campesinado que (por más empobrecido y marginado que se encuentre) posee un alto grado de agentividad no reconocida y un potencial transformador frente a las lógicas del capital foráneo que aún hoy las

instituciones estatales inhiben y controlan desde ideas de progreso y desarrollo eurocéntricamente fijadas” (Dreidemie, 2018a: 4/5).

Las artesanas ligadas a este proceso de disciplinamiento expresaron los esfuerzos y la colaboración que implicó asimilar las distintas instancias de racionalización, innovación y previsión de su práctica artesanal: “nos costó mucho a nosotras, pero ahora ya estamos acostumbradas”. Así, tanto las artesanas de *Red Puna* de la provincia de Jujuy como las artesanas de las distintas cooperativas de la provincia del Chaco señalaron la dificultad y la colaboración durante el aprendizaje de la “lógica de pedido”. En este sentido, miembros de la Cooperativa *qom lashepi alpi* destacaron durante el trabajo con imágenes el rol de algunas de sus compañeras, reconociéndolas por su paciencia y calma (“María siempre tranquila ante los problemas”, “Cata nos ayudó aprender hacer la mochila con cinta”) (Véase Anexo N°3)³².

De esta manera, aprendieron a: detallar cantidades y formas de obtención de la materia prima, dar cuenta de los tiempos de realización de cada artesanía, incorporar nuevas morfologías y materiales ligados a las necesidades de los clientes urbanos, crear líneas de producto, utilizar moldes y precisar medidas para la sistematización de sus piezas, acopiar productos para el armado de pedidos, consensuar criterios de calidad, colocar la etiqueta de la marca, calcular el precio “justo” de su artesanía, y configurar un catálogo con el listado de productos y precio.

Este proceso de disciplinamiento problematizó la construcción de “lo común” en los espacios de organización colectiva de las mujeres indígenas ligados a programas de Estado ONG y fundaciones, y presentó el cercenamiento de los recursos y espacios comunes a partir de una compleja dinámica de capacitaciones, reconocimientos y capturas, subsidios y financiamientos, entre otras estrategias, como un instrumento para la expansión del capital en el presente (Díaz y Gago, 2014). Considerando la construcción de “lo común” en tanto “...dinámica popular de invención y reapropiación” (*ibid*:14), desde la cual se despliega una inteligencia *anfibia* (Segato, 2016) para negociar con el Estado, ONG y fundaciones nacionales e internacionales, fue posible concebir lo comunitario en las prácticas artesanales indígenas como un espacio de disputa de sentidos y valoraciones permanente.

La apropiación desigual de las técnicas de cálculo por parte de las artesanas indígenas generó diversas estrategias en el territorio. Así, para hacer frente a la “lógica de pedido” han desplegado un abanico de experiencias como replicadoras del disciplinamiento hacia otras

³² Fuente: trabajo con imágenes en el salón de reunión de la Cooperativa *Qom lashepi alpi*, J.J. Castelli, Chaco, el 21 de noviembre de 2018. Véase: Anexo N° 3.

mujeres, redimensionando los tiempos del espacio doméstico y los lazos comunitarios entre ellas. Este rol de replicadoras devino en una experiencia colectiva a partir del armado de redes de artesanas capacitadas en la “lógica de pedido”, o por el contrario, operar en una dinámica de nodos productivos informales que sustentan cooperativas legalmente constituidas, tensionando los valores de la reciprocidad intrafamiliar y las rivalidades interfamiliares (García Canclini, 1982; Gómez, 2008; Cid Aguayo y Hinrichs, 2015). Entonces, la “lógica de pedido” se genera en “la tensión que se produce entre los deberes de reciprocidad para con la familia extendida y los imperativos de la economía individualista y calculadora.” (Bourdieu, 2006: 91).

Por su puesto que nos ha costado mucho el tema de ser de diferentes zonas, y ponerse de acuerdo, no fue fácil. Yo lo cuento así, pero tuvimos varias cosas que ceder, que aprender, que mejorar, hoy el proyecto si funciona.

Artesana textil colla (comunidad de Lecho, Jujuy). Octubre 2017.

En nuestra localidad tenemos la Asociación de las mujeres ancestrales qom lashepi que cada una de las artesanas termina su canasto y lo trae, lo anotamos, ponemos el nombre de la artesana, la fecha, siempre anotamos todo.

Artesana cestera qom (Fortín Lavalle, Chaco). Noviembre 2017.

Hace dos años que estamos trabajando con pedido. Este año hay muchos pedidos de Buenos Aires, de empresas, un negocio grande. Piden directo porque nosotras tenemos una computadora.

Artesana cestera qom (J.J. Castelli, Chaco). Noviembre de 2018.

Desde la “lógica de pedido” la definición del precio de la artesanía implicó para las artesanas un esfuerzo en la comprensión de la estructura de costos. A través de distintas capacitaciones aprendieron a calcular el costo de su producción y a definir un precio por mayor y por menor, lo cual significó conmensurar cuantitativamente no sólo el precio de la materia prima y las horas de trabajo dedicadas a la realización de cada pieza, sino también incorporar la impresión de las etiquetas, la compra de insumos, la encomienda, la comunicación y el mantenimiento del salón. En el caso de las asociaciones y cooperativas artesanales qom de la provincia del Chaco, para calcular el costo de la materia prima las artesanas tomaron en cuenta el precio de la bolsa de hojas de palma que venden “los criollos” de la zona donde viven. Si bien las mujeres qom continúan yendo al monte con los miembros de su familia a cosechar las hojas de palma práctica que les posibilita proyectar la utilización de ciertas hojas para la elaboración de piezas específicas y el cuidado de la planta, algunas mujeres ya sea por la lejanía al monte o por el alambrado del campo necesitan comprar las hojas de palma. Si bien el “espíritu de cálculo” formó parte de la praxis artesanal de las mujeres indígenas ligadas a la “lógica de

pedido”, fue posible percibir la tensión en torno a comprender el precio como un dispositivo racional y coherente.

En este sentido, las mujeres de la cooperativa *qom lashepi alpi* concibieron el proceso de la formación del precio final del producto de manera particular, en la medida que interpretaron la estructura de costos como un “descuentito” que les permitía formar un fondo de dinero para comprar los insumos para seguir produciendo. Incluso cuando recibieron “pedidos especiales” (es decir por fuera de los productos de su catálogo) la configuración del precio se torna problemática y las herramientas de cálculo se presentan como un espacio de discusión y debate entre las artesanas y el cliente. Sin embargo, no sólo en el caso de los “pedidos especiales” se planteó esta dificultad, sino también con aquellos clientes que les compran de manera frecuente. La idea de “hacerles precio” forma parte de las contradicciones y las desigualdades a la hora de negociar.

A pesar de haberse capacitado en la “lógica de pedido” y en la definición de un precio justo para superar el trueque y el regateo, en la práctica se torna un espacio inestable y disputado en término de *vidas conectadas* (Zelizer, 2009). Así, el enojo, la resignación y los malentendidos forman parte de los esfuerzos que realizan las artesanas para hacer coincidir, en tanto *trabajo relacional* (Zelizer, 2009), significados morales y medios de pago. En este sentido, las artesanas qom pertenecientes a diversas organizaciones expresaron durante el “Taller de autenticidad” desarrollado en el marco del *Festival Ancestral y Contemporáneo* (Ciudad de Resistencia, Chaco), el malestar que sufren a causa del regateo. Utilizando la palabra qom *Saṡaṡamaxaṡe*, (“que está mal”) señalaron:

No es fácil vender barato, porque vos les estás vendiendo a un buen precio y no quieren comprar, no les alcanza dicen. Para nosotros es difícil y que vengan a regatear un precio, te compro por mayor, vendeme a tanto, me ponen el precio a mí, yo tendría que poner el precio. Eso está mal, se burlan de nuestro trabajo.

Artesana cestera qom (Miraflores, Chaco). Noviembre 2018

En las organizaciones artesanales donde la “lógica de pedido” se presenta como una práctica ya consolidada, el listado de precios se percibió como un espacio de consenso, negociación y actualización permanente. Entonces, las artesanas collas de *Red Puna* (provincia de Jujuy) utilizan el listado de precios como un dispositivo que les resulta útil y flexible al momento de la toma de decisiones colectivas. La comprensión de la estructura de costos de su

producción les permitió consensuar estrategias para la definición de precios, considerando no sólo la dimensión económica, sino también la emocional y cultural. De este modo, aunque un producto tradicional resulte poco rentable en relación con las horas de trabajo ocupadas, las artesanas collas sostuvieron su producción planteando acuerdos de precios que les permite recuperar en otros productos esa ganancia.

Quien se encarga de hacer una nueva prenda, tiene que tomar en cuenta el tiempo de elaboración, la cantidad de horas y de hilo, y entonces ahí nosotros decimos el precio.

Artesana textil colla (comunidad de Lecho, Jujuy). Octubre 2017.

Decidimos una estrategia de cómo aumentar el precio, se decide todo colectivo.

Artesana textil colla (Abra Pampa, Jujuy). Agosto de 2018.

Asimismo, la “lógica de pedido” reconfiguró la idea de trabajo para las artesanas indígenas, quienes estandarizaron e innovaron sus productos en función de las necesidades de intermediarios y clientes ligados al sector del diseño de indumentaria, la moda sostenible y el patrimonio cultural como recurso turístico. De esta manera, las artesanas reconocieron las nuevas posibilidades de “entrar al mundo del diseño”, en la medida que les dio la oportunidad de viajar a ferias nacionales e internacionales, conocer otras experiencias artesanales, crear alianzas estratégicas, generar nuevos productos y probar su aceptación en el mercado y ampliar las referencias creativas. Esta conexión con los distintos circuitos del mercado de los bienes simbólicos les permitió redimensionar sus saberes y los criterios de belleza en sus piezas.

Estas experiencias brindaron a las mujeres indígenas la oportunidad de expandir su capital cultural y simbólico para la comprensión de la innovación en la producción artesanal y potenciar la autovaloración de su trabajo en clave de autoestima personal. En este recorrido, la presencia de diseñadoras, miembros ONG y del Estado, movilizó este proceso de autovaloración de sus prácticas y saberes artesanales, a la vez que en la comunidad se fue definiendo una percepción positiva de estas iniciativas, como trayectorias exitosas. Esta percepción se basó en el reconocimiento de un complejo entramado de acciones y experiencias consideradas valiosas para la comunidad de artesanas, que incluyó: capacitaciones en diseño e informática, la construcción de un salón como centro de reunión y acopio, la interacción con diseñadores, la participación en ferias en calidad de representantes de la provincia, el financiamiento de proyectos, entre otras iniciativas.

Lo importante fue haber conocido a este diseñador y entrar al mundo del diseño. Tres años de capacitación, de conocimiento, de intercambio, de poder llegar a conocer los locales donde él vende y cómo imaginarse la producción para otros, eso creo que fue importante. (...) y lo más importante fue el año pasado mi viaje a Milán, la participación en la Feria Mundial de Artesanos que te hace mirar las cosas con otros ojos.

Artesana textil colla (comunidad de Lecho, Jujuy). Octubre 2017.

Queremos seguir adelante, y le damos siempre muchas gracias al gobierno, especialmente a nuestro gobernador que nos dio la mano, al Instituto de Turismo también, a cada organización, a los diseñadores que nos apoyan para que nuestro trabajo pueda ser valorizado.

Artesana cestera qom (Miraflores, Chaco). Septiembre 2019.

Asimismo, la innovación artesanal implicó para las artesanas indígenas la incorporación de nuevos materiales (como el cuero o las cintas de algodón) y en algunas propuestas el trabajo con una paleta más amplia de colores a través de la utilización de anilinas. No obstante, las organizaciones que trabajan en el territorio impulsaron todo un imaginario caracterizado por un *esencialismo verde* (Carenzo y Trentini, 2014) centrado en la revalorización de la mujer indígena a través de sus saberes sobre las materias primas locales y los tintes naturales. En esta dirección, las artesanas se han posicionado como “genuinas guardianas” de los secretos de la práctica artesanal, apropiándose de manera operativa de los discursos esencialistas que se ejercen sobre ellas desde organismos locales e internacionales. Esta apropiación estratégica y circunstancial les permitió definir un repertorio de acciones y planteos posibles, en sintonía con las tendencias vigentes en el mercado de los bienes simbólicos en clave de desarrollo sostenible. Así, la construcción de las “identidades ecológicas” (Ulloa, 2001, 2005) configura una arena de confrontación política permanente, donde éstas son construidas y transformadas por las comunidades indígenas, abriendo la proyección de acciones políticas que tensionan/dialogan con las expectativas de los mercados globalizados, la exportación de productos étnicos y el turismo cultural.

En este contexto, fue posible distinguir otras experiencias productivas artesanales indígenas que proponen alternativas a las formas de organización impulsadas desde el Estado, ONG, fundaciones e instituciones religiosas. Lejos de presentar estas experiencias desde abordajes antagónicos y estancos, la diversidad de propuestas de estas organizaciones dio cuenta en las dinámicas productivas actuales de los desbordes en la apropiación de las técnicas de cálculo y en la reconfiguración de los lazos afectivos y de parentesco. Si bien para la configuración del mercado fue necesario que los agentes involucrados movilicen un amplio rango de “objetos-frontera” que propicien el enmarcado y desenredo (Star y Griesemer (1989) en Callon, 1998; Villarreal, 2014), los mismos constituyeron puntos de fuga donde el desborde

se encuentra latente. Así, estos puntos de fuga se definieron en la interacción y comprensión asimétrica y desigual entre los conocimientos de contabilidad, marketing y teoría económica que performatizan el mercado y los *saberes* de las mujeres indígenas (De Sousa Santos, 2006, 2012), que se amplificaron en los procesos de experimentación colectiva de las artesanas en el territorio.

La “lógica de pedido” en tanto instrumento de estandarización de la producción artesanal, fue asimilada/problematizada de diversa manera por las distintas organizaciones de mujeres. Entonces, si las artesanas ligadas a ONG, programas de Estado e instituciones religiosas, incorporaron esta lógica a través de una serie de capacitaciones y talleres impartidos por profesionales del diseño, las cooperativas asociadas a movimientos sociales la asumieron de manera intuitiva y pragmática, donde un referente territorial coordina con las artesanas y concreta el pedido con los clientes.³³ En ambos casos, el control de estos conocimientos produjo asimetrías de poder y nuevos liderazgos territoriales, que generaron exclusión y desigualdad entre las artesanas indígenas.

Aquellas artesanas que tensionaron la “lógica de pedido” sostuvieron los valores de la salvaguarda del legado de “los ancestrales” y la memoria familiar como motor en la generación de estrategias productivas, tomando en cuenta el cuidado de la materia prima, el sentido simbólico de cada pieza, los aportes creativos de sus diseños y la trayectoria en ferias, premiaciones y concursos. En esta dirección, estas artesanas propusieron otras líneas de acción inestables y móviles, que dieron cuenta de la versatilidad en las apropiaciones de las técnicas de cálculo en el territorio, permitiendo abordar la *sostenibilidad* (Escobar, 2014) como arena de conflicto. Por ende, esta versatilidad dio como resultado la creación de marcas artesanales tanto familiares como individuales, como es el caso de la iniciativa de cestería qom *Las Leiva. Chera’ lapaxenataxa’naxak’* de la localidad de Miraflores (Chaco) y las propuestas de arte y diseño textil wichi *Chaguarte* y *Mawo*, ambas de la localidad de Ingeniero Juárez (Formosa).

El proceso conjunto de creación del catálogo de la marca *Las Leiva. Chera’ lapaxenataxa’naxak’* (*Las Leiva. Las Enseñanzas de mamá*) como dispositivo visual para la difusión de la cestería qom en hojas de palma, constituyó una experiencia significativa para abordar la apropiación activa de ciertas técnicas y estrategias de cálculo. Las mujeres qom de la familia del lote 88 de la localidad de Miraflores representan un interesante caso de organización

³³ Un ejemplo de esta segunda situación es la cooperativa *Onoleq Laxaraiq* creada en el año 2011, vinculada al Consejo Carashe, que comprende 24 organizaciones en las localidades de J.J Castelli, Miraflores y la zona del Interfluvio, en la provincia del Chaco.

artesanal familiar, al margen de las experiencias de cooperativismo ligadas a ONG y fundaciones presentes en distintas localidades de la provincia del Chaco. En este sentido, estas artesanas sostienen una dinámica familiar en la toma de decisiones y pasos a seguir en cuanto a la preservación de saberes y procedimientos artesanales, la aceptación de pedidos de diseñadores e intermediarios, la incorporación de nuevos materiales y la participación en ferias y concursos, entre otros.

Esta dinámica les permitió construir gradualmente una mayor autonomía en la configuración de criterios propios en la valoración del trabajo y calidad de la cestería, los cuales si bien dialogan con los establecidos desde ferias y organizaciones ligadas al sector artesanal, reivindican la creatividad personal en las morfologías y simbologías presentadas en cada pieza, la utilización de la materia prima local y cuestionan aquellas innovaciones que incorporan el plástico³⁴ o las cintas de algodón (“eso no usaban los ancestrales”). Con las palabras “haciendo mi arte” las mujeres de este clan familiar definieron su labor artesanal, señalando que cada cesta es distinta y forma parte del legado de los ancestros. Esta singularización les permitió diferenciarse en ferias y eventos, donde su capital simbólico y social se construyó a partir de la valoración de los saberes tradicionales y la creatividad que ellas expresan en su producción. Así, las mujeres de la familia me compartieron tanto los certificados de cada una de las ferias en las que participaron como las menciones, premiaciones y medallas que obtuvieron. A través de esta documentación, que ellas guardaban junto al folleto que promocionaba la “Pasarela Nacional” del MICA de la cual formaron parte en el año 2013 y los retratos que le tomaron en la 36ª Feria de Artesanía Aborigen “René James Sotelo” (Quitilipi, Chaco), quedó plasmada su trayectoria artesanal como parte de las experiencias significativas vivenciadas. El slogan utilizado por las industrias creativas “cada producto cuenta una historia” (*storytelling*), fue impulsado por estas mujeres desde una actitud de resistencia y confrontación a la “lógica de pedido” y estandarización que el propio mercado de los bienes simbólicos promueve.

Durante mi estadía en la localidad de Miraflores en el mes de noviembre de 2018, definimos de manera conjunta con la familia del lote 88 una serie de acciones orientadas a mejorar la comercialización de la cestería de hojas de palma, en tanto problemática central del sector artesanal indígena. En este contexto acompañé la creación de la marca familiar y el

³⁴ Si bien aún no es posible precisar los orígenes de la utilización de las botellas y bolsas de plástico recicladas para la elaboración de la cestería, la reciente incorporación de esta materia prima es considerada por las mujeres qom como parte de su tradición artesanal (“hace mucho que las hacemos”). Según los testimonios recuperados durante mi trabajo de campo, a partir del año 2014 comenzaron a circular este tipo de canastos realizados con plástico PET en la Ciudad de Rosario y luego en distintas localidades de la provincia del Chaco.

catálogo de productos, el cual incluyó no sólo el registro fotográfico de las cestas y las artesanas sino también la historia familiar, los recuerdos asociados a su práctica artesanal, la trayectoria de estas mujeres en ferias, eventos y la obtención de premiaciones, en una modalidad de trabajo bilingüe qom-español. La definición de los contenidos para el catálogo se abrió para los miembros de la familia como un “espacio de creación”, donde sus trayectorias personales y artesanales se pusieron en diálogo para la toma de decisiones y estrategias comunes. El catálogo implicó la elección del nombre de la marca, la creación del logo, las locaciones para las tomas fotográficas y la recuperación de las memorias artesanales a través de la pregunta *¿Qué sienten cuando tejen las hojas de palma?* Así, el catálogo en tanto dispositivo visual permitió no sólo sistematizar una propuesta de marca familiar que dialoga con el poder de la *imaginación social* (Appadurai, 2001) en torno a la producción artesanal y el desarrollo sostenible en el contexto global, sino también compartir la trayectoria artesanal de “Las Leiva”, que incluyen las emociones, los recuerdos y la subjetividad de cada artesana.

Las fotografías tomadas por los miembros de la familia para el armado del catálogo estuvieron atravesadas por negociaciones y consensos en el círculo familiar, en el cual se disputaron las estrategias visuales a seguir para el fortalecimiento de su producción. Por ende, la construcción de este catálogo permitió problematizar la toma de decisiones en torno a la incorporación de herramientas y técnicas de la lógica de mercado. En este proceso se decidió una serie de locaciones en el lote 88 para la toma de las fotografías de los productos que fueron activadas como espacios significativos para la práctica fotográfica de las cestas, funcionando además como marcos espaciales donde recordar su intimidad familiar y la transmisión de los saberes artesanales. Así, las mujeres de la familia recordaron en “su monte” anécdotas, recorridos, cantos y objetos, que les permitieron arraigar cada toma fotográfica en conexión con las memorias familiares y de su comunidad. Esto quedó expresado en mis notas de campo del año 2018:

En un momento Ana y Cecilia me preguntan qué más pueden contar de la familia. Yo les respondo que intenten recordar alguna anécdota o momento compartido entre todos. Todo lo que estamos haciendo es un homenaje a Zulema, a lo ancestral, al amor de familia. Ahí Ana recuerda a su padre contando cuentos y mitos qom y se emociona. Con los ojos brillantes menciona el mito del algarrobo, del lucero y las constelaciones. Luego le propongo que camine y se lleve el celular para grabar las anécdotas que surjan en el momento.

Nota de campo (Miraflores, Chaco). Noviembre de 2018.

Ana recuerda que su mamá cantaba canciones cristianas cuando iba al monte, “siempre cantaba”. También recuerda las tinajas, “muy ancestral” me dice. Me comenta que antes los antepasados no usaban baldes sino tinajas. También me dice que ayer “reconoció” que había un mortero en el predio, objeto muy ancestral de la comunidad qom.

Nota de campo (Miraflores, Chaco). Noviembre de 2018.

Claudia (sobrina de Ana) escucha las entrevistas y las transcribe en qom y me dice que su tía dice no recuerda muchas cosas, pero cuando va al monte se le vienen los recuerdos de su mamá y su fallecida hermana.

Nota de campo (Miraflores, Chaco). Noviembre de 2018.

A diferencia de otros catálogos centrados en la difusión de tipologías, medidas y precios, el catálogo de *Las Leiva* incluyó locaciones para la toma fotográfica que tenían un sentido para los miembros de la familia, la presencia de pequeñas escenas cotidianas, la presentación de la cestería junto a sus creadoras, la historia familiar, el logo de la marca, la trayectoria artesanal de las mujeres, la lengua materna como motor de esta experiencia y la creación del mail de la marca. Este último punto resultó clave en la medida que las artesanas expresan la importancia de mantener su autonomía en relación con las presiones de intermediarios, funcionarios y referentes sociales en el territorio. Además, plantearon la necesidad de tener su propio salón de reunión y acopio y cuestionaron su precariedad económica a pesar de ser consideradas “maestras” en su labor. Esto mismo expresaba el hijo de una de las artesanas qom pionera en la elaboración de cestería en la zona del Impenetrable chaqueño, quien a pesar de ser reconocida como “maestra artesana” no ha conseguido gestionar la construcción de su salón o recibir un salario³⁵. De esta manera, la falta de un reconocimiento económico asociado al simbólico impulsó a estas mujeres a proyectar distintas estrategias para alcanzar una mayor comercialización de sus piezas, donde la familia asuma la toma de decisiones en todos los eslabones de la producción artesanal.

Otro ejemplo es el caso de la artesana wichi de la localidad de Ingeniero Juárez (Formosa), quien ha generado su propia marca de prendas y accesorios a base de hilos de chaguar, fibra natural tradicionalmente utilizada por las mujeres de su comunidad para hacer artesanía. Como parte de la puesta en valor de la fibra del chaguar y los saberes femeninos, esta artesana fue definiendo una dinámica productiva que conjuga la “lógica de pedido” con la creación de sus propios diseños de indumentaria. Por ende, si bien esta artesana wichi acepta la realización de pedidos específicos de sus clientes, su trayectoria artesanal se fue construyendo a partir de su participación en ferias, concursos y capacitaciones, que paulatinamente le

³⁵ Fuente: Entrevista personal, realizada en Las Hacheras (Chaco). Noviembre 2018.

permitieron posicionarse como “maestra artesana” generadora de sus propios diseños. De esta manera, fue desarrollando una experiencia profesional artesanal ligada al sector del diseño y la moda, a través de la exhibición de prendas caracterizadas por la combinación de motivos ancestrales con morfologías contemporáneas. Así, la creación de su marca personal *Chaguarte* le permitió ligar su saber artesanal a nuevos circuitos de ferias y eventos.

A partir de su participación en ferias y eventos y el uso de las redes sociales, esta artesana logró llevar adelante la venta de las artesanías de las mujeres de su familia y sus prendas, evitando el accionar de intermediarios para concretar la comercialización. La presencia activa en las distintas etapas de la producción artesanal le permitió alcanzar una mayor autonomía en la toma de decisiones y posicionarse gradualmente como “artesana-diseñadora”. Aunque ella expresó ser “una simple artesana”, su capital social y simbólico se expandió entre diseñadores locales e internacionales, y organizadores de eventos de moda, lo cual le permitió construir su “firma” en tanto estilo personal que puede “... vivir en el universo de estereotipos que el mercado consagró bajo su nombre.” (García Canclini, 1982:125).

Si bien la “firma/marca” podría concebirse como un “...paradójico refrenado de su identidad enajenada” (García Canclini, 1982) en tanto individuo sin comunidad, su utilización en el marco del diseño de indumentaria le ofreció la posibilidad de movilizar la energía simbólica producida en este sector en relación con el valor de lo hecho a mano, las fibras y los tintes naturales y la moda sostenible. En este sentido, gracias a su marca logró impulsar el reconocimiento de los saberes y prácticas artesanales de las mujeres wichi en tanto creadoras, señalando la invisibilización que se ejerce desde el sector del diseño a las artesanas indígenas que participan en la confección de prendas y accesorios de chaguar. De esta manera, se fue posicionando no sólo como “artesana-diseñadora” en el sector del diseño de indumentaria sino también como impulsora del rol de las artesanas indígenas en la generación de nuevos productos y circuitos exclusivos de consumo.

Lo que me importa es que se conozca el chaguar porque hay mucha cooperativa, ONG que hacen de intermediarios, yo salí por eso, por el tema que a mí no me gustan los intermediarios, a mí me gustaría ver un vestido de chaguar en algún lado en Argentina o en cualquier parte del mundo, que se nombre a una diseñadora, a una tejedora, a eso voy.

Artesana textil wichi, marca *Chaguarte* (Ing. Juárez, Formosa). Noviembre 2017.

Por otra parte, la marca familiar de arte y diseño textil wichi *Mawo* de la localidad de Ingeniero Juárez (Formosa) fue consolidando una dinámica productiva a través de la “lógica de pedido” tanto de pedidos especiales como de las líneas de producto que ofrecen como parte de

su catálogo. En este sentido, un miembro de la marca me señaló ante la imagen de los premios *Grammy Latinoamérica* donde una reconocida cantante local vestía una prenda de chaguar como parte de su puesta en escena que no le sorprendía ver el chaguar en la pasarela porque “nosotras trabajamos con el diseño”³⁶.

Recuperando la retórica del desarrollo sostenible para definir la identidad de su marca, desde *Mawo* se fue construyendo un discurso ligado a la puesta en valor de la tradición artesanal wichi, lo hecho a mano, los tintes naturales y la autenticidad de sus productos, presentándose como una experiencia productiva con identidad local y compromiso social. Así, sin la participación de ONG, fundaciones e instituciones religiosas, el impulso de la “lógica de pedido” les permitió avanzar en la definición de estrategias comerciales propias y construir paulatinamente a las artesanas indígenas como genuinas protagonistas de la sostenibilidad actual.

Asimismo, estas artesanas indígenas que plantearon un abordaje intuitivo, pragmático y estratégico de la “lógica de pedido” carecieron de una sistematización de su estructura de costos y listado de precios de sus artesanías, en la medida que consideraron estas técnicas limitadas para dar cuenta de la identidad de su producción. Por tal motivo se referenciaron en los precios de diseñadores y de otras artesanas organizadas en cooperativas para definir los suyos y actualizarlos en relación con la comunidad de productores de bienes simbólicos. De esta manera, la observación de las estrategias de precios de sus pares les permitió redefinir los límites y oportunidades a la hora de precisar el precio de su artesanía. Esta observación les ofreció información sobre la relación precio/contexto de circulación de la artesanía, reconociendo en el perfil de ciertos eventos y consumidores la posibilidad de colocar precios más altos. Esta estrategia les demandó estar constantemente atentas al rango de precios que circula en el mercado, y presentir las oportunidades de venta en tanto espacio de negociación y disputa, no sólo entre las propias organizaciones artesanales sino también entre los diseñadores ligados al sector artesanal.

Si tomo el tiempo desde la cosecha hasta la prenda nunca voy a llegar al precio justo, pero por ahí cerca nomás. Calculo el tiempo del tejido, sin contar el proceso delhilado...porque si cuento eso no llego. Pero igual pongo un precio que no sea ni tan baratoní tan caro. Yo creo que vi muchos diseñadores, con eso le saco un poquito, de ahí saco el precio más o menos.

Artesana wichi, *Chaguarte* (Ingeniero Juárez, Formosa). Noviembre 2017.

³⁶ Fuente: trabajo con selección de imágenes en el marco del Festival *Ancestral y Contemporáneo*, realizado en el CECUAL, Ciudad de Resistencia, Chaco, 9 de noviembre de 2018. Véase Anexo N° 3.

Una noche me pidió una señora de Buenos Aires, yo pongo un precio, mi hermana me dijo: “tenes que poner mil pesos”. Cuando llega allá me dice más alto el precio, yo no podía creer (risas) y como la señora que me hizo el encargo era de la Cultura Nacional, ella puso 2 mil pesos, estoy contenta agradecida (risas). Por eso estoy viendo los precios de los trabajos, a veces les ponemos muy baratos.

Artesana cesterá qom, *Las Leiva* (Miraflores, Chaco). Noviembre 2018.

A través de las iniciativas *Las Leiva*, *Chera' lapaxenataxa 'naxak'*, *Chaguarte* y *Mawo* las artesanas indígenas fue posible visibilizar la generación de propuestas productivas propias al margen de la gestión de intermediarios, apropiándose de los discursos de organismos internacionales y locales en clave de *esencialismo verdes* (Carenzo y Trentini, 2014), que las constituyen como cuidadoras de la cultura y el medio ambiente. En este sentido, los valores de la *sostenibilidad* fueron activados y problematizados por estas mujeres, quienes sostuvieron distintas respuestas ante la “lógica de pedido” y la estandarización de su producción, ya sea confrontándola, incorporándola de manera circunstancial o como parte de las tácticas productivas resignificadas desde la dinámica familiar.

En este mapeo de la diversidad de marcos de cálculo de la producción artesanal indígena local producidos en la interacción social, permitió dar cuenta de las diferencias en los *guiones* sociales y culturales que los delimitan y enmarcan (Villarreal, 2014). Estos *guiones* afectaron el proceso de delinear sentidos, definir fronteras, negociar definiciones en la configuración de las posibilidades de cálculo y valuación, como proceso altamente variable, poroso y fluctuante, atravesado por las relaciones de poder y la hegemonía de ciertos *guiones* predominantes. A partir del recorrido propuesto en este apartado expresé cómo se entremezclan con los valores capitalistas, las relaciones motivadas por la empatía, la reciprocidad y la solidaridad, como así también por la rivalidad y competencia entre clanes familiares.

A continuación, presento la construcción del valor de la artesanía indígena y sus hacedores desde los discursos globales para el desarrollo sostenible y el rol de los programas del Estado, ONG, fundaciones, instituciones religiosas y la prensa nacional en la puesta en marcha de su reconocimiento a nivel local. Así, me propongo avanzar sobre ¿Qué imaginarios y representaciones se consolidan en el escenario mediático glocal sobre las artesanas indígenas y sus saberes, como protagonistas de formas de vida “conectadas” con la naturaleza? y ¿Cómo se tensionan estos imaginarios y representaciones glocales en tanto definición de otros imaginarios posibles sobre la mujer indígena y su rol en la comunidad?

II.2. Las disputas en la construcción de valor de las artesanías y la mujer indígena en clave de desarrollo sostenible

Desde las acciones impulsadas y financiadas por organismos internacionales para hacer frente a la creciente pobreza global y afrontar la emergencia climática, se ha posicionado a la mujer indígena a partir de la década del noventa como nuevo actor fundamental en la erradicación del hambre y el cuidado del medio ambiente. Ellas constituyeron uno de esos “nuevos ciudadanos de género que produjo el mercado” (Schild (2011) en Castelnuevo, 2018), cuya resolución de sus necesidades dependería del apoyo provisto por agencias de cooperación, ONG y organismos gubernamentales (Castelnuevo, 2018). En este sentido, desde los años setenta se ha consolidado el *Movimiento de Mujeres en Desarrollo* (Women in Development, WID), cuyo acto fundador fue la Conferencia de la ONU en el año 1975 sobre la Mujer en la Ciudad, en tanto fuente de dinamismo en las propuestas de desarrollo alternativo. Asimismo a través de la adopción de la *Declaración y Plataforma de Acción* de Beijing, en 1995, junto con la *Resolución de la ONU 1325* sobre la importancia de las mujeres en las negociaciones de paz, así como la *Declaración sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas* de 2007, se fue definiendo un marco de acción más amplio para las mujeres indígenas en el concierto internacional (De Sousa Santos y Rodríguez: 2012).

Así, La mujer indígena fue presentada en tanto garante de la biodiversidad del planeta, productora de los alimentos, guardiana de las semillas nativas y custodia de los conocimientos tradicionales, integrándose en un complejo entramado de acuerdos globales y de la actual *Agenda 2030* de la ONU. En este sentido, los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS) aprobados en el año 2015 por los Estados Miembros de la ONU, forman parte de los *guiones* globales que impulsan a construir “...un modelo para una prosperidad compartida en un mundo sostenible: un mundo en el que todas las personas puedan llevar una vida productiva, vibrante y pacífica en un planeta sano.” (Guterres, 2019:2).

La igualdad de género dentro de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS 5) fue destacado por los organismos internacionales como una oportunidad para las mujeres indígenas de empoderarse, promover sus derechos y sensibilizar sobre sus contribuciones para alcanzar el Hambre Cero (ODS 2), la salud y el bienestar (ODS 3) y la educación de calidad (ODS 4) en sus comunidades. En esta dirección, se lanzó en el año 2018 la campaña global para el empoderamiento de las Mujeres Indígenas para el Hambre Cero *Mujeres indígenas: hacerlas visibles*, iniciativa promovida por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación

y la Agricultura (FAO) con la colaboración del *Foro Internacional de Mujeres Indígenas* (FIMI) y la *Agencia de Noticias de Mujeres Indígenas y Afrodescendientes* (NOTIMIA) para "no dejar a nadie atrás" en el logro de la Agenda para el Desarrollo Sostenible. De esta manera, las mujeres indígenas fueron *representadas* (Gamarnik, 2009; Reyero y Giordano, 2009) como agentes de cambio capaces de promover los ODS en clave intercultural en el territorio en tanto “ecologistas natas”, en la medida que se mantengan “fieles a su primitivismo cultural” (Assies, 2003; Carcaño Valencia, 2008). Desde los valores del “Buen Vivir” de los pueblos indígenas³⁷, la Agenda 2030 reconoció a la naturaleza como un “ser vivo” y al hombre como parte de ella, parte del tejido cósmico.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen una oportunidad para el diálogo entre modelos de desarrollo interculturales y favorables para la revitalización de toda la humanidad. La mirada de los Pueblos Indígenas invita a comprender un mundo en armonía entre seres humanos y naturaleza, en donde su propuesta de desarrollo debe entenderse como una nueva forma de convivencia social y ambiental. Este documento pretende contribuir a ese debate, colocando la Declaración de la ONU sobre derechos de los Pueblos Indígenas y, específicamente el derecho colectivo a la tierra, territorio y recursos naturales como elemento central para la comprensión e implementación de los ODS desde la cosmovisión de los Pueblos Indígenas. (FILAC, 2019:10)

Esta campaña impulsó un kit de comunicación de descarga libre en la web de la FAO, en tanto directriz visual y conceptual de esta iniciativa (Véase Imagen 2). Este kit de comunicación ofreció una serie de flyers donde las imágenes de mujeres de los distintos continentes fueron acompañadas con frases que cristalizan imaginarios de género vinculados a ciertos roles y rasgos estereotipados. De este modo, estas definiciones se construyeron a través de la selección de ciertos nodos de sentido específicos, que las definieron como reserva genuina de saberes y prácticas ancestrales: “las mujeres indígenas son productoras de alimentos, guardianas de semillas nativas y custodias de conocimientos tradicionales, “las mujeres indígenas contribuyen con sus medios de vida sostenibles al logro del Hambre Cero”, “las mujeres indígenas están liderando cambios sociales y económicos que promueven el desarrollo sostenible de acuerdo con sus propias culturas e identidades”, “las mujeres indígenas son defensoras de los recursos naturales, las tierras y los territorios”, y “las mujeres indígenas

³⁷ La categoría del “Buen Vivir” expresa “un cambio más profundo en los saberes, afectividad y espiritualidad, como apertura ontológica a otros entendimientos sobre lo que la Modernidad denomina sociedad y naturaleza. Es una categoría en construcción, plural, con expresiones específicas para distintos sitios y regiones; es heterodoxa en tanto vincula e hibridiza algunos elementos indígenas con críticas dentro de la propia Modernidad” (Chuji, Rengifo y Gudynas, 2019:188)

mantienen una conexión íntima con los territorios que habitan y se consideran las primeras guardianas de la madre tierra”. Asimismo, las mujeres fueron representadas con sus vestimentas tradicionales en un fondo neutro, que las muestra como expresión atemporal de un pasado prístino en armonía con la naturaleza.

Imagen 2. Campaña “Empoderamiento de las Mujeres Indígenas para el Hambre Cero”



Fuente: FAO, 2018.

En esta dirección, la campaña *Mujeres Rurales, mujeres con derechos* (Véase Imagen 3) lleva adelante “el apoyo y la divulgación de las experiencias y conocimientos sobre el empoderamiento y la autonomía plena de las mujeres rurales, indígenas y afrodescendientes de América Latina y el Caribe” (FAO, 2018). En el marco de esta campaña se representó a las mujeres rurales e indígenas de la región con rostros sonrientes en sus entornos cotidianos, realizando tareas de cuidado de los cultivos y animales. Además, en algunas de las imágenes aparecen vestidas con sus trajes tradicionales como símbolo de su identidad, enfatizando el rol fundamental de las mujeres en la permanencia de los saberes y prácticas ancestrales. En este sentido, el uso del blanco y negro como recurso expresivo ubicó a estas imágenes en un tipo de representación “medular” y “cruda” del “otro”. Así, las mujeres rurales e indígenas fueron mostradas en calidad de cuidadoras de la cultura y la biodiversidad, en coherencia con los lineamientos globales sobre el desarrollo sostenible. La etnicidad como motor del desarrollo se encuentra activada en el escenario actual a través de los relatos de la *sostenibilidad* y la “autonomía plena” de todas las mujeres.

Imagen 3. Campaña “Mujeres Rurales, mujeres con derechos”



Fuente: FAO, 2018

La implementación de estas acciones a nivel local ha generado distintas estrategias y tensiones entre los diversos agentes e instituciones presentes en las comunidades indígenas, entendiendo la definición de sus dinámicas como proceso relacional y de negociación situado. Con una matriz colonial en común y una configuración a través de las migraciones masivas, las *formaciones nacionales de alteridades históricas* (Segato, 2007) de los países de América se derivaron de esa historia e hicieron parte de esa formación específica, a partir de las cuales fue posible percibir las construcciones de las diferencias (García Canclini, 1999; Segato, 2007; Quijano, 2014). No obstante, las *formas de alteridad histórica* propias de un contexto no pudieron ser trasplantadas a otro contexto nacional sin establecerse la mediación necesaria, de lo contrario se podría caer en el riesgo de imponer “... un régimen de clivajes propios de un contexto específico a todo el mundo, lo que no sería, ni más ni menos, que subordinar el valor de la diversidad, hoy emergente, al proyecto homogeneizador de la globalización.” (Segato, 2007: 47). Así, la *alteridad histórica* se presenta como “...una modalidad peculiar de *ser-para-otro*, en el espacio delimitado de la nación donde esas relaciones se dieron, bajo la interpelación de un estado.” (Segato, 2007:63)

A diferencia de las *alteridades históricas* las *identidades políticas transnacionales* (Segato, 2007) han sido producto de la globalización, en tanto forma de constituir alteridad dentro de una historia concreta de interacciones. Estas identidades se configuraron a partir de dos vías posibles: por un lado, pueblos que estuvieron constituidos pero bastante aislados se definen como solicitantes de derechos y legislaciones particulares y por el otro, la identidad de ciertos segmentos de la sociedad con marcas raciales de la negritud y la indianidad que pasan a seguir pautas de un guión fijo, introducido por el proceso de globalización. De esta manera, se

produjo un achatamiento de las formas de ser diverso, una artificialidad y superficialidad de lo étnico, que se transforma en una “etnicidad emblemática” para los mercados, agentes globalizantes y medios de comunicación masiva en un presente signado por este “mandato de la diversidad” (Segato, 2007).

El Estado no sólo no ha perdido vigencia, sino que presiones del orden global y cambios en la concepción de su papel en el proceso de construcción de la Nación fueron imponiendo “... progresivamente la idea de que el Estado podría sacar ventajas de “administrar la etnicidad” (en vez de) trabajar por su desaparición” (Gros (1997:32) en Segato, 2007:39). Es en el Estado donde especialmente los agentes han disputado el monopolio de la *violencia simbólica* legítima (Bourdieu y Wacquant, 2008), es decir el poder de transformar sus visiones del mundo en definiciones oficiales, capaces de imponer clasificaciones burocráticas de las cosas y los grupos sociales y construir mercados a través de la implementación de normas jurídicas y reglamentaciones que moldean la reproducción, el consumo y los intercambios mercantiles, en el escenario del *campo económico mundial* (Bourdieu, 2000: 107). De hecho, fue posible advertir que “... el discurso del “Buen Vivir” se está convirtiendo en parte de un dispositivo de poder, de encuadramiento, de administración de poblaciones.” (Bretón Solo de Zaldívar, 2013:73). Se trató “...de una construcción discursiva formalmente crítica con la economía neoclásica y el desarrollismo convencional pero firmemente asentada sobre la *episteme* occidental y con voluntad aparente de ‘abrirse’ al diálogo intercultural de saberes.” (*Ibid*: 80), que fomentó un uso instrumental de los valores del “Buen Vivir”.

El impulso del binomio etnicidad-desarrollo como parte de las políticas locales que apuestan a “acelerar” la *sostenibilidad* centró la mirada en el potencial de la alteridad cultural como recurso, enmarcado en un “multiculturalismo neoliberal” (Hale, 2002; Boccara y Ayala, 2012; Bretón Solo de Zaldívar, 2013) que promueve discursos esencialistas sobre los conocimientos y prácticas de las comunidades indígenas. Por ende, se construyó el empoderamiento de la mujer indígena a partir de la selección de una serie limitada de características, que las define como promotoras de la biodiversidad ambiental y cultural del mundo. Así, el reconocimiento de las mujeres indígenas se activó en la medida que movilizan y encarnan este *esencialismo verde* (Carenzo y Trentini, 2014), que las presenta como un buen *nativo ecológico* (Ulloa, 2001). Si bien los discursos que difundieron la biodiversidad y las políticas multiculturales reconocieron los derechos de las comunidades originarias a defender sus territorios y cosmovivencias, se entrecruzaron con los intentos permanentes de controlar y

explotar esa “diferencia” étnica (Carenzo y Trentini, 2014: 111). Con un fuerte sentido crítico, la investigadora indígena Lourdes Tibán Guala sostuvo:

Todo este invento de la sustentabilidad viene de los países del Norte para reparar los desastres ecológicos causados por sus empresas en nuestro país. Es decir, ellos dañan el medio ambiente mundial y quieren que nosotros arreglemos, pero ¿el Norte estará consciente que nos debe una deuda ecológica al mundo entero? Creo que no, porque mientras aquí seguimos pensando en conservar el medio ambiente y el ecosistema, allá siguen inventando cosas para destruir el mundo a través de la riqueza. “Los expertos en sanidad y eliminación de desechos en países de bajos ingresos, saben que las comunidades pobres producen menos aguas sucias y desechos sólidos que las relativamente ricas, y sus desechos son más convenientes como abonos” (Martínez, 1992:121) (Tibán Guala, 2004:10)

Considerando las particularidades de este contexto global, la gobernación del Chaco como parte de los procesos de turistificación de la provincia ha llevado adelante distintos proyectos de infraestructura y de puesta en valor de los saberes y comunidades locales con la financiación del Banco Mundial³⁸. En esta dirección se desarrolló la *Ruta de la Cultura Qom* (RCQ)³⁹ puesta en marcha a partir del año 2014 por el Programa de Desarrollo de Áreas Rurales (PRODEAR) bajo la ejecución del Ministerio de Producción en el marco de la pavimentación de la Ruta 3⁴⁰, con el objetivo de “poner en valor y difundir la riqueza cultural de las comunidades originarias del Chaco, y desarrollar el turismo comunitario como alternativa de producción”⁴¹. A través de la RCQ se propuso un recorrido turístico junto a la comunidad indígena en su “entorno natural”, a partir de la coordinación de visitas al monte, talleres de artesanía, comidas típicas, cantos y danzas tradicionales. Además, esta ruta implicó la creación de centros comunitarios, la formación de asociaciones artesanales con membresía de mujeres qom y wichi, el dictado de talleres sobre diversas técnicas artesanales, procesos productivos y

³⁸ Para profundizar en los antecedentes del desarrollo del turismo “étnico” en la provincia del Chaco, véase especialmente: Torres Fernandez, 2010.

³⁹ La *Ruta de la Cultura Qom*, que incluye las localidades de Presidencia Roca, Pampa Chica, Cuarta Legua, Pampa Grande, Fortín Lavalle, Villa Río Bermejito y El Espinillo.

⁴⁰ La RCQ se enmarca en el proceso del *Programa de Desarrollo e Integración de Norte Grande* (2011-2016), el cual implicó la gestión de proyectos de desarrollo vial hídrico para la mejora de carreteras y el abastecimiento de agua y saneamiento

⁴¹ Fuente: Ramirez, H. y Corvalan, C. (s/f), *Informe sobre la Ruta de la cultura Qom*, mimeo.

organizacionales, charlas de derechos de la mujer y salud reproductiva y la generación de programas de intercambio entre las asociaciones⁴².

En el marco de la RCQ se generó la propuesta de turismo comunitario el *Camino de la palma*, impulsada por las mujeres qom de la Asociación qomlashepi Onataxanaxaipi de la localidad de Fortín Lavalle, epicentro de esta ruta. En este sentido, la localidad de Fortín Lavalle presentó tres ventajas claves para el desarrollo de esta iniciativa: el fácil acceso desde Villa Río Bermejito por asfalto, la disponibilidad de un Salón para recepción y atención a los turistas, y la mayor experiencia de las referentes qom de artesanía. Planteada como una experiencia orientada a preservar el patrimonio cultural inmaterial de la comunidad qom, este producto turístico formó parte del discurso *patrimonial autorizado* (Smith, 2011) de la provincia, desde el cual se enfatizó el valor de los procesos y las vivencias de las artesanas qom. Las artesanas de las asociaciones, especialmente las de Fortín Lavalle, fueron presentadas como portadoras genuinas de un discurso ancestral que las habilitaba a participar en la negociación por la *activación* (Prats, 1997) de los referentes simbólicos patrimoniales seleccionados como auténticas expresiones de su cultura. A través de la consolidación de la figura de coordinadoras nativas de la propia comunidad, las mujeres fueron construidas como generadoras de experiencias que permiten “esparcir su ancestral patrimonio cultural” y abrir nuevas posibilidades para la comunidad. En este sentido, su “gen” comunitario las distingue en tanto cualidad que las volvió únicas para el desarrollo sostenible en la zona, capaces de “barajar” las distintas propuestas que se suman y superponen en sus localidades. La construcción del salón de las artesanas operó como nodo desde el cual los distintos programas e instituciones pudieron desplegar una serie de capacitaciones y talleres dirigidos a “empoderar” a la mujer indígena en sus derechos y potencialidades como agente de cambio social.

Las mujeres qom de Fortín Lavalle son super aguerridas y encima con ese gen comunitario, nunca escuché un “no se puede” o tampoco un espíritu alicaído, y te digo que se retroalimentan entre ellas mismas (...) La artesanía se convirtió en un reducto netamente femenino y generadora de otras instancias.

Ex funcionario del Instituto de Turismo del Chaco. Octubre 2017.

El objetivo es el empoderamiento de la mujer como referente de la recuperación cultural para ir más allá. Si decimos empoderamiento, no hay empoderamiento sin generación de

⁴² La RCQ integró otros programas anteriores a su creación, como es el caso del Programa Chaco *Nanum Village* de alfabetización digital y equipamiento, iniciado en el año 2013 por *Samsung Electronics Argentina*, la *Asociación Cultural para el Desarrollo Integral* (ACDI), la *Fundación Avina Argentina* y la *Fundación Gran Chaco*.

dinero, por eso la idea es un poco diversificar el ingreso de la forma que ellas decidan como para poder lograr esa independencia económica.

Ex funcionaria del Instituto de Turismo del Chaco. Agosto 2018.

El *Camino de la palma* se configuró como una experiencia de turismo comunitario donde las mujeres artesanas negociaron no sólo un recorrido turístico “auténtico”, sino también su lugar como prestadoras legítimas de esos contenidos. Activadas en su uso turístico desde el discurso patrimonial oficial de la provincia del Chaco, los referentes simbólicos seleccionados por las mujeres qom fueron el resultado de un proceso de consensos y acuerdos al interior de las artesanas de la asociación y con los funcionarios del Estado encargados de este proyecto. En el contexto del capitalismo actual que promueve la consolidación de todo un “marketing de la autenticidad y la trascendencia” (Santamarina Campos y Mármol, 2017), la generación de esta iniciativa ofreció la posibilidad de “... vivenciar en carne propia el camino de la palma, participando de la ida al monte, seleccionando el material y luego observando como este es transformado por las manos de las artesanas.”⁴³

La localidad de Fortín Lavalle podría considerarse un “pueblo con encanto” desde el cual ficcionalizar la cotidianeidad de las mujeres qom en su saber hacer artesanal, espiritualidad y cosmovisión anclada en el monte. Así, “Gastronomía, naturaleza y cultura se conjugan como retóricas de autenticidad ofreciendo una vuelta a un pasado idealizado, contenedor de imágenes cientos de veces reproducidas en los folletos turísticos” (Santamarina Campos y Mármol, 2017:371). No obstante, fue posible concebir la representación patrimonial no sólo como un simulacro/relato artificial sino también como un dispositivo desde el cual explorar nuevos aspectos de la realidad, nuevos valores y nuevas ideas. En este sentido, estas artesanas lograron configurar un itinerario turístico desde el cual impulsar la venta de la cestería y su rol como anfitrionas de su comunidad.

Asimismo, en el año 2016 se puso en marcha el *Master Plan El impenetrable*, proyecto orientado a “...avanzar en el camino de una industria sin chimenea”⁴⁴, promoviendo el desarrollo económico a través de la valorización de los “saberes ancestrales” de la comunidad local. Bajo el slogan “Impenetrable Ancestral”, ciertas cooperativas y asociaciones artesanales indígenas ligadas a ONG y programas de Estado fueron construidas como aliadas territoriales estratégicas para la ejecución de estos megaproyectos turísticos en clave de desarrollo sostenible, en tanto

⁴³ Fuente: Ramírez y Corvalán, s/f.

⁴⁴ Fuente: Foro ambiental, 2016.

garantes de la preservación de la identidad y la autenticidad de esta zona. En el ámbito de la publicidad turística de la provincia del Chaco se generaron imágenes de las artesanas indígenas como parte del relato oficial acerca de las experiencias genuinas y sostenibles de la provincia, conjugando escenas de las mujeres en sus salones de reunión, con otras donde se detalló las manos durante el hilado o el tejido de las hojas de palma (Véase Imagen 4). Así, entre lo comunitario y los procesos artesanales se creó un imaginario idílico, donde las mujeres fueron presentadas como generadoras de objetos únicos a través de sus saberes artesanales ancestrales y definidas por una relación armónica y despolitizada con sus territorios y organizaciones.

Imagen 4. Sección “comunidades originarias”. Instituto de Turismo de Chaco



Fuente: Instituto de Turismo de Chaco, 2019.

Los lineamientos impulsados por los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS) y el rol estratégico de las mujeres indígenas para lograrlos, estuvieron impulsados también por las ONG y fundaciones locales ligadas al sector artesanal indígena y las marcas comerciales asociadas a ellas (Véase Anexo N°2)⁴⁵. Reconocidas a la vez como artesanas/diseñadoras que actualizan en su hacer los diseños ancestrales y las prácticas tradicionales artesanales, las artesanas fueron construidas como parte de un proceso colectivo de organización, desde el cual se llevaron adelante: la consolidación de coordinadoras nativas, el aprendizaje de los métodos de cálculo, la estandarización de la producción, la acumulación de stock, el armado de pedidos, la mejora en los controles de calidad, la reingeniería de los productos a través de la asesoría con

⁴⁵ Destaco, por un lado, la relación de la *Fundación Gran Chaco* con la distribuidora de productos Matriarca y por el otro, la *Fundación Niwok* y la organización *Siwan' i*, que trabajan junto a las comunidades wichi de El Potrillo (Formosa). Véase Anexo N°2.

profesionales del diseño⁴⁶, y el manejo eficiente de la materia prima. Si bien desde las ONG y fundaciones se promovieron en conjunto con otros programas ministeriales, la preservación de motivos, procedimientos y materia prima local, estas instituciones fomentaron una mayor eficacia en cada uno de los eslabones productivos. En esta dirección, se destacó la iniciativa liderada por el INTA desde el año 2018 en El Potrillo (Formosa), donde se coordinó un proyecto especial de ProHuerta con el objetivo de asesorar a las mujeres wichi en la implantación de cercos peridomésticos de chaguar e incorporar una máquina desfibadora eléctrica (Cavallero, 2018). De esta manera, la profesionalización de cada uno de los tramos de la cadena de valor formó parte de los desafíos a concretar a largo plazo, lo cual permitiría abrir la exportación e insertar a las artesanías en los mercados de los bienes simbólicos globales.

Por otra parte, estos intermediarios se basaron en los fundamentos del comercio justo y el reconocimiento de los aportes creativos de las artesanas para definir la puesta en valor de la artesanía indígena, considerando la valuación de la artesanía como parte de un proceso paulatino asociado a la implementación de ciertas técnicas de cálculo y la definición de una estructura de costos. El aprendizaje de estas técnicas de cálculo fue presentado como una instancia de formación positiva para las mujeres indígenas, quienes a través del dominio de estas herramientas podrían superar las prácticas del trueque y la venta a precios muy bajos o intuitivos. No obstante, para el posicionamiento de la artesanía indígena en el mercado *glocal* se señaló la importancia de consolidar la difusión de la “historia” que hay detrás de cada producto artesanal.

La construcción de la historia del producto (*storytelling*), como ficcionalización esencializada de la forma de vida de las artesanas indígenas, su entorno y los procesos artesanales, permitió abrir un abanico de estrategias comerciales en el mercado de bienes simbólicos desde el cual impulsar su valuación como piezas únicas y auténticas, en clave de obra de arte o diseño artesanal argentino. Estas ONG y fundaciones impulsaron gradualmente el posicionamiento de la artesanía indígena como producto argentino, representante de nuestra identidad en los mercados internacionales. La comercialización de la artesanía indígena se fue construyendo como un *campo de producción restringida* con un *ciclo de producción largo* (Bourdieu, 2014 a, 2014 b) en el contexto de los nuevos mercados globales, siempre y cuando se continúe avanzando en la organización y control de la producción artesanal local.

⁴⁶ En el caso de Matriarca estas piezas se las denomina *arte fusión*. A diferencia de los productos *arte nativo* que “vienen 100% del territorio”, en las piezas *arte fusión* intervienen diseñadores en la renovación de morfologías.

Nos gustaría que la artesanía tuviera un reconocimiento mayor a nivel local e internacional, y nos alegra saber que el tema se empieza a poner en agenda a nivel gubernamental para darle un lugar de mayor prestigio (...) Sabemos que lo están considerando y que el camino está dado para que se pueda dar a conocer en mayor profundidad y para que el arte argentino, estos productos bellos y útiles para los consumidores urbanos, por fin estén de moda.

Coordinadora general comercializadora. Julio 2018.⁴⁷

A través de sus canales de comunicación se ha detallado el *storytelling* sobre el acceso a la materia prima, los procesos artesanales, la denominación de origen, la historia de la cooperativa o asociación, y los nombres de las artesanas, en tanto andamiaje simbólico construido para sostener el “marketing de la autenticidad y la trascendencia” de la artesanía indígena y sus creadoras. Así, desde este marketing se crearon imaginarios exóticos y atemporales de su producción, donde las mujeres indígenas fueron representadas sonrientes, con un espíritu lúdico, formando parte de un entramado colectivo en tanto “fuerza interior” comunitaria (Véase Imágen 5). En algunos casos se destacaron ciertas individualidades en calidad de coordinadoras nativas, quienes fueron caracterizadas a través de momentos “mágicos” de su práctica artesanal, la “dulzura” de su mirada o como ejemplo de “mujer libre”. Incluso se enfatizó el carácter aniñado de estas coordinadoras, mujeres-niñas risueñas, con un espíritu vívido que juegan a “ser artesanas”, “a confiar”, “a dar consejos”, porque saben que jugando “la vida es menos dolorosa.”⁴⁸

Por lo tanto, con frases como “motorizamos las comunidades originarias argentinas y elevamos su cultura a través de la producción y comercialización de piezas únicas”, “queremos coproducir objetos, sanos, con diseño y sustentables”, “honramos el monte”, “encuentro de culturas”, “vemos gente capacitándose permanentemente desarrollando su creatividad”, “vemos gente feliz, embelleciendo al mundo”⁴⁹, se fueron seleccionando y controlando los sentidos y prácticas válidas sobre la producción artesanal indígena y sus hacedoras, como parte de su posicionamiento en el mercado global de bienes simbólicos en tanto productos socialmente sostenibles.

⁴⁷ Fuente: Matriarca, del norte argentino al mundo (julio 2018), en *Revista Sophia*.

⁴⁸ Presentación de las coordinadoras de *Siwan'i*. en la sección “Mujeres”, de la página web de la Fundación Niwok.

⁴⁹ Frases recuperadas de la página web de *Matriarca*.



Fuente: Fundación Niwok, 2018

En los principales diarios locales se fue definiendo una representación de “la mujer indígena” como mujer empoderada y emprendedora social. En este sentido, a partir del año 2003 se la construyó gradualmente como lideresa genuina de iniciativas productivas comunitarias y como responsables de visibilizar los problemas presentes en sus territorios. A través de la recuperación de un corpus de notas periodísticas en los diarios *La Nación*, *Clarín* y *Página 12* entre los años 1998-2020⁵⁰, fue posible acceder a un modo contemporáneo de resemantizar la producción artesanal y a la mujer indígena en la emergencia global de “lo étnico” como motor de los circuitos de diseño y moda actuales en clave de sostenibilidad.

Estos tres diarios fueron creando una representación de la mujer indígena asumiendo el rol de liderazgo en sus localidades y ante organismos nacionales e internacionales, desde las historias de vida de tres referentes puntuales de la comunidad colla, qom y wichi: Rosario Quispe, Olga Aparecio y Norma Rodríguez. Si bien en cada uno de los diarios analizados se plantearon ciertas caracterizaciones específicas, estas “lideresas” nativas fueron representadas en calidad de “emprendedoras sociales” que aúnan de manera armoniosa los saberes tradicionales y la innovación, y su capacidad de generar alianzas estratégicas con ONG, fundaciones, funcionarios, emprendedores, y organismos internacionales (Véase Imagen 6).

⁵⁰ Trabajé con un corpus digital de diecinueve notas publicadas por el diario *La Nación* entre los años 2003 y 2020, ocho notas publicadas por el diario *Clarín* entre los años 1998 y 2018 y siete notas publicadas por el diario *Página 12* entre los años 2007 y 2017.

Asimismo, las mujeres indígenas fueron caracterizadas como parte de experiencias de organización colectiva que las “empodera” y las posiciona como actor clave en el desarrollo sostenible, destacándose el papel que asumen los nuevos liderazgos comunitarios en la puesta en marcha de la agenda política global actual (Imagen 7)

Imagen 6. “Olga Aparicio, durante su visita a Buenos Aires en el marco del W20”



Fuente: Buscaglia, 2018, *La Nación*.

Imagen 7. “Las mujeres de la comunidad qom de Fortín Lavalle, junto a sus hijos”



Fuente: Galinsky, 2018, *Clarín*.

No obstante, los medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares locales⁵¹ representaron a las artesanas indígenas como mujeres en lucha, donde los procesos de organización de la producción artesanal se entrelazaron con los relatos de las acciones de protesta de sus comunidades. Así, desde *Sudestada*, *La Poderosa*, *La tinta*, *Indymedia Argentina*, la *Agencia de Noticias de Comunicación alternativa y popular* (ANCAP), *Fabularia* y *Antropocosmos* se fueron generando distintas notas en el periodo 2013-2019 que dieron cuenta del papel fundamental de las mujeres indígenas como voces críticas y necesarias para cuestionar las desigualdades que sufren sus familias y el despojo de sus tierras ancestrales. Estos medios de comunicación enfatizaron el rol de las mujeres indígenas en los espacios de organización comunitaria en sus territorios, destacando su lugar en las tomas de decisiones y en la organización de sus luchas.

A través de los relatos sobre la creación de las cooperativas de artesanas indígenas se visibilizaron las negociaciones entre las propias mujeres, la presencia de lideresas en el territorio, la relación con el Estado y las ONG, la participación en el Encuentro Nacional de Mujeres, entre otras acciones. De esta manera, se recuperaron experiencias productivas ligadas a los movimientos sociales o voluntariados en la provincia del Chaco, ejemplos ausentes en los principales medios de comunicación locales, los cuales fueron vidriera únicamente de aquellas iniciativas ligadas a la labor de ciertas ONG y programas impulsados desde el Estado Nacional. Así, la trayectoria de la cooperativa *Onoloq Laxaraiq* del Consejo *Carashe* (Miraflores, Chaco), la cooperativa *Laxaraiq Lave* (Paraje de Pampa Argentina, Chaco), la cooperativa *Torolshereq* (Pozo del Toro, Chaco), la cooperativa *L'Com na Qom* de la asamblea Barrio Chacra 31 (Castelli, Chaco), la cooperativa *Alpi Nacona`a* en la comunidad Riacho de Oro (Formosa), la marca *Qom Alpi* en los Barrios Las Lomas y Santo Domingo de la Ciudad de Santa Fe y el *Encuentro de Mujeres y Saberes* realizada en el año 2018 en el Barrio Originario (Miraflores, Chaco) formaron parte de las iniciativas recuperadas por estos medios a través del relato de los enviados especiales al territorio, salvo *La poderosa* donde la nota periodística fue firmada por las artesanas. Este último caso resultó fundamental para recuperar la propia mirada de las mujeres qom sobre la situación artesanal en la provincia del Chaco en el marco del Foro de la tradicional Feria de la Artesanía Aborígen Chaqueña “René Sotelo” en su edición 2019 (Véase Imagen 8), donde expresaron:

⁵¹ Esta tesis se limita a un abordaje operativo de las denominaciones de los perfiles comunitario, alternativo y popular de los medios de comunicación, trabajando con un corpus de 10 notas. Para ahondar sobre los debates teóricos de estos medios, véase: Mata, 1993; Alfaro, 2000; Gerbaldo, 2010; Fusano, 2015; Marioni, 2019.

Todas acordamos en unanimidad que el Estado no mira el trabajo artesanal, solo nos tienen en cuenta para las fotos o para exportar nuestros productos, pero no nos hablan, no acuerdan con nosotros; deciden por nosotras sin consultarnos. Por eso levantamos la voz...Necesitamos políticas que nos acompañen, no queremos perder nuestro trabajo, vivimos de eso. Nuestras madres eran artesanas, hicieron canastos y tejidos toda su vida, y algunas murieron sin que el Gobierno reconozca su trabajo. Queremos que las autoridades hagan una Comisión de la artesana y el artesano que nos represente (Cooperativa L'Com na Qom, 2019)

Imagen 8. “L'Com na Qom se hace oír”



Fuente: Cooperativa L'Com na Qom, 2019, *La poderosa*.

Estos medios reforzaron la representación de la mujer indígena como mujer empoderada, protagonista de los procesos de emancipación femenina de su comunidad, donde la artesanía les permitió organizarse de manera comunitaria y alcanzar la autonomía económica como trabajadoras. Asimismo, enfatizaron la idea de colaboración e intercambio entre mujeres indígenas y voluntarias, representadas en los momentos de aprendizaje del tejido en hojas de palma o formando parte de las reuniones como “una más” del grupo. En esta dirección, en la nota sobre el *Encuentro de Mujeres y Saberes* de la revista *Fabularia* se acentuó la idea de “conexión” holística para “reafirmar el pacto ancestral de mujeres que vivimos en lucha, resistiendo con la noble intención de hacer de la existencia un viaje de aprendizaje, de reconciliación con nuestras fuerzas y energías universales...”. La lucha de las mujeres indígenas por ser escuchadas y tomadas en cuenta se puso en diálogo con las “heridas abiertas por el estado patriarcal y opresor” que denunciaron las mujeres criollas en ese “círculo mágico” de saberes.

Por lo tanto, a través de estos “otros” sentidos sobre la mujer indígena y su saber artesanal se tensionaron los relatos armónicos en clave de *esencialismo verde* (Carenzo y Trentini, 2014), considerándolas parte fundamental de las resistencias, negociaciones y reivindicaciones de su comunidad. Así, la representación de las mujeres indígenas como garantes genuinas del cuidado de la cultura y la biodiversidad, fue problematizada desde otras aproximaciones de “lo indígena” ya sea desde un abordaje militante, feminista o anclado en la creatividad y lo colectivo como motor de nuevas experiencias productivas.

Balance

En este capítulo me propuse problematizar la definición de las artesanas indígenas en Argentina en calidad de mujeres trabajadoras y lideresas del desarrollo sostenible, en tanto espacio de tensión, negociación y consenso permanente entre los miembros de la comunidad y los referentes de programas de Estado y organismos internacionales, ONG, fundaciones, instituciones religiosas y medios de comunicación. En este sentido, los saberes artesanales de las mujeres indígenas se resignificaron en el contexto actual de las nuevas exigencias del mercado ligadas al “marketing de la autenticidad y la trascendencia” y al impulso de la *Agenda 2030* de la ONU. Así, el fortalecimiento de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* (ODS) de la ONU como parte de las políticas globales que centran la mirada en el potencial de la diversidad cultural como recurso, se enmarcó en un “multiculturalismo neoliberal” que fomentó discursos y representaciones *esencialistas verdes* sobre los conocimientos, prácticas y roles de las mujeres indígenas en clave de empoderamiento femenino de los sectores populares.

En este contexto, las artesanas indígenas en nuestro país generaron distintas estrategias de organización de su producción las cuales se pusieron en diálogo/tensión con las expectativas de los mercados globalizados, la exportación de productos étnicos y el turismo cultural, en relación con los lineamientos del desarrollo sostenible. A través de distintas capacitaciones propuestas por diversas organizaciones con presencia en el territorio se fue consolidando la “lógica de pedido”, que implicó para la comunidad de artesanas aprender a detallar cantidades y formas de obtención de la materia prima, dar cuenta de los tiempos de realización de cada artesanía, incorporar nuevas morfologías y materiales ligados a las necesidades de los clientes urbanos, crear líneas de producto, utilizar moldes y precisar medidas para la sistematización de

sus piezas, acopiar productos para el armado de pedidos, consensuar criterios de calidad, colocar la etiqueta de la marca, calcular el precio “justo” de su artesanía, y configurar un catálogo con el listado de productos y precios.

Esta “lógica de pedido” como instrumento de estandarización de la producción artesanal, fue asimilada de una manera particular por las mujeres indígenas en cada una de sus propuestas de organización colectiva. Así, las artesanas ligadas a programas de Estado, ONG e instituciones religiosas incorporaron esta lógica a través de una serie de capacitaciones y talleres impartidos por profesionales del diseño y coordinadoras nativas, mientras que en aquellas cooperativas asociadas a movimientos sociales la asumieron de manera intuitiva y pragmática, siendo un referente local el que coordina con las artesanas y concreta el pedido con los clientes. En ambos casos se produjo un aprendizaje de las herramientas y nociones de cálculo de manera selectiva, negociada y desbordada por parte de la comunidad de artesanas, donde el control de estos conocimientos generó asimetrías de poder y nuevos liderazgos territoriales, que promovieron exclusión y desigualdad entre las artesanas indígenas.

Asimismo, las artesanas indígenas que cuestionaron la “lógica de pedido” sostuvieron los valores de la salvaguarda del legado de “los ancestrales” y la memoria familiar como motor en la generación de estrategias productivas, tomando en cuenta el cuidado de la materia prima, el sentido simbólico de cada pieza, los aportes creativos de sus diseños y la trayectoria en ferias, premiaciones y concursos. Por ende, estas artesanas indígenas generaron propuestas productivas propias al margen de la gestión de intermediarios, quienes sostuvieron distintas respuestas ante la “lógica de pedido” y la estandarización de su producción, ya sea confrontándola, incorporándola de manera circunstancial o formando parte de las tácticas productivas resignificadas desde la dinámica familiar.

Estas trayectorias que comparten las mujeres indígenas en relación con la enseñanza-aprendizaje de la labor artesanal y la diversidad de formas de organización, permite concebir la política de lo doméstico como una construcción colectiva e histórica “... *tópica* y cotidiana, del proceso y no del producto.” (Segato, 2016: 31). De este modo, expreso la necesidad de ahondar en las continuidades y transformaciones del *habitus* de las artesanas, superando las miradas exotizadas y reificadas de las prácticas sostenidas por las comunidades indígenas. Resulta fundamental cuestionar los abordajes esquemáticos y romantizados de la labor de las mujeres indígenas como cuidadoras ancestrales de su cultura y la biodiversidad, y profundizar en la politicidad y transformaciones del espacio doméstico y de su rol en el espacio público.

Por lo tanto, el recorrido por las distintas experiencias de organización artesanal indígena me permitió no sólo dar cuenta de la versatilidad en las apropiaciones de las técnicas de cálculo sino también complejizar el abordaje de la sostenibilidad como arena de disputa. Los valores de la sostenibilidad fueron activados y problematizados por estas artesanas a través de la pluralidad de sus saberes y propuestas colectivas sostenidas desde el territorio, como así también por algunas organizaciones ligadas al sector artesanal y medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares, que permitieron reconocer la emergencia de imaginarios desbordados sobre las mujeres indígenas asociados a la resistencias y demandas de su comunidad.

Finalmente, propongo avanzar en el estudio de la relación de la producción artesanal indígena con el sector del diseño de indumentaria argentino considerando el rol clave de las *diseñadoras-emprendedoras* y de una red de mediaciones locales e internacionales, a fin de indagar sobre los sentidos, prácticas y valores construidos como legítimos sobre la alianza artesanía-diseño en los mercados de los bienes simbólicos ligados al lujo sostenible.

CAPÍTULO III

LA ALIANZA ARTESANÍA-DISEÑO Y LAS INSTANCIAS DE MEDIACIÓN SIMBÓLICA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA MODA SOSTENIBLE LOCAL

La participación de la artesanía indígena en el mercado actual de los bienes simbólicos supone reconocerla como parte de las estrategias productivas del diseño de indumentaria argentino y la consolidación de una moda sostenible a nivel local (Díaz, 2018a, 2018b). De esta manera, el capítulo se centró en el estudio de la alianza artesanía-diseño desde las vivencias de las diseñadoras y los diversos actores e instituciones ligadas a este sector, en tanto reconocimiento paulatino del paradigma de la sostenibilidad en la moda a partir de la puesta en valor de la materia prima autóctona y los saberes artesanales. En este marco, ¿Cómo caracterizaron las diseñadoras su “encuentro” con las artesanas indígenas? ¿Qué tipo de experiencias afecto-comerciales promovieron? ¿Qué les aportó la artesanía indígena a sus iniciativas? ¿Qué tipo de intermediaciones se generaron para sostener la construcción colectiva de la *creencia* sobre la alianza artesanía-diseño como valor?

Partiendo de estos interrogantes como ideas fuerza que impulsaron mi análisis, la vinculación entre la producción artesanal indígena y la moda contemporánea caracterizada por el auge de nuevos paradigmas estéticos/éticos y usos de la indumentaria, expresó una cosmovisión vinculada a un tipo particular de orden social (Lipovetsky, 1994; Entwistle, 2002; Zambrini, 2008, 2009, 2010, 2016; Saulquin 2011a, 2011b, 2014; Miguel 2011, 2013, 2019). En este sentido, la crisis del sistema de la moda durante la cultura de masas y el avance de la fragmentación de los estilos de vida y los modos de vestir en el contexto de la globalización, enmarcaron el surgimiento del diseño de indumentaria local y el desarrollo de imaginarios asociados al *espíritu emprendedor* y a la *creatividad* como forma de generar valor (Miguel, 2013; Vargas, 2013; Beltrán y Miguel, 2011; Miguel 2011; Correa, 2020; Quiña, 2020; Romani, 2020). Como respuesta a la inestabilidad económica y social en la Argentina del año 2001 y posteriormente al impacto producido por el atentado a las Torres Gemelas del World Trade

Center en Nueva York, Estados Unidos⁵², se fue consolidando un segmento productivo a nivel federal denominado por la prensa especializada diseño “de autor” definido por la generación de emprendimientos a baja escala, el desarrollo de propuestas estéticas al margen de las tendencias de la industria masiva de la moda y la puesta en valor de la materia prima local. Con una fuerte presencia del accionar de *diseñadoras-emprendedoras* (Correa, 2011; Vargas, 2013. Miguel 2013), se fue gestando gradualmente una comunidad de “autoras” ligadas a la alianza artesanía-diseño.

Este capítulo presenta tres apartados. El primero, dedicado al estudio de las motivaciones profesionales sostenidas por las diseñadoras en torno a la necesidad de incorporar producción artesanal de comunidades indígenas en sus emprendimientos, como de las motivaciones holísticas que impulsaron la creación de estas propuestas. El segundo, destinado al análisis del rol de la prensa, las instituciones y los colectivos de profesionales en el fortalecimiento de esta alianza como valor, recuperando no sólo el desarrollo de espacios y experiencias dedicadas a la definición de una moda sostenible local sino también a la diversidad de sentidos construidos sobre el diseño de indumentaria en clave de sostenibilidad. Por último, el tercer apartado focalizado en los intermediarios asociados al sector artesanal indígena en la construcción de valor sobre la alianza artesanía-diseño, atendiendo a las dificultades para llevar adelante la “lógica de pedido” y el reconocimiento de los aportes creativos de las mujeres indígenas.

III.1. Diseñadoras y artesanas: el desarrollo de nuevas subjetividades y dinámicas productivas empáticas

En sintonía con un contexto actual donde las exigencias sobre la sostenibilidad presentan cada vez mayor visibilidad glocal, el diseño de indumentaria argentino se ha caracterizado desde sus comienzos en la crisis de 2001 por una puesta en valor de la materia prima local, sus técnicas y saberes, impulsado por diseñadores y diseñadoras con un fuerte

⁵² Benito Fernandez, reconocido diseñador argentino, expresó que: “A partir del atentado a las Torres, el mundo de la moda se volcó a las texturas y a las fibras más naturales porque lo tecnológico sonaba agresivo. Se pasó de las texturas sintéticas o inteligentes a lo artesanal”. Fuente: Ecomoda II (16 de agosto de 2007), diario *La Nación*, suplemento Moda y Belleza.

espíritu emprendedor (Guerschman y Vargas, 2007, 2008; Beltrán y Miguel, 2011; Correa, 2011; Vargas, 2013; Miguel, 2013). Estos emprendedores y emprendedoras se definieron por un *habitus* compartido, basado en: a.) La pertenencia a familias de clase media, con una crianza en barrios tradicionalmente de sectores medios, tanto de CABA como del Gran Buenos Aires; b.) una valoración del estudio y la universidad pública como motores de la movilidad social; c.) el desarrollo de una formación en diseño tanto formal a través de la carrera de *Diseño de Indumentaria y Textil* de la UBA, como desde otras orientaciones, disciplinas y la puesta en valor del legado familiar asociado al universo de la costura y la confección; d.) la especialización ya sea realizando estudios complementarios en el exterior o pasantías, y trabajos en relación de dependencia en firmas nacionales, como instancias de aprendizaje y perfeccionamiento; e.) el desarrollo de iniciativas y emprendimientos junto a otros diseñadores e intermediarios culturales, que permitieron hacer visible y difundir los tipos de diseño que suman valor a los productos; f.) la presentación en premios y certámenes, particularmente el concurso *Tela & Talento de Alpargatas S.A.*, los premios como la *Tijera de Oro* o *Tijera de Plata* de la Cámara Argentina de Moda y de otras firmas como *Dupont* y *TN Platex*, entre otras g.) la participación en ferias de diseño como espacio para darse a conocer y posicionarse en el sector (Miguel, 2013)

Recuperando los datos de la última *Encuesta Nacional del Diseño de Indumentaria de Autor* (ENDIA, 2017), este sector se ha definido por el accionar de una comunidad de mujeres (80%) entre 31 y 40 años de edad, quienes sostuvieron como motivación la libertad para crear e inspirarse en sus propias ideas, la posibilidad de generar ingresos, proveer una oportunidad de autoempleo, tener la autonomía para decidir cuándo y dónde trabajar y por último, contar con el control de las decisiones. En este punto es importante señalar como parte de la caracterización gradual del sector, que en la ENDIA 2010 el porcentaje de mujeres y hombres no fue recuperado como dato significativo, centrándose en el análisis del perfil de la empresa, el tipo de productos, volumende producción, facturación, empleo, comercialización, financiación, entre otros aspectos.

No obstante, a partir del año 2011 esta variable formó parte de esta encuesta en tanto elemento que permitió caracterizar al diseño de autor como un universo productivo femenino. La construcción de este sector como espacio productivo ligado al accionar de las diseñadoras y al desarrollo de nodos productivos locales se enmarcó en un proceso de mayor alcance en la región, caracterizado por los emprendimientos “por oportunidad” liderados por mujeres (BID,

2014)⁵³, quienes expresaron la independencia económica, la pasión por la empresa, el emplear a otros y hacer algo con impacto, como parte de sus principales motivaciones

Asimismo, paulatinamente se fue dimensionando su carácter federal, destacándose a partir de la ENDIA 2012 la emergencia paulatina de nuevos territorios de diseño en el país: “La lectura general permite comprender que el mapa del diseño comienza a federalizarse con el surgimiento de nuevos territorios que, es previsible, aumentarán su presencia en el transcurso de la próxima década (ENDIA, 12: 19). Por ende, el federalismo en clave femenina configuró una comunidad de diseñadoras definida por la generación de propuestas estéticas/éticas ligadas a la producción artesanal.

En este contexto, se fue definiendo paulatinamente dentro de este sector productivo una comunidad de *diseñadoras-emprendedoras* quienes, con distintas trayectorias profesionales y en el mercado local, apostaron a la alianza artesanía-diseño (Véase Anexo N°4)⁵⁴. Así, esta alianza se expresó bajo cinco tipos posibles de interacción las cuales devinieron instancias de intercambio dinámicos y flexibles (Díaz, 2018a). Estas interacciones pueden presentarse simultáneamente o devenir una en otra según el contexto de encuentro (Véase Cuadro 1): a.) relaciones educativas y vinculadas a programas de gobierno, b.) relaciones vinculadas a iniciativas productivas de fundaciones y/o organizaciones sin fines de lucro, c.) relaciones basadas en la incorporación de producción artesanal en la propuesta estética de las diseñadoras, d.) relaciones esporádicas organizadas en torno al desarrollo de una colección, e.) relaciones consolidadas.

⁵³ Véase: Informe We Grow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en latinoamérica y el Caribe (2014), Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

⁵⁴ Se llevó a cabo el relevamiento de 25 iniciativas definidas por la interacción artesanía-diseño, para el cual se conjugó la realización de entrevistas semi-estructuradas a diseñadores y diseñadoras, la búsqueda de material en páginas web y la realización de observaciones en eventos. Véase Anexo N° 4.

Cuadro 1. Tipos de interacción entre diseñadoras y artesanas

EDUCATIVAS PROGRAMAS DE GOBIERNO	ENCABEZADAS POR FUNDACIONES Y/O ONG	VINCULADA A BÚSQUEDAS ESTÉTICAS DEL DISEÑADOR	ESPORÁDICAS	CONSOLIDADAS
-Interacción como parte de la recuperación y visibilización de la técnica artesanal -Innovación artesanal en pos de la salvaguarda patrimonial y el desarrollo de iniciativas productivas que incorporen materiales y técnicas regionales.	-Interacción como parte de experiencias productivas generadas desde fundaciones y/o ONG -Inclusión del diseño como parte de las estrategias para el desarrollo de nuevos productos y una mayor inserción de la producción dentro del mercado.	-Interacción a partir de la inclusión de producción artesanal en las prendas. -Incorporación de producción artesanal como parte de la propuesta estética macro del diseñador, sin definir su modalidad productiva.	-Interacción limitada al interés del diseñador y al concepto de su colección. -Incorporación de la técnica artesanal como consecuencia de una búsqueda individual del diseñador en el marco de una colección puntual.	- Interacción como motor de la definición y el desarrollo integral del modelo de negocio. -Incorporación de la producción artesanal como elemento estructural de la identidad y modalidad de producción del emprendimiento.

Fuente: Díaz, 2018a.

Estas interacciones fueron creando diversas propuestas de experimentación productiva y de asesoramiento entre *diseñadoras-emprendedoras* y artesanas. Las diseñadoras se mostraron como gestoras intuitivas de sus iniciativas ligadas a las posibilidades de la alianza artesanía-diseño, permitiendo vincular el gesto de emprender con una oportunidad de crecimiento no sólo económico sino también holístico (Guerschman y Vargas, 2007; Vargas, 2013, Vargas y Viotti, 2013; Díaz 2018a, 2018b, 2021b). La relación de las diseñadoras con las artesanas indígenas se construyó como un acontecimiento iniciático que propició la “conexión” con aquellas comunidades que se nutren de los ritmos de la naturaleza y son fuente “genuina” de una sabiduría ancestral. Esta “conexión” posibilitó insuflar a los emprendimientos de una dimensión holística que involucró una valoración de lo cultural/patrimonial, como también de lo energético en relación con la búsqueda existencial y emocional de las diseñadoras.

Entonces, ¿Cuáles fueron las motivaciones que las acercaron a trabajar con comunidades de artesanas indígenas? Impulso, intuición y corazón. Las respuestas de las diseñadoras se ubicaron en el plano de lo emocional y el sentimiento, donde la sensibilidad

femenina y su “sexto sentido” las empoderó a seguir los impulsos de sus “corazonadas”. Así, la intuición operó como motor de la inspiración que las invitó a arriesgarse a trabajar junto a las artesanas indígenas de una manera sensible, vital y abierta a los imponderables de esta “aventura”. En esta dirección, las diseñadoras se presentaron como generadoras de acciones que involucran el reconocimiento de “lo argentino”, de “lo propio”, a fin de darlo a conocer a la sociedad y contribuir a una doble misión, su puesta en valor y su visibilización. Por ende, “lo nuestro” se planteó como una cultura ancestral, llena de riquezas, pero a su vez desconocida y oculta en escenarios geográficos alejados de los grandes centros urbanos del país. Las diseñadoras sostuvieron la necesidad de difundir la producción artesanal local como una forma de rescatar nuestras raíces y promover la creación de un puente entre lo rural y lo urbano.

Fue como un impulso sin pensarlo demasiado en cuanto a lo que iba a ser finalmente, no por no tener un criterio, si por esta cosa que te nace del corazón (...) a mí me genera una emoción especial hacerlo con grupos de artesanas, de productores del país que capaz no tienen el contacto que nosotros tenemos con el cliente al cual le vendemos.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Julio 2015.

Vi entonces una oportunidad con el chaguar sin tener ninguna certeza de nada. Así como jugar y probar, pero sobre todo con esta idea de poder hacer un desarrollo propio conectada un poco con ese sentimiento de visibilización de nuestro patrimonio (...) 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 (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Mayo de 2015.

Sin embargo, fue posible distinguir en el discurso de las emprendedoras un vaivén entre “nuestra cultura” como argentinos y una “cultura otra” ancestral que hay que darla a conocer y hacerla propia. En este recorrido simbólico estas propuestas aparecieron en el sector del diseño de indumentaria “de autora”, como una oportunidad para difundir nuestro patrimonio e incentivar el interés de la sociedad. Las *diseñadoras-emprendedoras* construyeron “lo nuestro”, por un lado, a través de la idea de recuperación de la producción artesanal como posibilidad para desarrollar una iniciativa creativa de diseño que las invitaba a visibilizar nuestro patrimonio, y por el otro, desde la sensación de estar en contacto con una comunidad indígena, cuya presencia las movilizaba y les daba “ganas de conocer”. Ellas se construyeron como portadoras de una cultura urbana receptiva, curiosa y en movimiento, desde la cual expandir la valoración de estas comunidades ancestrales y sus creaciones.

Aporta por un lado que es artesanal, es 100% artesanal, y por el otro, lo del hilado es bien argentino, es parte de nuestra cultura, de nuestra identidad.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Diciembre 2016.

Yo lo que pude conocer es una cosmovisión diferente. Hay otra forma de ver el mundo. Eso fue lo más fascinante.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Mayo 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 y yo podía estar caminando por ahí y nadie me miraba, a pesar de ser argentina para ellos era una gringa.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Junio 2015.

Las diseñadoras se presentaron como intermediarias válidas entre lo rural y lo urbano gracias a la intervención del diseño, impulsando una revalorización de la producción artesanal local y la utilización de fibras y tintes naturales como activos estratégicos en el desarrollo de sus iniciativas. En este sentido, la UNESCO (2005b, 2009) describió el ejercicio profesional del diseñador como una *intervención* en el sector de la artesanía, promoviendo la construcción de una relación entre diseñador-artesano en calidad de “socios creativos” que comparten la responsabilidad de trabajar juntos hacia un resultado específico. De esta manera, la producción artesanal indígena *resingularizada* (Kopytoff, 1991) en el contexto de la moda glocal se definió a partir de una asimilación celebratoria y armónica de sus técnicas y fibras naturales, asociándolas al valor de lo hecho a mano, los tintes naturales y la ancestralidad de sus procesos. Asimismo, se presentó al “otro” artesano/artesana como un sujeto vulnerable que necesitaba de la reivindicación y preservación externa de su producción y saberes. Entendiendo el carácter histórico y selectivo de esta *resingularización* la comunidad de artesanas se configuró a través de una doble referencia por parte de las *diseñadoras-emprendedoras* locales: la puesta en valor y la “tutela” de su patrimonio cultural. Esta doble referencia actualiza el interrogante que en los ochenta formuló García Canclini en relación con las culturas populares latinoamericanas en el capitalismo, definiéndolas como *resultado de una apropiación desigual del capital cultural, una elaboración propia de sus condiciones de vida y una interacción conflictiva con los sectores hegemónicos* (García Canclini, 1982:63):

¿Cómo entender nuestra historia actual si pensamos cuestiones claves como la incorporación al capitalismo de formas tradicionales de producción campesina (indígena) bajo la pregunta exclusivamente económica de si se trata de una articulación o una subsunción, si no incluimos como parte del conflicto la lucha por la hegemonía simbólica

o la relegamos despectivamente a las polémicas culturalistas entre el indigenismo y sus adversarios? (García Canclini, 1982: 57-58)

Considerando las disputas permanentes por el monopolio del *poder de consagración* (Bourdieu, 2014b) en el campo de la producción de los bienes simbólicos, las *diseñadoras-emprendedoras* sostuvieron un relato sobre la dimensión patrimonial de sus iniciativas de manera desproblematizada, amplificando el *discurso patrimonial autorizado* (Smith, 2011) en relación con la alianza artesanía-diseño. Es decir, las diseñadoras construyeron un relato anclado en el carácter inmutable y esencializado de la artesanía y sus imaginarios, en tanto patrimonio que “...debe ser transmitido al futuro sin ningún cambio, y que, por lo tanto, la “esencia” –o el supuesto significado inherente del patrimonio y del pasado, y la cultura que representa– no será cambiada ni desafiada.” (Smith, 2011: 43). De esta forma, se construyó un *espejo patrimonial* (Choay (2001), en Smith 2011) que obturó los procesos de selección realizados sobre el pasado, configurando una ilusión narcisista que impidió abordar la idea del patrimonio como un proceso cultural interesado en negociar, crear y recrear recuerdos, valores y significados culturales (Smith, 2011). Así, “necesitamos estudiar las artesanías como proceso y no como resultado, como productos en los que resuenan relaciones sociales y no como objetos ensimismados” (García Canclini, 1982: 77) dentro de la lógica capitalista contemporánea.

Por ende, “lo nuestro” se propuso como un marco legítimo desde el cual motorizar la relación y los imaginarios entre artesanía-diseño, capaz de promover escenarios coherentes para ligar a nivel productivo y afectivo lo rural y lo urbano. Recuperando la convivencia de estas dos aproximaciones de “lo nuestro” como lo propio y lo ancestral, fue posible reconocer las asociaciones que activaron estas diseñadoras. En ese sentido, expresaron una visión idealizada y estereotipada de las artesanas a partir de la definición de un relato que reforzó la idea de “conexión” con el paisaje y la “energía” de las comunidades (“ellos son genuinos”). Además, sostuvieron imaginarios armónicos y celebratorios en torno a la alianza artesanía-diseño, actualizando la dicotomía arte- artesanía, donde la lógica del dispositivo mítico de la cultura hegemónica continúa construyendo la artesanía de manera exótica, edulcorada y reservorio de la identidad nacional.

Partiendo de una visión holística de sus proyectos e iniciativas, estas *diseñadoras-emprendedoras* reconstruyen una trayectoria profesional ligada de manera profunda a sus replanteos internos y a la necesidad de “conectar” con la naturaleza. De hecho, el vínculo con las artesanas lo presentaron como un encuentro ya anunciado en el impulso que asumió su

historia y búsqueda personal, que en algunos casos se describió como una crisis existencial. Así, las diseñadoras expresaron que la vida les mostraba una señal para expandirse, empoderarse y ser genuinas con sus deseos de compromiso social y vocación creativa. Por lo tanto, caracterizaron este encuentro como una oportunidad para conectar con su verdadera esencia e incluso con sus memorias familiares relacionadas a oficios de costura y artesanía, y desde allí integrar sus diversos intereses bajo una misma iniciativa productiva.

Empiezo a tener la necesidad de conectarme con una cultura que esté más integrada a la naturaleza. Entonces ahí empiezo a viajar al norte y se me viene toda la imagen de que a esto le vamos a dar valor, esto va a ser algo. Empecé a sentir que había que ir por ese lado.

Diseñadora-emprendedora. Junio 2015.

Las diseñadoras sostuvieron un relato donde ellas operaban como “descubridoras” de las artesanas, reconociendo en esa comunidad los saberes ancestrales que les permitían dar un nuevo sentido a su vida personal y profesional (“este proyecto me llena”, “me toca el corazón”). Este encuentro se recreó como un periplo con distintas etapas y desafíos a superar (ya sea por las distancias geográficas, la falta de conectividad, las diferencias culturales, etc), desde el cual fue posible identificar una dimensión moral en estas emprendedoras. La reconstrucción de este periplo expresó el valor del sacrificio y el altruismo como parte intrínseca de la creación de estas experiencias⁵⁵. De este modo, se llevó a cabo una puesta en valor del “otro” artesano/a y de su producción a través de la idea de “tesoro escondido” que necesitaba ser develado mediante el fortalecimiento paulatino de un vínculo empático y afectivo con las comunidades indígenas. Por ende, la dimensión moral en estas *diseñadoras-emprendedoras* se desplegó a partir del compromiso social y ambiental asumido como motor de sus proyectos. Así, se apostó a un rescate de los oficios artesanales y de la materia prima local, en tanto valor asociado a los aportes que suman a la identidad y trazabilidad en los procesos productivos del diseño de indumentaria. En consecuencia, la consolidación de la interacción y la convivencia con miembros de la comunidad de artesanas fue presentada como hito fundamental impulsado gradualmente dentro de las trayectorias de estas diseñadoras.

⁵⁵ Como señala Quina: “El despliegue de ese recorrido como crecimiento empresarial implica el reconocimiento de un sacrificio de carácter individual, que acompaña y sostiene el ejercicio emprendedor. Pues ese camino supone postergaciones y esfuerzos no sólo económicos sino también personales y afectivos, con lo cual se involucran dimensiones que exceden la mera organización de una actividad laboral.” (Quina, 2020:10).

Este encuentro estuvo ligado al ejercicio del *poder de consagración* de las diseñadoras, poder que se configuró a partir del propio capital simbólico acumulado en el campo del diseño de indumentaria y del desarrollo de este espacio productivo en sintonía con los lineamientos de la moda sostenible. La energía social acumulada en esta dirección habilitó la configuración de una *reputación* positiva en la industria creativa de la moda y el diseño de indumentaria sobre las experiencias definidas por la interacción con las artesanas indígenas y la transustanciación de sus creaciones en calidad de piezas “únicas” y “auténticas” y sostenibles. Esta reputación giró alrededor de la importancia del rescate de los saberes tradicionales y las materias primas locales, posicionando a las artesanas como portadoras auténticas de nuestra identidad.

Estas diseñadoras se definieron por la incorporación de producción artesanal indígena como acción de posicionamiento y legitimación simbólica dentro del sector del diseño de indumentaria local y por una subjetividad holística que incluyó el aspecto emocional, moral y energético, como parte de la caracterización de sus dinámicas productivas. El *espíritu emprendedor* local asociado a la toma de decisiones creativas en contextos inestables e impredecibles, se singularizó en los emprendimientos de diseño de indumentaria ligados al sector artesanal indígena. Es decir, la flexibilidad, la adaptabilidad y la personalización de los lazos productivos propio del emprendedurismo creativo se redefinió en su interacción con las dinámicas de producción artesanal. El emprendimiento individual implicó no sólo una elección de un modo de organizar la propia actividad creativa, sino también una manera de alcanzar la realización personal donde el aspecto laboral se anudó a la dimensión del disfrute, el placer y la búsqueda de sentidos profundos para la propia existencia.

Construir lazos “genuinos” formó parte de las metas de estas *diseñadoras-emprendedoras* que trabajan con artesanas indígenas, a fin de construir una relación empática y de confianza con las comunidades. Las diseñadoras propusieron una alianza que excedió lo meramente productivo, incorporando la dimensión emocional y afectiva en clave de *vidas conectadas* (Zelizer, 2009). Así, la construcción de una relación con el lugar y su comunidad se tradujo en una oportunidad productiva en la medida que se estableció un vínculo personal y cercano, posibilitando la generación de un compromiso a largo plazo y la oportunidad de “contar una historia” a través de los productos. La consolidación de este tipo de interacción se expresó a través del desarrollo paulatino de una subjetividad compartida entre diseñadora y artesana, la cual se posicionó como valor fundamental a la hora de comprender las dinámicas productivas y las prácticas de valuación en estos emprendimientos.

En contraposición a los planteos de Callon (2008), para transformar un objeto en mercancía en este tipo de emprendimientos fue necesario profundizar los lazos entre las personas y las cosas. En este sentido, las *diseñadoras-emprendedoras* construyeron una intimidad y cotidianidad con las artesanas como parte de la definición de sus lazos a nivel productivo y personal. El desarrollo de un vínculo entre diseñadora y artesana fue concebido como una relación que rescata “lo humano” de manera compleja e integral, como valor clave en el fortalecimiento de emprendimientos estéticos y éticos. Una de las diseñadoras entrevistadas comentó:

Hay un vínculo de amistad que además integra el aspecto productivo, primero te vinculas, te importa cómo está el otro. Esto te lleva a un grado de compromiso y a involucrarte con el otro en otro nivel, que me parece que es lo más importante porque es en esa interacción que hay un crecimiento conjunto.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires) Julio 2015.

Las *diseñadoras-emprendedoras* expresaron la necesidad de construir dinámicas productivas en sintonía con la idiosincrasia de las comunidades, entendiendo que cada una de ellas presentan particularidades que son fundamentales a la hora de generar acuerdos sostenibles a largo plazo. Partiendo de este contexto, las diseñadoras señalaron que la modalidad y los tiempos de entrega se establecieron según el ritmo y las posibilidades productivas de las artesanas, considerando que la temporalidad interna de cada comunidad alberga saberes y una experticia que garantizan lo “bien hecho”. Así, las diseñadoras plantearon una coordinación de pedidos con las comunidades de manera mensual y/o permanente y en el caso que se necesite un encargo específico, el acuerdo de tiempos especiales de entrega.

Recuperando los planteos de Richard Sennett sobre la noción de artesanía y su potencial para el desarrollo humano en el contexto de la globalización, los autores Muñoz Miralles y Gonzalez-Esteban expresaron que: “... el valor que ofrece el enfoque de Sennett sobre la artesanía radica en que no se limita a definir una forma de actividad productiva, sino que propone un modelo formativo integral del ser humano, vinculándose así estrechamente a la noción de carácter” (Muñoz Miralles y Gonzalez-Esteban, 2017: 65). Desde la perspectiva de la ética empresarial, estos autores propusieron recuperar la formación artesanal, ligada a la práctica adiestrada, la continuidad en el tiempo, los valores de la cooperación y el aprendizaje ante los problemas, como una oportunidad para definir un modelo de empresa comprometido con los fines que le son propios y con la sociedad. Así, es posible distinguir en el reconocimiento

de los tiempos artesanales por parte de las *diseñadoras-emprendedoras* la expresión de una ética empresarial asociada a una nueva subjetividad profesional que apuesta a la sinergia estética/ética en el desarrollo de sus iniciativas productivas. Distintas *diseñadoras-emprendedoras* vinculadas a diferentes comunidades de artesanas indígenas del país señalaron:

Entonces, las artesanas van haciendo y me van mandando todo el tiempo. La idea es que ellas hagan... Además durante el verano hace mucho calor en Santiago del Estero y las que pueden no trabajar en el telar no lo hacen. Está el tema del clima y de la siesta también. Otros tiempos.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Diciembre 2016.

En Misiones el trabajo se entregó todo junto, se entregó de una manera muy lógica en tiempo y forma.; las chicas de Neuquén se extendieron bastante, y hoy estamos recibiendo productos de ellas y la colección está terminada. Tal vez eso sea un poco de tolerancia mía, que otro empresario no se lo bancaría, yo asumo el riesgo de trabajar de esta manera.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Julio 2015.

El primer pedido demoró un tiempo, por una cuestión que ellas tenían demandas por otro lado y la cuestión de fluidez de la comunicación. Entonces ahora yo sé que tengo que hacer el pedido con más tiempo.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Noviembre de 2017.

Las *diseñadoras-emprendedoras* expresaron la necesidad de stockear artesanía para lograr en un futuro pisos de producción que les permita consolidarse tanto en el mercado local como internacional de los bienes simbólicos locales. Además, plantearon la idea de profundizar en la búsqueda de artesanos/as expertos para incorporarlos como *proveedores estratégicos* a sus proyectos productivos. Para ello fueron generando diversas acciones, que les permitieron “mapear” las diferentes experiencias artesanales existentes en el país. Las diseñadoras llevaron adelante distintas acciones, tales como: el relevamiento de cooperativas y asociaciones a través de investigaciones realizadas por internet, la participación en eventos y ferias, los viajes al interior del país como parte de una búsqueda más vivencial, y la consulta a allegados, funcionarios y referentes ligados al sector artesanal. Así, estas estrategias formaron parte de los esfuerzos orientados a la profesionalización de sus iniciativas, desde las cuales avanzar gradualmente en la incorporación del cálculo, la percepción temporal del futuro como *habitus* propio de la economía capitalista.

Los parámetros de calidad fueron tratados de manera flexible por las *diseñadoras emprendedoras*, quienes aceptaron todo lo que llega desde las comunidades. Señalaron que tanto la coordinación de visitas periódicas a la comunidad como el contacto vía WhatsApp o redes sociales formaron parte de la modalidad de trabajo con las artesanas, posibilitando la

creación de momentos de intercambio orientados a la mejora constante de la producción artesanal. De este modo, se plantearon distintos aspectos a perfeccionar de manera gradual y consensuada como las terminaciones, la prolijidad y homogeneidad de los tejidos. Las diseñadoras construyeron la idea de una “mirada entrenada” que les permitía ver con otros ojos las piezas artesanales y percibir su potencial comercial. Entonces, ya sea por su propia historia familiar ligada al valor de los oficios o por su formación en las diversas ramas del diseño, esta mirada les facilitó generar acciones de manera intuitiva como oportunidad no sólo de mejorar la calidad y las morfologías de las artesanías, sino también de empoderar a las artesanas a través de la revalorización de sus saberes tradicionales y la materia prima local.

En relación con el diseño fue posible reconocer distintas capas de sentido que dialogan con el discurso celebratorio que sostienen las *diseñadoras-emprendedoras* sobre la alianza artesanía-diseño. De esta manera, se distinguieron dos líneas de acción: aquellas que intervienen en el diseño de la artesanía y aquellas que no lo hacen. Ambas modalidades de trabajo son dinámicas, pudiendo devenir una en otra. Si bien algunas de las diseñadoras construyeron un discurso alrededor del concepto de “exclusividad” y “autenticidad” en la medida que sus productos incorporan artesanías “únicas”, “hechas a mano”, elaboradas “libremente” desde la imaginación de las propias artesanas, otras hicieron hincapié en el carácter experimental como modalidad de trabajo que fomentó la inspiración de ambos actores en calidad de reciprocidad creativa. No obstante, existen otras diseñadoras que propusieron pedidos con mayores indicaciones y precisiones de tamaños y combinación de colores, recuperando las referencias presentes en los catálogos de productos de las cooperativas y asociaciones de artesanas.

Cada uno trabaja a su ritmo y en su casa. Para mantener y respetar eso tiene que haber uno que coordine al resto y pase la información. Al principio no sabían ni siquiera leer un patrón. Entonces yo preparaba cartitas con todo lo que era una urdimbre, color por color, con todo lo que tenían que hacer. Era difícil que entendieran los códigos. Hoy ya los entienden, porque son muchos años de trabajo.

Diseñadora emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Junio 2015.

La verdad es que nos adaptamos más nosotras a lo que ellas ofrecían como producto. Ellas tienen un buen surtido de productos en el catálogo, nosotras lo que hicimos fue elegir dos modelos de cesta y a esos dos modelos les pedimos que no hagan alguna cosa. En el caso del canasto chiquito redondo le pedimos que lo hagan sin manijas y en el otro caso les pedimos que tampoco le pongan correas que ellas suelen usar.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Noviembre 2017.

Dejo hacer libremente porque salen mucho más lindas las telas que sí les digo exactamente los colores que quiero (...) me di cuenta de que a la gente le gusta que el producto sea único. como las telas van cambiando todo el tiempo, las combinaciones son distintas y

casi todas las carteras son distintas, son únicas.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Diciembre 2016.

Yo me siento a trabajar con ellas en el telar y aprendo, y voy viendo y voy diciendo esto me gusta, esto no, esto quiero así, pongamos más hilo, menos hilo... es experimental, siempre hay algo en la cabeza que me inspira (...) Es un ida y vuelta, yo las desafío con cosas nuevas, es un *feedback* permanente con las tejedoras.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Septiembre 2017.

Las *diseñadoras-emprendedoras* reconocieron entre el diseño de las artesanas y el que ellas aportan a la hora de generar sus productos, considerando su diseño como un valor agregado que permitió resignificar las morfologías y posibles contextos de uso y circulación de la producción artesanal. Esta incorporación del diseño fue presentada como una posibilidad de revalorizar la producción artesanal autóctona y “contar una historia” (*storytelling*) con identidad local, capaz de construir un puente entre lo rural y lo urbano con el sello innovador de la diseñadora. Así, a través de cada producto se propuso compartir una historia de vida, destacándose el potencial de los saberes y los tiempos de lo hecho a mano, del que trabaja amando lo que hace. Las diseñadoras percibieron en la actualización del diseño artesanal una oportunidad para dar respuestas a las nuevas demandas del mercado glocal y las dinámicas de consumo contemporáneas, ligadas al impulso del binomio estética/ética y al desarrollo sostenible. En este sentido, la publicidad se centró en la definición de un universo posible de uso de las prendas y accesorios asociada a ciertos contextos urbanos y rurales, donde la experiencia con las fibras naturales abría a una conexión con vivencias idealmente sanas y tranquilas (Véase imágenes 9 y 10). Por ende, se proyectaron los valores de la sostenibilidad hacia un futuro usuario urbano, detallando ciertas dimensiones de la materia prima y la identidad local. Además, algunas diseñadoras mostraron parte de los procesos artesanales, la vida cotidiana y los paisajes de los pueblos en sus redes sociales, reconstruyendo la “historia detrás del producto”.

Imagen 9. Publicidad de emprendimiento de carteras y accesorios



Fuente: Facebook, 2019

Imagen 10. Publicidad de emprendimiento de indumentaria



Fuente: Facebook, 2018

Las *diseñadoras-emprendedoras* plantearon que el acuerdo de precios fue consensuado acorde a los lineamientos del *comercio justo*⁵⁶, expresando la necesidad de superar la lógica del regateo y la colocación del precio “a ojo” presentes en el sector artesanal. De este modo, se

⁵⁶ El comercio justo es la única red comercial organizada a nivel internacional que fomenta un desarrollo sostenible, ofreciendo condiciones de comercio que aseguren los derechos de los pequeños productores y trabajadores marginados. (comerciojusto.org, 2019)

mostraron flexibles y atentas a los acuerdos alcanzados por las artesanas, ya sea cuando participan en cooperativas o por fuera de estas estructuras organizativas. En ambos casos, manifestaron “pagar lo que ellas piden”, siguiendo su lista de precios o como acuerdo de palabra. Así, en la medida que las artesanas formaron parte de procesos de organización y asimilación de la “lógica de pedido”, el precio fue el resultado de las experiencias de consenso colectivo desarrolladas por las cooperativas y asociaciones artesanales, generalmente acompañadas por ONG y fundaciones.

No obstante, cuando las diseñadoras entraron en contacto con las artesanas que se organizan por fuera de esta lógica, el precio conjugó no sólo el reconocimiento de los procesos involucrados en la producción de la artesanía, sino también los lazos empáticos y afectivos construidos a largo plazo. El desarrollo de un lazo empático se presentó como enclave simbólico fundamental a la hora de llevar adelante la definición de los procesos de valuación de la producción artesanal, donde las diseñadoras tendieron a compensar los bajos precios que colocan las artesanas, a través de un “plus” monetario que reforzaba el compromiso entre ambas partes.

El precio me lo pasan las artesanas, me pasan un catálogo, yo ahí en el precio no me meto, lo que me dicen yo lo pago.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Julio 2017.

La parte de los precios es la más difícil. Entonces por un lado se le paga al artesano lo que te pide, pero el investigar me llevó a darme cuenta de que los precios estaban devaluados. Por eso se le paga un poco más de lo que me pide.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Julio 2015.

Cuando yo las conocí me fueron diciendo más o menos un precio y también los mismos grupos con los que trabajo, trabajan con un grupo de una iglesia de acá de San Isidro. Ellas tienen un precio acordado con este grupo, pero les pagan por pieza. Cada producto tiene un precio. Lo que yo hice fue hacer un precio por metro porque a mí me mandan lastelas como si fueran rollos. Yo pago todo igual.

Diseñadora-emprendedora (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Diciembre 2016.

Las diseñadoras señalaron que, si bien la definición de los precios de sus prendas y accesorios no refleja la estructura de costos de sus emprendimientos, el potencial económico y simbólico de sus iniciativas las alentó a seguir apostando a la alianza artesanía-diseño, como parte de sus búsquedas holísticas. Esta alianza a pesar de no ser completamente rentable desde el comienzo se construyó como una pérdida genuina, donde ser paciente resultó fundamental a la hora de ir construyendo la legitimidad de estas propuestas productivas y sus emprendedoras.

Con relación al reconocimiento de los aportes creativos de las artesanas, las *diseñadoras-emprendedoras* se presentaron como legítimas portavoces de estas experiencias, ejerciendo el *poder de consagración* sobre la producción artesanal indígena. Por ende, han asumido un rol protagónico a la hora de contar la historia del emprendimiento (*storytelling*) y construir un discurso sintético/selectivo en clave de *esencialismo verde* (Carenzo y Trentini, 2014), sobre la identidad de los distintos actores que forman parte de la cadena de valor. También expresaron que en cada etiqueta de sus productos se detalla: la historia de la marca, la materia prima, el nombre del artesano/a y la denominación de origen, definiendo de esta manera la retribución simbólica generada a partir de la alianza artesanía-diseño. Estas historias quedaron cristalizadas y se pusieron en circulación desde distintas notas periodísticas realizadas por diarios locales e investigaciones dirigidas por instituciones estatales, a partir de las cuales fue posible reconstruir sus trayectorias personales y profesionales.

A mis ideas y deseos, se sumaron las experiencias de vida de mi familia, las enseñanzas de mi mamá y mi abuela. Viviendo en zonas alejadas me sentí identificada en muchos aspectos con las comunidades campesinas y su esencia bien latinoamericana. Todo eso me llevó a buscar el equilibrio entre mis ambiciones personales y profesionales, destacó Patricia. (Resignificar la forma de vestir de la mujer, 2013, *Emprender*)

La diseñadora le pone el cuerpo al emprendimiento y suele recorrer los más de mil kilómetros que separan a Buenos Aires de Santiago del Estero con “felicidad”. Allí, las teleras realizan los procesos de esquilado, hilado, lavado y teñido de la fibra de lana. “Cada cartera y accesorio está constituido por tejidos únicos e irrepetibles, describe la diseñadora. (Ministerio de Cultura de la Nación, 2014)

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

Si bien a nivel internacional el eje de los Derechos de propiedad intelectual e Industrial y la protección de las creaciones colectivas ha tomado relevancia a partir de las denuncias emitidas por las artesanas indígenas en México a diseñadores y marcas extranjeras que han plagiado sus motivos tradicionales⁵⁷, esta dimensión carece de una discusión profunda a nivel local. En Argentina predomina una aproximación celebratoria ligada al valor social del diseño con poblaciones vulnerables y a una subjetividad profesional atravesada por búsquedas

⁵⁷ El escándalo encabezado por la diseñadora francesa Isabel Marant instaló este problema en la agenda global de la industria de la moda. La diseñadora fue responsable del plagio de elementos y patrones gráficos de una blusa tradicional oaxaqueña de la comunidad indígena de Santa María Tlahuitoltepec, los cuales estuvieron expuestos en su colección primavera-verano 2015.

existenciales y altruistas (Díaz 2018a, 2018b, 2021b). Por ende, las diseñadoras se presentaron siguiendo su intuición, sus corazonadas y el anhelo de “conectar” con la energía de aquellas comunidades integradas a lostiempos de la naturaleza. El encuentro con las comunidades de artesanas y su entorno se abrió no sólo como una experiencia productiva desde la cual llevar adelante una puesta en valor de la artesanía local sino también como una oportunidad que les permitía conectarse con su verdadero propósito en la vida y las volvía a unir con su esencia.

De esta manera, estas *diseñadoras-emprendedoras* se fueron definiendo y posicionando en el sector del diseño de indumentaria incorporando producción artesanal de comunidades indígenas como estrategia de legitimación simbólica de sus experiencias productivas, y otras ideas de acción que suponen una noción de subjetividad holística, emocional y energética en la definición de su *habitus* profesional. Así, el rescate de lo humano se conectó con el placer y el goce personal que genera vivir de lo que a uno le gusta, la búsqueda de sentidos vitales para la existencia, la memoria emotiva familiar que resurge como trayectoria creativa personal más amplia y cierto sentido visionario/intuitivo acerca de la oportunidad que abría la incorporación de producción artesanal en sus iniciativas de diseño.

Resulta fundamental para avanzar en el estudio de la construcción colectiva de valor de la producción artesanal en su vinculación con el sector del diseño de indumentaria, analizar las disputas por el monopolio de *poder de consagración* en tanto contienda permanente donde se define su valor y *universo de creencias*. En este sentido, en el próximo apartado profundicé sobre la construcción de la alianza artesanía-diseño como binomio virtuoso en tanto *creencia* sostenida y disputada colectivamente, detallando el rol clave de la prensa, las instituciones y los colectivos de profesionales ligados a la consolidación glocal de una moda sostenible.

III.2. La prensa, las instituciones y los colectivos de profesionales en el debate de la moda sostenible y la alianza artesanía-diseño como valor

Indagar sobre la construcción colectiva de valor de la alianza artesanía-diseño, implicó reconocer el rol clave de las intermediaciones simbólicas que junto a la actuación de los productores específicos configuraron un *universo de creencias* sobre esta alianza dentro del

sector del diseño de indumentaria. La prensa local ha cumplido un rol fundamental en las instancias de consagración, reconocimiento, legitimación y creciente autonomía que asumió el el sector denominado “diseño de autor” a partir del año 2001, en tanto procesos de intermediación simbólica que permiten interpretar el agregado de diseño en los productos como “valor”. En esta dirección, impulsó la difusión y posicionamiento de la vinculación entre diseñadoras-emprendedoras y artesanas indígenas como una oportunidad productiva ligada a lo hecho a mano y la utilización de materiales autóctonos. Esta vinculación permitió a su vez definir desde la prensa la versión nacional de una moda ética, bajo las denominaciones de “ecomoda”, “moda sustentable”, “slowfashion”, entre otras.

A partir del año 2003 se destacan las notas generadas desde el suplemento “Moda y Belleza” y las secciones “lifestyle”, “Economía” y “Sociedad” del diario *La Nación* sobre el potencial de la “moda sustentable”⁵⁸, en tanto mercado glocal que, apuesta al buen diseño, la exclusividad, y el cuidado del medio ambiente. En la nota periodística “Hecho a mano” del 29 de mayo de 2003⁵⁹, la periodista expresó la puesta en valor de las artesanías y la materia prima autóctona desde el campo de la moda, señalando que “no habrá que disfrazarse de telúrico para llevarlos”. Impulsadas por las diseñadoras e intermediarios, las artesanías se presentaron con un potencial para el desarrollo tanto del mercado interno en la medida que se reconocía el valor de los “productos hechos acá”, como del mercado internacional donde el consumidor buscaba una alternativa a los productos industrializados.

Asimismo, desde el diario *La Nación* se fue creando de manera gradual el valor de la “ecomoda” o “moda sustentable” a partir del reconocimiento de ciertas experiencias y trayectorias particulares dentro del campo de la moda local. A través de diversas notas se fue legitimando el desarrollo de un “espíritu emprendedor” con conciencia ambiental, basado en el cuidado del planeta, el comercio justo y el consumo ético. También el diario fue impulsando este nuevo paradigma caracterizado por el accionar de ciertas *diseñadoras-emprendedoras* en la difusión del binomio estética-ética. De este modo, seleccionaron y presentaron una serie de emprendimientos e historias de vida como experiencias ejemplares y pioneras en el fortalecimiento de una “moda sustentable” nacional, generando listados de marcas en las que

⁵⁸ Trabajé con un corpus digital de 54 notas publicadas por el diario *La Nación* entre los años 2002 y 2019.

⁵⁹ Fuente: MORENO, S. (29 de mayo de 2003), Hecho a mano. Lejos de los clichés y cerca de las tendencias, diseñadoras y artesanos trabajan materiales autóctonos en ropa y accesorios, *La Nación*, suplemento de Moda y Belleza.

participaron académicos y analistas nacionales e internacionales, especialistas en tendencias de moda y miembros de fundaciones dedicadas a la difusión de la sostenibilidad en nuestro país.

El binomio estética-ética se fue definiendo desde el diario *La Nación* a partir de nodos de sentidos específicos, que amplificaron la identidad del diseño de indumentaria local de manera compleja. Así, se caracterizó este espacio productivo en su adscripción a los valores de la sostenibilidad, por: a.) el compromiso social y ambiental con toda la cadena de valor, b.) el rol fundamental en la implementación de los principios del comercio justo, c.) la utilización de fibras autóctonas y el impulso de las economías regionales, d.) el uso de tintes naturales y la recuperación de diversas técnicas artesanales locales en clave del nuevo lujo, e.) la creación de colecciones atemporales (“no season”) que permitan desacelerar la lógica del fast fashion y propiciar el surgimiento de un consumidor consciente y una moda lenta (*slow fashion*), f.) el desarrollo de la creatividad mediante la experimentación de la Regla de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar) que abre la posibilidad de volver a pensar el ciclo de vida de las prendas, g.) la recuperación del oficio y lo hecho a mano como parte del legado familiar y emocional de las emprendedoras.

“Nos inspiramos en reflotar las economías regionales porque vimos que la industria textil podía tener una nueva oportunidad. Trabajamos directamente con los productores...con la idea de no salir del “eje Sur-Sur”, contó Gotelli (Subiza, 2011, *La Nación*)

La creadora de Manto Abrigos admite que un objeto producido en forma artesanal tiene alma, se puede leer quién lo realizó; “no hay dos iguales, habla del hombre, de nuestra existencia, cuenta historias, nos llama a la reflexión, a tener tiempo. El nuevo lujo es la otra cara del consumo inconsciente. Lujo es nuestro planeta, nuestros recursos, nuestra naturaleza, nuestra cultura. Lujo es recordar quienes somos.” (Vitale, 2016, *La Nación*)

Mientras que la industria de la moda globalizada insiste con el imperativo del fast fashion, su marca persiste en la filosofía *slow*: “Se trata de utilizar la artesanía desde un punto de vista cien por ciento contemporáneo” aclara la diseñadora. (Maurello, 2017, *La Nación*)

Jessica es diseñadora de indumentaria *slow fashion*, una corriente que replantea la producción, el consumo y la acumulación de ropa. Moda con conciencia ecologista o cómo realizar un vestido de novia con 500 sachets de leche. (Maidana, 2017, *La Nación*)

En Cosecha Vintage, diseña y fabrica prendas con *scrap* (descarte), medias de nylon y fibras naturales... “Empecé hace muchos años, desde chica. En mi casa hacía corte y confección, veía a mi mamá y a mi abuela. Esto de ser sustentable tiene mucho que ver con mi historia”, explicó Gougy. (la firma de diseño pionera de la moda sostenible local, 2018, *La Nación*)

Asimismo, *La Nación* planteó el resurgir de los artesanos, que a través de las máquinas e Internet logran posicionarse en el mercado y definir una alternativa local de productos “naturales” y “hechos 100% con amor”. La revalorización del trabajo artesanal se presentó como una oportunidad de “resiliencia” social, cultural y ambiental, que cultiva estados de calma, concentración y disfrute asociado al valor de lo “bien hecho”. Así, esta emergencia de lo artesanal en un sentido amplio se visibilizó como parte del contexto de aquellas *diseñadoras-emprendedoras* que apostaron a definir experiencias productivas desde los conceptos del *slow fashion* y el *lujo sustentable*. Considerando la repercusión glocal del colapso del edificio textil Rana Plaza en Bangladesh, se recuperó la búsqueda de estas diseñadoras en relación con su compromiso con distintas comunidades vulneradas, con las que trabajan ya sea en la reutilización de materiales de descarte o en el fortalecimiento de sus técnicas y saberes tradicionales.

Además, desde *La Nación* se remarcó la proyección internacional del diseño de indumentaria con conciencia ecológica a través tanto de la participación de las diseñadoras en desfiles ligados a la moda sustentable como del reconocimiento de las fibras naturales locales y los saberes artesanales tradicionales en calidad de expresiones genuinas de “lo nuestro”. A su vez, se presentó el desafío que implica ingresar al nuevo mercado de lujo de bienes simbólicos y al comercio justo, acorde a las exigencias del cliente urbano y del consumo ético. El diario describió los bienes de lujo como parte de los nuevos consumos a nivel regional e internacional, entendiendo su “rol pedagógico” en la educación de las futuras elecciones de sus lectores. Como parte de las enseñanzas “ecofriendly”, este diario reconoció los cambios en el estilo de vida de aquellos que veranean en “Punta” (Uruguay), caracterizados por sus búsquedas en torno al placer que genera el uso de fibras naturales y el cuidado del medio ambiente. De esta manera, la “ecomoda” se presentó como una oportunidad para sus lectores, quienes son “inspirados” no sólo a través de las historias de cada una de las *diseñadoras-emprendedoras* que difunde, sino también a través de los replanteos en los hábitos de consumo que expresan las celebridades en dirección al nuevo lujo.

El próximo desafío es la exportación. “Vamos a apuntar a un mercado de lujo sustentable, en donde el consumidor además de tener un producto de primera calidad sea consciente de su contribución directa a una de las regiones más pobres del país”, concluye Arostegui [gerente general de la hilandería] (Urdinez, 2016, *La Nación*)

La familia dueña de Estée Lauder, Carolina Herrera, Mario Testino, Oskar Metsavaht- y las firmas de lujo se instalan en las vidrieras del balneario uruguayo ... Este verano, la conversación se concentró más que nunca en el concepto de moda ética, impulsado por

Por otra parte, a través de las secciones “Sociedad”, “Ecología”, “Entremujeres”, “Rural”, “Ciudades” y “Opinión”, desde el diario *Clarín*⁶⁰ se fue construyendo el avance del “diseño sustentable” local a partir de la participación de ciertas iniciativas en ferias, desfiles, sesiones de tendencias y museos, como espacios que paulatinamente expandieron la vidriera de los productos caracterizados por el binomio estética-ética. Así, la elección de materiales ecológicos, la reutilización del descarte siguiendo la regla de las 3R y el impulso de un diseño de triple impacto es decir económico, social y ambiental, se presentó como parte de la identidad de una generación de jóvenes diseñadores que “apuestan” a las fibras naturales como expresión del retorno “a los orígenes” o al *upcycling* en la definición de sus prendas⁶¹. Si bien desde el diario se reconoció la trayectoria de marcas y diseñadoras pioneras que implementaron estrategias de cuidado de manera intuitiva, se señaló el papel fundamental de la juventud en la consolidación de la “moda lenta” nacional. En este recorrido, el diario recuperó también las acciones llevadas adelante por grandes marcas internacionales, las cuales comenzaron a incorporar materiales biodegradables en la confección de sus prendas.

El “boom de la sustentabilidad”, como lo expresó la directora del BAFWeek en una de las notas del diario *Clarín* del año 2017⁶², invitó a diseñadores, marcas y consumidores a sumarse y lograr el “efecto contagio” en toda la comunidad. A través de distintas notas las voces de especialistas y académicos construyeron el valor del nuevo lujo basado en la sustentabilidad y el consumo consciente. Así “con piezas que reflejan contemporaneidad y sofisticación, los diseñadores apuestan al concepto de lujo simple, sustentable y natural”⁶³, que a su vez les permitió proyectar un consumidor “empoderado” en términos de responsabilidad social y ambiental⁶⁴. El consumo consciente se va consolidando como parte de los ejes fundamentales del diario, en tanto práctica que atraviesa a toda la ciudadanía, incluso a la élite mundial. Como se señala en una de las notas “La reutilización es el modelo más sostenible como consumidora

⁶⁰ Trabajé con un corpus digital de 32 notas publicadas por el diario *Clarín* entre los años 2006 y 2019.

⁶¹ Los diseñadores argentinos que apuestan a las fibras naturales (7 de julio de 2018), diario *Clarín*, sección “Sociedad”.

⁶² Sustentabilidad económica, social y ecológica son los ejes de las nuevas colecciones de moda (30 de octubre de 2017), diario *Clarín*.

⁶³ Los diseñadores argentinos que apuestan a las fibras naturales (7 de julio de 2018), diario *Clarín*, sección Sociedad.

⁶⁴ Sustentable, genderless y slow fashion: manifiesto artístico contra las tendencias de moda (14 de mayo de 2019), diario *Clarín*, sección Entremujeres

para sumarte al cambio. Mujeres referentes como Michelle Obama o Máxima Zorreguieta son abanderadas de la reutilización de las prendas de lujo”⁶⁵.

¿Cómo puedo sumarme al cambio? Por muchas propuestas que el mercado genere el que tiene la última palabra es el consumidor, quien es -en realidad- actualmente la clave del éxito del lujo sustentable como modelo de consumo responsable, que se basa en las compras éticas, centradas en el precio justo. (Lujo sustentable: la tendencia que siguen Michelle Obama y Máxima Zorreguieta, 2016, *Clarín*)

El consumo consciente se pone en el centro de la escena de la exposición, para permitirse reflexionar sobre el impacto social, y ambiental, del ¿simple? hecho de vestirse: ¿qué ropa elegimos comprar? ¿Quién, al fin y al cabo, termina pagando “lo barato” de esas ofertas increíbles? (Sustentable, genderless y slow fashion: manifiesto artístico contra las tendencias de moda, diario, 2019, *Clarín*)

Asimismo, el impulso de las materias primas locales como parte del desarrollo sostenible local se configuró como parte del surgimiento de un nuevo mercado de “lujo sostenible” regional que revalorizó el valor cultural de los saberes artesanales y ecológicos de las fibras naturales⁶⁶. La consolidación de este mercado, acompañado por las políticas públicas nacionales, se presentó como potencial en la medida que permite generar productos de exportación y empleo en las economías regionales⁶⁷, que posibilitaron configurar un mapa de emprendimientos sustentables en tanto lujo legítimo que motoriza los mercados glociales de bienes simbólicos.

En medio de la locura de la moda, en la que la ropa parece ser descartable, hay diseñadores que apuestan a las materias primas consideradas finas, muy valoradas en el mercado internacional. Si bien los textiles tecnológicos e inteligentes deslumbran, hay una vuelta a lo natural. (Los diseñadores argentinos que apuestan a las fibras naturales 2018, *Clarín*)

“Hemos identificado la aparición de un nuevo mercado de ‘lujo sostenible’, donde personas con sus necesidades básicas satisfechas que tienen la necesidad de sentirse distintos, de consumir productos mejores desde el punto de vista de la nutrición o del confort, y al mismo tiempo tener tranquilidad de conciencia de que está ayudando a otros y a preservar o mejorar el medio ambiente; y ahí es donde vemos una oportunidad para toda la región”, resaltó Baraño. (El bambú, el lujo sostenible y un amplio abanico de posibilidades de desarrollo, 2019, *Clarín*)

⁶⁵ Lujo sustentable: la tendencia que siguen Obama y Máxima Zorreguieta (15 de septiembre de 2016), diario *Clarín*, sección “Entremujeres”.

⁶⁶ Los diseñadores argentinos que apuestan a las fibras naturales (7 de julio 2018), diario *Clarín*, sección “Sociedad”

⁶⁷ El bambú, el lujo sostenible y un amplio abanico de posibilidades de desarrollo (24 de agosto de 2019), diario *Clarín*, sección “Rural”

Desde la sección “sociedad” y los suplementos “Las12” y “m2”, el diario *Página 12*⁶⁸ también ha visibilizado la moda sustentable a través de distintas experiencias dedicadas a las fibras naturales, el *upcycling*, la artesanía, y el *craftivismo*⁶⁹. En tanto experiencias caracterizadas como iniciativas saludables, sostenibles y responsables, el diario difundió los aportes de periodistas especializados y académicos que plantearon la crisis del consumismo del siglo XX y el desarrollo de una “nueva ideología basada en la sustentabilidad y la ética”. Además, se sostuvo una visión holística de los productos de diseño sustentable donde la imaginación de los diseñadores y el valor de lo hecho a mano hicieron posible cargar de “energía” a los objetos y manifestar su poder “sanador”⁷⁰. El diario recuperó la trayectoria de ciertas diseñadoras pioneras en el uso de fibras naturales como de aquellas que las impulsaron para definir la identidad de sus colecciones. Este diario presentó en algunas de sus notas periodísticas las acciones llevadas adelante desde el Estado para consolidar las artesanías textiles argentinas en el marco del “boom del telar”⁷¹ y el binomio artesanía-diseño en el mercado de los bienes simbólicos ligados al nuevo lujo.

Pero si la moda es mucho más que ropa y el cuidado ambiental no es sólo una moda, la tendencia a un nuevo diseño sustentable implica la posibilidad de pequeños cambios de producción y de hábitos que conserven la alegría de una remera nueva, pero no la contaminación que provoca el desborde de consumo desechable en la próxima temporada otoño-invierno (Peker, 2012, *Página 12*).

“El nuevo lujo es la limpieza en cuanto a los sistemas de producción. Tener una prenda éticamente buena. Parece disparatado, pero va a avanzar el siglo y vamos a tener que adaptarnos a este nuevo discurso... [entrevista a Susana Saulquin]” (Santoro, 2014, *Página 12*)

A través la página web *La moda en serio*⁷² se profundizó el abordaje de la moda sustentable nacional desde sus notas periodísticas dedicadas a la difusión de la alianza artesanía-diseño, al impulso de las fibras naturales y al rescate de los saberes artesanales tradicionales de cada región. Por otra parte, se introdujo una temática que resultó fundamental en el escenario local de la moda sustentable: la cestería tradicional argentina. Recuperando las crónicas sobre

⁶⁸ Trabajé con un corpus digital de 20 notas publicadas por el diario *Página 12* entre los años 2006 y 2019.

⁶⁹ La escritora Betsy Greer acuñó el término «craftivism» en 2003 para definir una actitud ética y una forma de activismo que se ejerce mediante lo hecho a mano. (Pelta, 2012).

⁷⁰ Desde el alma (1 de abril de 2017), diario *Página 12*, suplemento “m2”

⁷¹ Fuente: CAMBARIERE, L. (29 de agosto de 2015), “Textiles a mano. Las jornadas Nacionales de Reflexión sobre Artesanías Textiles de Argentina”, diario *Página 12*, suplemento m2.

⁷² Trabajé con un corpus digital de 10 notas publicadas por la plataforma *La moda en serio*, entre los años 2015 y 2019.

el “boom” de los capazos de la edición española de la revista *Vogue*⁷³, desde la plataforma se presentó la diversidad de comunidades, técnicas, estilos y materiales implicados en la elaboración de la cestería argentina, y su tendencia en los mercados contemporáneos.

Desde el año 2010 diversas instituciones públicas y privadas han generado paulatinamente publicaciones, eventos, y muestras dedicadas a la caracterización del diseño de indumentaria nacional en su vinculación con el desarrollo sostenible. En esta dirección, se destacaron las tempranas ediciones del *Observatorio de Tendencias del Instituto Nacional de Tecnología Nacional* (OdtINTI) en alianza con otros espacios de investigación, que permitieron definir gradualmente el estudio específico sobre la configuración de un diseño de indumentaria local. Así, a partir de la publicación de libros⁷⁴, sumado a las conferencias y jornadas de actualización, el OdtINTI ha reflexionado sobre la identidad del diseño de indumentaria argentino en tanto experiencia productiva federal caracterizada por la “... potencialidad creativa, emotiva y significativa de los hechos que dan lugar a la creación de las prendas” (Acosta, 2013: 63). La búsqueda de prácticas sostenibles se presentó como un desafío a largo plazo desde el cual construir un mercado que responda a “...nuestros propios paradigmas de diseño y nuestras propias herramientas” (Acosta, 2013:68).

Por otra parte, resultó significativo el accionar del *Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires* (MALBA), el *Museo de la Historia del Traje* (MHT, Ministerio de Cultura de la Nación) y la Fundación PROA en el reconocimiento del diseño de indumentaria argentino en clave de desarrollo sostenible. En este recorrido, se destacaron: a.) la muestra “Moda con identidad criolla” presentada por *Malba.diseña* en el año 2006 (malba, 2006) y las diversas conferencias, ciclo de charlas, presentaciones de libros y exhibiciones llevadas adelante en la tienda del museo en relación con la configuración de un “diseño social” nacional, en vinculación con los saberes tradicionales y el potencial de la alianza artesanía-diseño⁷⁵, b.) las exhibiciones, actividades y desfiles organizados por el MHT sobre la trayectoria del diseño argentino, destacándose la gesta de las “pioneras” del sector, la puesta en valor de los saberes

⁷³ Véase: Casero, 2016, 2017; Pérez Méndez, 2017, 2018, 2019; Moreno, 2018; Marina, 2019; Phillips, 2019.

⁷⁴ Se destacan: *Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina* (Marino et al, 2010, 2011, 2013, 2014; Marre et al. 2017), *Las cosas del quehacer* (Mon et al., 2011), *INTI Mapa de Diseño 101 diseñadores de autor* (Mon et al, 2013), *El diseño posible. Paradigmas, mercado e identidad de indumentaria y textil en Argentina* (Mon et al, 2015), los cuatro números de *Tópicos 2025. El futuro de la moda* (Mon, 2016a, 2016b, 2016c, 2016d).

⁷⁵ Se desarrollaron las siguientes actividades: el Seminario “Mi norte es el sur” con la participación de Luján Cambariere y Mariana Rapoport (10/11/2014), la Conferencia “El ADN al Sur. Una mirada antropológica al diseño” (10/04/2017), la presentación de la colección de Artesanía & Diseño “Saber hacer, hacer saber” en el Malba Tienda (11/10/2018) y de la marca *Somos Fibras* generada por el área INTA DISEÑA (30/08/2018).

artesanales y las prácticas de reciclado⁷⁶, c.) la muestra “Diseño en acción. Intersecciones contemporáneas” propuesta por la Fundación PROA en el año 2019, donde se llevó a cabo una selección de diversos proyectos en relación con los ejes de sustentabilidad, nuevas tecnologías, el consumo consciente y la confrontación del binarismo⁷⁷.

Por lo tanto, los museos y fundaciones fueron generando mediante sus propuestas curatoriales y actividades un discurso sobre el diseño de indumentaria argentino como parte de un proceso histórico que se inició a partir de las “exploraciones pioneras” de las diseñadoras Frild Loos, Medora Manero y Mary Tapia, en las décadas del cincuenta y sesenta y que se continúa en el presente a través de las distintas iniciativas llevadas adelante por diseñadores/as locales. Así, se construyó una continuidad histórica entre las experiencias de estas diseñadoras pioneras que “... incorporaron identidad a sus diseños a través del uso de textiles, accesorios y elementos rituales de los pueblos originarios” (MHT, 2017) y las distintas iniciativas de diseño de indumentaria definidas por la utilización de materias primas y técnicas artesanales autóctonas, la regla de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar) y el desarrollo de una moda lenta.

Asimismo, resultó relevante el surgimiento de la corriente *La Tapia* puesta en marcha por un colectivo de cuarenta profesionales aunando en una misma propuesta a diseñadores, fotógrafos, politólogos, sociólogos, gestores culturales y artesanos de todo el país, bajo los valores de “la soberanía estética, la defensa de la industria nacional, la inclusión y el trabajo digno” (La gaceta, 2014)⁷⁸. Este colectivo creado a fines del año 2013 recuperó a la diseñadora Mary Tapia como una figura inspiradora al “... reconocer, reivindicar y apostar a la identidad y que el diseño no es lo que se copia y se ve afuera, sino lo que llevamos dentro” (La gaceta, 2014)⁷⁹ (Véase Imagen11). Si bien esta iniciativa no prosperó en el tiempo, permaneciendo activa entre los años 2013 y 2017, su configuración sintetizó los sentidos disputados en relación con el valor de la moda y el diseño de indumentaria nacional, como parte de las estrategias de consolidación de una “Corriente Nacional y popular de la moda, el diseño y la artesanía”⁸⁰.

⁷⁶ Se llevaron adelante las siguientes muestras: “Pioneras del diseño argentino” (2017); muestra “Íntima, Mary Tapia”. Relatos sobre su vida, obra y legado (2018); “Juana de Arco, 20 años” (2018-2019); “Hilos que fluyen, agua que enlaza. Piezas textiles y prendas de la región Guaraní” (2018/2019) y “Randa Testigo” (2020/2021). Además, se realizó el primer desfile de “Moda reciclada de autor de Argentina” organizado el 19 de marzo del año 2018 por el proyecto *Positive Label*.

⁷⁷ Fuente: Sustentable, genderless y slow fashion: manifiesto artístico contra las tendencias de moda (14 de mayo de 2019), diario *Clarín*, sección Entremujeres.

⁷⁸ Testimonio de Laureano Mon, integrante del Observatorio de Tendencias del INTI. Fuente: La gaceta. 2014

⁷⁹ Testimonio de la diseñadora tucumana Lorena Sosa, miembro de *La Tapia*: Fuente: *idem*

⁸⁰ Recupero la creación del *Movimiento Textil Argentino* en marzo del año 2021 como un resurgimiento de los lineamientos de *La Tapia*, desde el cual se propone nuclear y unificar al sector textil en clave federal y en una

De esta manera, esta corriente que reconoció a “Mary Tapia como diseñadora, compañera y defensora de la identidad de Argentina y de América Latina”, planteó diez principios como manifiesto contemporáneo sobre la soberanía cultural en tiempos de globalización. Estos principios fueron plasmados a través de los siguientes ejes: 1) Soberanía estética, 2) Identidad diversa y federal, 3) Producción nacional, 4) Reconocimiento de los autores, 5) Sustentabilidad cultural, social y medioambiental, 6) La moda, el diseño y la artesanía como herramienta política, 7) La indumentaria y el textil como un relato, 8) Paradigmas regionales, 9) Educación pública que respete y potencie nuestros principios, 10) Espacio plural de reflexión y acción (Véase Cuadro 2).

Imagen 11. Imagen oficial de La Tapia, diseñada por Gonzalo Villamax



Fuente: *La Tapia* (30/10/2013). Facebook

Cuadro 2. Principios de la Corriente La Tapia

1. SOBERANÍA ESTÉTICA	Ejercemos el derecho que tenemos como pueblo de realizar una libre elección sobre las producciones simbólicas que consideramos nos representan. Nos apartamos de los estereotipos que intentan explicarnos e interpelamos las nociones concebidas confrontando el discurso de culturas dominantes. Promovemos un discurso profundo, inclusivo y soberano que nos enuncie colectivamente en un mundo globalizado, signado por la primacía del mercado en desmedro de la humanidad que lo habita.
2. IDENTIDAD DIVERSA Y FEDERAL	Trabajamos para construir una identidad diversa y federal, que integre las infinitas expresiones culturales y productivas que emergen en todo el territorio, en un sentir común. Reconocemos el mestizaje como uno de los rasgos identitarios de todo proceso social y lo consideramos un

apuesta por una moda soberana. Véase: MINORE, C. (2021) Toda moda es política, en *ANCCOM*, sección entrevistas.

	valor en nuestro país. Investigamos, valoramos y difundimos el acervo cultural que se nutre de los pueblos originarios como un eje que se articula con los aportes de inmigrantes que provienen de todo el mundo.
3.PRODUCCIÓN NACIONAL	Defendemos la industria y la artesanía nacional frente a los discursos que desprecian las acciones locales y legitiman patrones de consumo foráneos en desmedro de nuestras prácticas. Dialogamos con un mundo hiper-conectado y multipolar, somos receptivos y nos nutrimos de lo diferente, valoramos las producciones de otras naciones, sin perder nuestro pensamiento crítico. Ponemos en relieve el talento y esfuerzo del trabajo argentino.
4. RECONOCIMIENTO DE LOS AUTORES	Batallamos por el reconocimiento de los creadores y de todos los trabajadores que integran la cadena productiva materializando fibras, tejidos y confecciones. La dignidad proviene de un trabajo justo e implica visibilizar a las personas que aportan su saber en cada eslabón.
5. SUSTENTABILIDAD CULTURAL, SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	Creemos en la dignidad del ser humano y en su valentía para elegir su destino, por ello militamos por prácticas justas, sustentables y equitativas frente a la dinámica de actores que fundan su dominio en la esclavitud y la explotación.
6. LA MODA, EL DISEÑO Y LA ARTESANÍA COMO HERRAMIENTA POLÍTICA	Retomando las palabras de la diseñadora que inspira esta corriente, Mary Tapia, consideramos que la moda, el diseño y la artesanía son maravillosas herramientas políticas con las cuales defender nuestros valores y ejecutar nuestras acciones.
7. LA INDUMENTARIA Y EL TEXTIL COMO UN RELATO	En sintonía con el quehacer de nuestros pueblos originarios, subrayamos los rasgos de pertenencia que entrañan los textiles. Como comunidad nos reconocemos a través de la producción y uso del textil y de la indumentaria, declarando nuestra identidad y la pertenencia a la tierra y la cultura que nos es propia. Cada pieza es parte de un relato que encarnamos y defendemos. El textil, realizado a partir de fibras que se cruzan y entrelazan, es una metáfora de la reconstrucción del tejido de la última década y es un testimonio material y simbólico de ideas y valores en los que creemos e impulsamos.
8.PARADIGMAS REGIONALES	Nos reconocemos en la Patria Grande, sabiendo que compartimos una historia y un horizonte colectivo con los demás países de la América Latina. Emprendemos la tarea fundamental de construir paradigmas regionales para comprender las maneras del quehacer territorial, dando cuenta de las singularidades y la diversidad de lenguajes creativos de Latinoamérica.
9. EDUCACIÓN PÚBLICA QUE RESPETE Y POTENCIE NUESTROS PRINCIPIOS	Creemos en la educación pública como una herramienta poderosa para formar ciudadanos críticos y emancipados, así como profesionales comprometidos con el destino colectivo.
10. ESPACIO PLURAL DE REFLEXIÓN Y ACCIÓN	La Tapia es un espacio plural que convoca a la reflexión y a la acción. Abre debates sobre terrenos vedados, permite repensarnos en nuestras prácticas e impulsa nuevos caminos para dar la batalla cultural. La Tapia es un espacio abierto a todas aquellas personas del ámbito de la moda, el diseño y la artesanía comprometidas con la construcción de un país más inclusivo, diverso y soberano.

En este recorrido la creación de la *Asociación de Moda Sostenible Argentina* (AMSOAR) en abril del año 2018 (Véase Cuadro 3)⁸¹ permitió dar cuenta de los sentidos disputados en la consolidación de un *universo de creencias* sobre el valor de la sostenibilidad en la moda. Si bien en esta trayectoria fue posible reconocer el accionar de otras instituciones e iniciativas tanto locales como regionales⁸², el surgimiento de esta asociación impulsó la síntesis de una nueva red de vínculos específicos ligados al valor de lo hecho mano, las fibras naturales, el cuidado del medio ambiente, la resiliencia y la ancestralidad de los saberes artesanales indígenas, en tanto motor estético-ético de las prácticas profesionales actuales del diseño.

Cuadro N° 3. Objetivos de la Asociación de Moda Sostenible Argentina (AMSOAR, 2019)

1.	Promover el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 del Pacto Global de Naciones Unidas
2.	Lograr una comunidad colaborativa de diseño, integrando a todos los actores para lograr un campo de diseño sostenible.
3.	Concientizar a los consumidores sobre la importancia de desarrollar un diseño sostenible integral.
4.	Generar alianzas con organizaciones a nivel nacional e internacional, cuyos objetivos estén en concordancia con los nuestros.
5.	Lograr una presencia federal (a nivel nacional, en las principales provincias) estableciendo sedes y realizando actividades.
6.	Promover actividades comerciales a través de CAME que generen promoción y venta en alianza con las cámaras de comercio del país.
7.	Lograr presencia en el plano internacional, trabajando en conjunto con las organizaciones de moda sostenible de otros países, poniendo objetivos en común.
8.	Lograr presencia en eventos en cancillerías o embajadas, presentando a la asociación y a distintos diseñadores sostenibles.
9.	Participar en foros internacionales de diseño sostenible.
10.	Promover la participación en conjunto entre el sector público y el privado para impulsar proyectos de diseño sostenible y de diseñadores o emprendedores emergentes.

⁸¹ La *Asociación Moda Sostenible Argentina* fue fundada por la diseñadora Alejandra Gougy junto a su hija y la diseñadora Rosa Woudwyk para generar una red de contención para diseñadores, marcas, emprendedores, artesanos, productores y proveedores en sintonía con el paradigma de la sostenibilidad.

⁸² En esta dirección se destacan: el *Centro Textil Sustentable* creado en el año 2008 por el Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa, el *Foro de Moda Ética Latinoamérica* programa de la ONG *Hecho x Nosotros* creado en el año 2008, y el *Universo MOLA* proyecto del Programa "Patrimonio en Movimiento" de la Fundación *Entre Soles y Lunas* con sede en Uruguay.

La AMSOAR formó parte de un proceso gradual de organización colectiva, asociada a la difusión de ciertos valores y objetivos en común. Así, propuso una definición propia de sostenibilidad en tanto término que les permitió transmitir de manera genuina este nuevo paradigma en la moda “...posible de alcanzar desde una conciencia abierta, colaborativa y coherente” que apueste “... a un equilibrio entre los aspectos social, ambiental y económico” (AMSOAR, 2018). Cuestionando el greenwashing y la banalización de la palabra *sustentable*⁸³, la asociación presentó esta definición como parte de las *creencias* construidas colectivamente por una comunidad específica de *diseñadoras emprendedoras*, caracterizadas por la búsqueda de una “resiliencia” ecológica y humana⁸⁴. De esta manera, su directora expresó: “Me di cuenta de que nos teníamos que unir, nos tenemos que asociar. Todos los que están presentes son responsables de lo que eligen y de lo que hacen... Todos somos uno”⁸⁵. Por ende, este colectivo se visibilizó como un espacio de contención y difusión de los emprendimientos sostenibles, entendiendo la sostenibilidad como una oportunidad de lograr equilibrio entre la dimensión económica, social, ambiental y cultural.

La trayectoria de la moda sostenible en Argentina se configuró como parte de un entramado glocal de acciones dirigidas al fortalecimiento de la sostenibilidad en la industria de la moda, de la relación ética entre diseñadores y artesanos y del consumo consciente. En este sentido, la creación de los dossiers generados por la UNESCO sobre la alianza A+D (2005b, 2009), la declaración del año 2009 como el año de las fibras naturales por la FAO, el *Código de Conducta y Manual para el Sector Textil y de la Moda* (2009) iniciativa sectorial del *Pacto Mundial* de las Naciones Unidas elaborada conjuntamente con la *Nordic Fashion Association* y la *Nordic Initiative Clean and Ethical* (NICE), la aprobación de la *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible* de la ONU en el año 2015 y la publicación en el mismo año de la Carta Encíclica papal *Laudato Si*, fueron definiendo una escena global caracterizada por la urgencia en la difusión de los discursos sobre el cuidado del medio ambiente y los modos de producción y consumo responsables. Además, desde el sector privado se han generado diversas instancias de certificación dedicadas a diferenciar en el mercado de los bienes simbólicos aquellas marcas orientadas al triple impacto económico, social y ambiental⁸⁶.

⁸³ Fuente: De contaminar a hacer diseños sustentables (26 de marzo de 2018), diario *Clarín*, sección “Sociedad”.

⁸⁴ Fuente: LEVINTON, S. (16 de junio de 2018), Se inauguró la primera asociación de moda sostenible del país, diario *La Nación*, sección Moda y Belleza.

⁸⁵ Fuente: La firma de diseño pionera de la moda sostenible local (28 de noviembre de 2018), diario *La Nación*, sección “Economía”

⁸⁶ Entre las certificaciones se destacan: *Empresa B*, *Cradle to Cradle* (C2C), la plataforma *Positive Luxury* y su sello de la mariposa (Butterfly Mark).

Ante el derrumbe del edificio textil *Rana Plaza* en Bangladesh en el año 2013 se fue definiendo gradualmente un “movimiento global” de actores ligados al campo de la moda denominado *Fashion Revolution Day* (FRD), caracterizados por una mirada crítica sobre el *fast fashion*. Por ende, se impulsó el FRD con la intención de visibilizar las condiciones de producción y consumo de esta industria a través de la campaña motorizada por el interrogante “¿Quién hizo tu ropa?” y promover una “... moda global que conserve y restaure el medio ambiente y valore a las personas por encima del crecimiento y las ganancias” (Véase Cuadro 4). Creada por las diseñadoras Carry Somers y Orsola Castro, esta iniciativa propuso ocho objetivos, entre los cuales se destacaron la valorización de la producción artesanal y la sabiduría local (Véase Imágen 12). Estos objetivos planteados desde el *Fashion Revolution Day* permitieron amplificar los sentidos en relación con la sostenibilidad, incluyendo no sólo la dimensión económica, social y ambiental, sino también cultural. Así, a través de la pregunta “¿Quién hizo su ropa?” se puso en primer plano la necesidad de transparentar la industria de la moda actual y visibilizar su cadena de valor.

Cuadro 4. Objetivos del Fashion Revolution Day

1.	El fin de la explotación humana y medioambiental en la industria mundial de la moda
2.	Condiciones de trabajo seguras y dignas y salarios dignos para todas las personas en la cadena de suministro.
3.	Redistribución más equitativa del poder en la industria mundial de la moda.
4.	Un movimiento laboral más grande y más fuerte en la industria mundial de la moda.
5.	Una industria de la moda global que trabaje para conservar los recursos preciosos y regenerar los ecosistemas
6.	Una cultura de la transparencia y responsabilidad en toda la cadena de valor.
7.	El fin de la cultura del descarte y el cambio a un sistema en el que los materiales se utilizan durante mucho más tiempo y nada se desperdicia.
8.	El patrimonio, la artesanía y la sabiduría local son reconocidos y valorados.

Fuente. Fashion Revolution Day, 2019

Imagen 12. “Colectivo wichi de El Sauzalito en Fashion Revolution Day”



Fuente: indymedia, 2016.

El reconocimiento del “patrimonio, la artesanía y la sabiduría local”⁸⁷ permitió “dar voz y rostro” a la multiplicidad de actores que forman parte de la industria de la moda actual y avanzar gradualmente sobre el interrogante “¿Cómo se hizo mi ropa?”. Transparentar el “quién” y el “cómo” de los procesos presentes en la moda global, forman parte de las disputas vigentes sobre el papel de la cultura como motor del paradigma del desarrollo sostenible contemporáneo. Así, la *sostenibilidad cultural* en tanto eje transversal y problemático de la *Agenda 2030* y los ODS de la ONU (Molina Neira, 2018; Martinell *et al.*, 2020; Albanese, 2021) se presenta como una oportunidad para reconocer los aportes creativos e impulsar los valores de lo hecho a mano, la moda lenta y los saberes artesanales femeninos en la moda⁸⁸. Entonces, para profundizar en el “cómo” de la propuesta que motoriza este movimiento glocal resulta fundamental avanzar en la deconstrucción epistemológica y ontológica de la sostenibilidad, en clave de *pluriverso* (Escobar, 2014)

La AMSOAR en tanto expresión local de este movimiento global ha participado en el *Fashion Revolution Day Argentina*, formando parte de las acciones promovidas por la iniciativa

⁸⁷ Traducción personal del ítem “our aims” de la web Fashion Revolution Day. Fuente: Fashion revolution Day, 2020.

⁸⁸ Véase: ALVARADO, A. C. (9 de febrero de 2020), Carry Somers: ‘Las mujeres están liderando el cambio en la industria de la moda’, *El Comercio*.

*Back in Fashion*⁸⁹, como fue la experiencia del Conversatorio *Hilando filo* realizado en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU-UBA) en abril del año 2019. Además, la asociación creó en el mismo año el Programa *La moda nos cuida* inaugurada con las clases del diseñador japonés Shingo Sato⁹⁰, orientado a impulsar los ODS de la ONU en la comunidad de diseñadores/as nacionales. Además, la AMSOAR formó parte de la Conferencia *Sostenibilidad Cultural* en el marco del XVI Encuentro Latinoamericano de Diseño organizado en julio del año 2019 por la Universidad de Palermo, en calidad de invitada de honor. En este evento la moda sostenible se presentó en diálogo con las acciones de rescate de oficios y saberes tradicionales y las experiencias de la Economía Social en un contexto caracterizado por “... las nuevas prácticas como el veganismo y sobre el maltrato animal”⁹¹. De esta manera, el AMSOAR acompañó el posicionamiento gradual de la cultura como cuarto pilar del desarrollo sostenible, promoviendo no exenta de contradicciones su reconocimiento como eje fundamental para la *Agenda 2030* de la ONU.

Por lo tanto, desde la prensa, programas de Estado, museos y colectivos de profesionales ligados al diseño de indumentaria y el sector artesanal, se construyó la alianza artesanía-diseño como relación virtuosa que celebra la diversidad cultural como motor glocal de la sostenibilidad en la moda. En este sentido, esta alianza impulsó imaginarios armónicos y positivos donde la relación entre diseñadoras y artesanas se presentó como binomio potenciador, capaz de promover propuestas orientadas a alcanzar la resiliencia ambiental y social. Así, a través del reconocimiento de ciertas trayectorias profesionales e iniciativas se fue definiendo un mapa nacional de experiencias productivas caracterizadas por la puesta en valor de “lo nuestro”, siendo la incorporación de materias primas autóctonas, técnicas artesanales y procedimientos de reciclado una praxis fundamental para la proyección de la sostenibilidad en la moda argentina.

A continuación, me centraré en el rol de las ONG y fundaciones ligadas al sector artesanal y a la labor en el territorio, las cuales tensionan el *poder de consagración* que ejercen

⁸⁹ *Back in Fashion* es una propuesta dedicada a promover la cultura sostenible en el sector de la industria textil y de la moda a través de acciones de comunicación, formación y marketing para marcas.

⁹⁰ Véase: AMSOAR inaugura su programa “La moda te cuida” con el evento de Shingo Sato (6 de febrero de 2019), *mundo textil*.

⁹¹ En la conferencia compartieron: la diseñadora Gougy de la AMSOAR con su marca *upcycling* Cosecha Vintage, Brenda Schebesta con su marca *Koski* junto a las tejedoras de la provincia de Catamarca, Belén Murphy y la Fundación *Media Pila* que trabaja con mujeres de la Villa 31 y la Villa 1-11-14, y Roxana Amarilla del MATRA, Ministerio de Cultura de la Nación.

las diseñadoras, la prensa y la red de profesionales sobre las artesanías indígenas y sus hacedoras. De este modo, propongo desmontar los discursos celebratorios en torno a la alianza artesanía-diseño y recuperar las conflictividades y problemáticas que surgen del encuentro entre ambos sectores productivos, signados por trayectorias y reconocimientos específicos dentro del mercado de los bienes simbólicos.

III.3. Los intermediarios en el sector artesanal: negociaciones y tensiones en la definición de valor de la artesanía indígena

Ante el fortalecimiento gradual del sector del diseño de indumentaria argentino en su vinculación con los lineamientos de la sostenibilidad en la moda y la definición de un imaginario celebratorio en relación con la incorporación de materia prima local y distintas prácticas de reciclado, actores e instituciones asociadas al desarrollo artesanal plantearon la conflictividad que surge en la alianza artesanía-diseño y las disputas de poder que subyacen en la construcción de las artesanas como *proveedor estratégico* (Díaz, 2018a, 2018b). En este sentido, las ONG y fundaciones dedicadas al trabajo territorial con comunidades de pueblos originarios y rurales construyeron desde sus relatos una visión problematizadora sobre la interacción entre diseñadoras y artesanas a través de la “lógica de pedido”. Así, la puesta en marcha de los pedidos plantearon una serie de dificultades que repercutieron en la organización de las comunidades de artesanas y en la sostenibilidad de su actividad productiva, destacándose: a.) el nivel de exactitud que se les exige a las artesanas en cuanto forma, color y tamaño, b.) la disconformidad de las diseñadoras ante los resultados presentados por las artesanas y el rechazo del pedido, c.) la falta de un criterio estético para la inclusión de la producción artesanal en las prendas de diseño, d.) la ausencia en la distinción de los aportes creativos entre artesanas y diseñadoras, e.) la configuración de un precio justo para los proveedores artesanales.

La cuestión es que los diseñadores tienen un nivel de exigencia, 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.

Miembro de Fundación. Julio 2015.

Los pedidos especiales se manejan con las comunidades más avanzadas, se piden réplicas en foto. Es complicado. Además, pedimos un compromiso porque si no nos terminamos clavando con pedidos porque “No era el color que yo te pedí”. Es difícil, a veces pasa

que somos meros proveedores, pero bueno tampoco nos podemos poner tan exigentes porque las comunidades necesitan comer.

Miembro de Fundación. Agosto 2015.

Estas dificultades que atraviesan las comunidades de artesanas permitieron complejizar el *poder de consagración* ejercido por los diseñadores/as y la red de intermediaciones glociales, en la medida que son expresión de las asimetrías y desigualdades presentes al momento de negociar y acordar los pedidos. De hecho, la capacidad de negociar y/o reclamar desde las comunidades indígenas podría significar para ellas una disminución de las oportunidades de venta y en consecuencia un obstáculo para el desarrollo de la producción artesanal. El grado de vulnerabilidad social de las artesanas se presentó como una dimensión fundamental para comprender el papel que cumplen los pedidos y la articulación con las diseñadoras a la hora de sumar un ingreso a la economía familiar.

Las ONG y las fundaciones ligadas al sector artesanal indígena propusieron nuevos interrogantes en relación con el estatus de las artesanas y sus aportes creativos. Entonces, problematizaron no sólo el lugar simbólico que ocupa la comunidad de artesanas dentro de las iniciativas de diseño de indumentaria local, sino también los modos de pensarlas y nombrarlas en calidad de sujetos creativos. Así, fueron concebidas como diseñadoras genuinas, capaces de seleccionar y aunar diferentes referencias y experiencias como detonadores creativos. No obstante, recuperaron de manera positiva el rol de los diseñadores/as como asesores técnicos (UNESCO, 2005b, 2009) en capacitaciones y/o propuestas de mesas colaborativas, sin una mirada idealizada de su rol. Estas organizaciones reconocieron el trabajo de estos profesionales como una oportunidad para mejorar la calidad artesanal y las líneas de productos. Por lo tanto, los diseñadores/as fueron contruidos como facilitadores de saberes y técnicas para reposicionar la artesanía ante las nuevas demandas de los mercados de los bienes simbólicos glociales.

Acá lo que hay son mujeres diseñando. A nosotros se nos juntan mujeres artesanas y diseñadoras, ellas tienen el diseño muy intrínseco. Nuestro desafío está en pedirles que desarrollen ese diseño que ellas tienen, y que para ellas no son cosas de diseño o creatividad, sino que las hacen para sobrevivir.

Miembro de la Fundación. Agosto 2015.

Las primeras diseñadoras son las artesanas, en realidad lo que habría que hacer es romper la dicotomía entre artesana y diseñador. Para nosotros el diseñador es quien da asistencia técnica para resolver cuestiones de diseño y las que se tienen que valorar como diseñadoras son las artesanas.

Miembro de Fundación. Julio 2015.

En este marco, los profesionales del diseño reconstruyeron un balance positivo de estas experiencias donde fue posible compartir saberes específicos y apuntar a la generación de “productos premium”, actualizando las morfologías en sintonía con las demandas del mercado, mejorando la calidad y propiciando un ambiente lúdico para el estímulo de la creatividad de las artesanas. Así, reconocieron el potencial de estos espacios de intercambio, como posibilidad de impulsar un aprendizaje mutuo. La relación entre diseñadores/as y artesanas en las capacitaciones e instancias de colaboración se desplegó como un punto de intersección, desde el cual trabajar las necesidades de la comunidad.

Tuve la experiencia el año pasado de capacitar a las artesanas para hacer un producto más premium. Fue muy positivo, les gustó ... y a mí en lo personal fue muy buena la experiencia porque fue una manera más de interactuar con ellas y también mostrarles qué cosas sí y qué cosas no funcionan.

Diseñador en calidad de asesor técnico. Diciembre 2017.

Empezamos nosotras a jugar con los materiales con los que las artesanas trabajan, de aprender sus técnicas o sea ellas nos mostraron cómo hacían, pero a la vez era un momento lúdico. Esos momentos eran tan libres que se abrían nuevas posibilidades a partir de su material.

Diseñadora participante de la mesa colaborativa. Octubre 2017.

Por lo tanto, los planteos sostenidos por las ONG y fundaciones vinculadas a comunidades indígenas tensionaron el abordaje celebratorio de la alianza artesanía-diseño en la construcción de propuestas productivas de diseño de indumentaria, asesorías técnicas e instancias de intercambio colaborativo. Estas organizaciones señalaron la existencia de una relación asimétrica entre ambos sectores, subyaciendo una aproximación hacia la producción artesanal como *proveedor estratégico*, reservorio de las tradiciones que se ofrecen como fuente genuina para la moda local. En este sentido, acentuaron el rol activo de las artesanas indígenas como genuinas creadoras de piezas únicas, capaces de potenciar su creatividad a través de distintas experiencias de intercambio y capacitaciones. En esta dirección, la problematización del reconocimiento de los aportes creativos y autorías colectivas de la producción artesanal desde el campo de la moda y el diseño latinoamericano, implicó cuestionar el gesto de copiar expresiones culturales autóctonas como enclaves de inspiración anónimos ligados a regionalismos estereotipados. Así, las propias comunidades indígenas y las organizaciones vinculadas a la producción artesanal han sostenido reclamos y denuncias sobre las prácticas de extractivismo y apropiación cultural como una herida aún abierta. En este aspecto recupero el

siguiente fragmento de una nota publicada en distintos medios alternativos argentinos por la lídereza mapuche Moira Millán, quién denunció a una coreógrafa europea por extractivismo cultural de danzas rituales indígenas como gesto “neo-pirata”, atendiendo a que el extractivismo puede accionarse tanto desde afuera como desde adentro:

En los últimos tiempos se ve con frecuencia la legitimación que adquieren empresas de moda, artistas snobs, hasta altos funcionarios de gobierno, con prácticas tanto de apropiación cultural como extractivistas. Inmediatamente la voz europea y supremacista legitima esas conductas confiriéndole una mirada exotista, posmoderna y cool. (Millán, 2020)

Por lo tanto, la alianza artesanía-diseño se construyó como arena de disputa, donde las comunidades de artesanas y las ONG y fundaciones sostuvieron los relatos más críticos y cuestionadores acerca de esta alianza, reconociendo también las oportunidades que abrió la interacción entre ambos sectores. Por ende, el sector “más débil” de esta alianza fue el que motorizó la visibilización de los conflictos y asimetrías, desmontando los discursos celebratorios en clave de fricción y negociación.

Balance

La producción artesanal indígena en su vinculación con el sector del diseño de indumentaria argentino fue construyendo paulatinamente un *universo de creencias* sobre la relación artesanía-diseño como alianza virtuosa, en el contexto del mercado de los bienes simbólicos sostenibles globales. Atravesado por acontecimientos bisagras a nivel local e internacional como lo fueron la crisis de 2001 en Argentina, la caída de las Torres Gemelas en el *World Trade Center* en los Estados Unidos en ese mismo año y el derrumbe en el año 2013 del edificio textil *Rana Plaza* en Bangladesh, esta alianza se fue definiendo como parte de las acciones legítimas desde las cuales impulsar los valores de lo hecho a mano, la materia prima autóctona, las técnicas y saberes artesanales en la moda nacional en clave sostenible.

Dentro del espacio productivo del diseño de indumentaria argentino se ha desarrollado gradualmente desde el año 2001 una comunidad de diseñadoras ligadas a la alianza artesanía-diseño. En este sentido, este sector se caracterizó por: a.) la mayor presencia de *diseñadoras emprendedoras*, b.) la diversidad en la formación profesional, con algunas trayectorias

asociadas al emprendedurismo y otras al campo del diseño y el arte, c.) la interacción con cooperativas de artesanas indígenas y/o con mujeres organizadas de manera familiar, en calidad de *proveedores estratégicos*, d.) la definición de la alianza artesanía-artesanía a partir de las ideas del empoderamiento de las mujeres indígenas y la revalorización de las fibras naturales locales, e.) el desarrollo intuitivo de sus iniciativas productivas, percibiendo el emprendedurismo como una oportunidad de crecimiento personal holístico.

Esta alianza visibilizó el papel fundamental de las diseñadoras en la consolidación del diseño de indumentaria argentino, mostrando el universo “de autoras” de este espacio productivo y su interacción con la producción artesanal local. De esta manera, la relación con las artesanas indígenas y sus formas de organización fue construida por las diseñadoras como una experiencia iniciática que propició la “conexión” con aquellas comunidades que aún se nutren de los ritmos de la naturaleza y son fuente genuina de una sabiduría ancestral. Esta “conexión” les permitió abrirse a una valoración no sólo de lo patrimonial de las artesanías como expresión de nuestra cultura y de una cultura “otra” que querían conocer, sino también de lo energético presente en sus procesos y saberes generados en un entorno prístino. De hecho, el reconocimiento de esa energía como valor intangible les abrió la oportunidad de insuflar a sus emprendimientos de un propósito holístico que las ligaba con la memoria emotiva familiar de la transmisión de saberes y oficios, con el disfrute, el placer y la búsqueda personal de sentidos más profundos para su existencia. En este marco, estas *diseñadoras-emprendedoras* se percibieron como gestoras empoderadas a partir de su accionar intuitivo a la hora de avanzaren la creación de sus propias iniciativas de indumentaria, donde sus búsquedas existenciales y emocionales dialogaron con el devenir de sus propias trayectorias profesionales.

Asimismo, el “descubrimiento” de ciertas comunidades de artesanas indígenas se encontró ligado al ejercicio del *poder de consagración* de las diseñadoras, quienes reconocieron en ellas los valores de la autenticidad y la sostenibilidad de sus prácticas, generando imaginarios armónicos y celebratorios en torno a la alianza artesanía-diseño. De esta manera, la “conexión” con el paisaje y la comunidad de artesanas desplegó para las diseñadoras la posibilidad no sólo de cuidar estos “tesoros escondidos” desde aproximaciones *esencialistas verdes* sino también de concretar sus propios emprendimientos. Es decir, esta “conexión” se convirtió en un imán para impulsar la generación de un vínculo a largo plazo con las comunidades basado en la confianza y la empatía y el desarrollo de una dinámica productiva consensuada, que incluyó la dimensión emocional y afectiva (en calidad de *vidas conectadas*) en los procesos de valuación de la artesanía indígena. En este sentido, el *espíritu emprendedor* local vinculado a la toma de

decisiones espontáneas e intuitivas en contextos signados por la inestabilidad, se singularizó en estos emprendimientos asumiendo una dinámica afecto-comercial específica. Estas diseñadoras a través de la puesta en valor de la alianza artesanía-diseño construyeron no sólo su reputación dentro del sector del diseño de indumentaria, sino también una subjetividad holística que aunó la dimensión de lo emocional y lo energético como parte de la caracterización de estas dinámicas productivas.

La consolidación de la alianza artesanía-diseño dentro del sector del diseño de indumentaria argentino fue impulsada por los principales medios locales, desde los cuales se fueron legitimando las trayectorias “exitosas” de ciertas *diseñadoras-emprendedoras* en clave de “eco moda”, “moda sustentable”, “moda sostenible” y “slow fashion”. Además, se reconocieron las prácticas y saberes ligados a las fibras autóctonas, las técnicas artesanales y la comunidad de artesanos/as, el reciclado y la regla de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar). Desde el Estado e instituciones locales se fue generando un corpus bibliográfico y de actividades dedicadas al estudio del diseño de indumentaria, a la exploración de nuevas materialidades y a las estrategias productivas para el desarrollo de emprendimientos sostenibles en la industria de la moda. En este recorrido, distintos museos y fundaciones construyeron una continuidad histórica entre aquellas diseñadoras “pioneras” de la década del 50 y 60 en Argentina bajo las figuras de Frild Loos, Medora Manero y Mary Tapia y las exploraciones iniciadas por diseñadores/ras de indumentaria local en un proceso que comenzó a gestarse durante la crisis de 2001 en nuestro país. Esta suerte de continuidad histórica situó en el pasado reciente el semillero de las indagaciones contemporáneas sobre la construcción de una moda nacional y sus conexiones con los planteos de la sostenibilidad y el consumo consciente, especialmente después del acontecimiento del derrumbe del edificio textil *Rana Plaza*.

Como parte de los procesos de fortalecimiento de la alianza artesanía-diseño se desarrollaron diversas propuestas de organización de los profesionales del diseño, en tanto proceso gradual de autopercepción como colectivo guiado por ciertos valores y prácticas en común. Así, se encuentran como experiencias recientes la conformación de la Corriente *La Tapia* activa en el periodo 2013-2017 con una identidad política ligada a una militancia “Nacional & Popular” por una soberanía en la moda (que en la actualidad resurge a través de la creación del *Movimiento Textil Argentino*) y la creación de la *Asociación de Moda Sostenible Argentina* (AMSOAR) desde el año 2018, caracterizada por una adscripción a los lineamientos internacionales del *Fashion Revolution Day* y a la *Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible* de la ONU. De esta manera, a través de la legitimación de la relación artesanía-

diseño como alianza virtuosa, definida por los valores de la transparencia, la lentitud y la resiliencia ecológica y humana, se fue configurando la *creencia* sobre la sostenibilidad en la moda no exenta de tensiones en su dimensión económica, social, ambiental y cultural. El *poder de consagración* ejercido por las *diseñadoras-emprendedoras* hacia las comunidades de artesanas locales para la creación de sus iniciativas productivas, fue a su vez reconocido por una red compleja de intermediaciones transnacionales que construyó el valor del diseño de indumentaria como expresión legítima de una moda con identidad y posteriormente ligada a los lineamientos de la sostenibilidad.

No obstante, estos imaginarios armónicos fueron matizados por las propias diseñadoras quienes expresaron distintas estrategias de negociación y acuerdos para concretar las alianzas con las comunidades de artesanas indígenas. Con un acento crítico, ONG y fundaciones ligadas al trabajo territorial, problematizaron el rol de los profesionales del diseño ya sea como clientes, asesores técnicos de las artesanas o parte de las mesas colaborativas. El papel de los diseñadores/as como puente entre lo rural y lo urbano fue construido como una arena de disputa permanente, atravesada por las asimetrías y desigualdades presentes en el campo de la producción contemporánea de los bienes simbólicos. Por ende, la relación entre diseñadoras y artesanas indígenas se desplegó en un abanico de opciones donde la comunidad fue definida de manera activa en su rol tanto de *proveedores estratégicos* como de colectivo creativo en el marco de las mesas colaborativas. Es importante destacar que esta caracterización dialoga con los planteos expresados por las propias artesanas indígenas y los medios de comunicación comunitarios, populares y alternativos locales analizados en el capítulo II de esta tesis.

En este contexto, ¿Qué rol asume el Estado y la universidad como árbitro en la definición del artesano/a y diseñador/a legítimo a través de la implementación de ciertas políticas culturales y educativas? ¿Qué tipo de experiencias impulsan en torno a la alianza artesanía-diseño? Con estas preguntas como disparadores, en el próximo y último capítulo de esta tesis me propuse analizar el papel del *Mercado de Industrias Creativas Argentinas* (MICA, Ministerio de Cultura de la Nación), las mesas colaborativas y exhibiciones interdisciplinarias impulsadas por el Instituto de Cultura del Chaco (ICCh), las propuestas llevadas adelante por ciertas organizaciones territoriales en esta provincia y las iniciativas de intercambio de saberes coordinadas por universidades locales en relación con la co-creación entre artesanos/as y diseñadores/as, recuperando las experiencias desarrolladas por el área de Diseño de Indumentaria y Textil de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional de Tucumán y la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.

CAPÍTULO IV

POLÍTICAS EN DISPUTA: EL ROL DEL ESTADO Y LA UNIVERSIDAD EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA ALIANZA ARTESANÍA-DISEÑO

Tomando como punto de partida los interrogantes sembrados en el cierre del capítulo anterior, en este último tramo de la tesis me propuse avanzar en el análisis sobre el rol que asume el Estado y la universidad como árbitro en la definición del artesano/a y diseñador/a legítimo en la alianza artesanía-diseño, a través de la implementación de ciertas políticas culturales y educativas específicas en el período 2013-2019. De esta manera, fue fundamental considerar la construcción del diseñador/a desde organismos locales e internacionales como “facilitador”, capaz de generar puentes entre lo rural y lo urbano. Así, ya sea en calidad de asesor técnico o como participantes de mesas colaborativas, los diseñadores/as formaron parte de diversas políticas públicas orientadas a impulsar la innovación y la producción local.⁹²

Ahora bien, estudiar las políticas culturales y universitarias dirigidas al sector artesanal indígena en su interacción con el sector del diseño de indumentaria local, me permitió profundizar sobre la definición histórica del binomio etnicidad-desarrollo en la región (Bengoa, 2000;; Comaroff, J. L. y J. 2011; Gros, 2012; Nivón Bolán, 2013; Bretón Solo de Zaldívar, 2013). La consolidación de un *multiculturalismo neoliberal* y el reconocimiento de la alteridad cultural en el s.XXI como recurso económico en los mercados globalizados actuales⁹³, configuró una resignificación de las exportaciones de productos étnicos y del turismo cultural como oportunidad en la generación de ventajas comparativas (Gascón (2009) en Bretón Sólo de Zaldívar, 2013: 77). En este sentido, la producción artesanal indígena se posicionó en el mercado de los bienes simbólicos glociales como diferencial, donde tanto los principales

⁹² En la tesis de maestría distinguí dentro de las políticas públicas dos dinámicas posibles: A+D y A $\leftrightarrow$ D. En el primer caso la relación entre ambos sectores se configuró a partir de la búsqueda de una solución a una necesidad puntual de la comunidad de artesanos/as desde el campo del conocimiento del diseño. En el segundo caso, se sostuvo una modalidad de trabajo colaborativo donde el resultado devino de la interacción de los conocimientos específicos de ambos sectores. Fuente: Díaz, 2018a.

⁹³ Véase: Hale (2002 y 2004), Díaz-Polanco (2006), Martínez Novo (2006); Boccara y Bolados (2010).

organismos internacionales como aquellos espacios impulsados por movimientos sociales, debaten sobre el valor de la diversidad cultural, la salvaguarda del patrimonio intangible y el desarrollo sostenible.⁹⁴

El Estado se asumió como “administrador de la etnicidad” (Gros en Segato, 2007) en tanto posibilidad de movilizar recursos económicos y generar políticas públicas ligadas a la alianza artesanía-diseño en el marco de las dinámicas globales, que se expresan como flujos culturales asimétricos. La especificidad de las políticas culturales y universitarias locales se configuran dentro un entramado transnacional de actores e instituciones que proyectan en la aldea global renovados discursos e imaginarios sobre la alteridad como valor. En esta dirección, resultó clave considerar el andamiaje ideológico que sustentaron las políticas culturales bajo los gobiernos de la Dra. Cristina Fernández de Kirchner (2011-2015) y del Ing. Mauricio Macri (2016-2019), desde los cuales se actualizaron los debates relacionados a la identidad nacional y la participación en los relatos glociales sobre la diversidad y la sostenibilidad.

El capítulo se estructura en tres apartados. En el primero analizo la consolidación del *Mercado de Industrias Creativas Argentinas* (Ministerio de Cultura de la Nación), espacio simbólico de reconocimiento de la alianza artesanía-diseño y de la artesanía como sector en las industrias creativas locales. En el segundo abordo las mesas colaborativas y exposiciones interdisciplinarias llevadas adelante por el Instituto de Cultura del Chaco (ICCh), y las acciones definidas desde los márgenes de la escena cultural chaqueña a partir de las propuestas generadas por las organizaciones territoriales como la *Junta Unida de Misiones* y el Consejo Carashe. Finalmente, en el tercer apartado recupero dos iniciativas desarrolladas desde el ámbito universitario del diseño, dirigidas a institucionalizar las instancias de formación e intercambio de saberes y técnicas entre diseñadores/ras y la comunidad de artesanos.

⁹⁴ Entre las iniciativas internacionales se destacan los escritos de la UNESCO y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD): documento *Nuestra Diversidad Creativa* (UNESCO, 1996), la *Declaración sobre la Diversidad Cultural* (UNESCO, 2001), la *Convención del Patrimonio Cultural Inmaterial* (UNESCO, 2003), el *Informe Mundial sobre Desarrollo Humano: La libertad cultural en el mundo diverso de hoy* (PNUD, 2004), la *Convención de Promoción y Protección de la Diversidad de las Expresiones Culturales* (UNESCO, 2005a), la *Agenda 2030* de la ONU (2015). En clave crítica es posible mencionar el Foro Social Mundial, llevado adelante desde el año 2001 por miembros del *movimiento por una globalización diferente*.

IV.1. El *Mercado de Industrias Creativas Argentinas* como motor de la alianza artesanía-diseño

Reconstruir la participación de la artesanía en el *Mercado de Industrias Creativas Argentinas* (MICA) del Ministerio de Cultura de la Nación constituyó una brújula analítica fundamental a la hora de analizar los procesos, los sentidos y las prácticas legítimas en relación al valor del sector artesanal como expresión de creatividad, innovación e identidad nacional. A través de las distintas ediciones del MICA fue posible aprehender las tensiones, negociaciones y consensos presentes en la definición de las políticas culturales sobre la producción artesanal como sector creativo específico dentro de las industrias creativas nacionales. El análisis del MICA permitió comprender los paradigmas oficiales de gestión cultural puestos en acción en clave conflictiva y en permanente disputa. Los gobiernos de la Dra. Cristina Fernández de Kirchner y del Ing. Mauricio Macri pusieron en juego distintos paradigmas de cultura (Fernández, 2020), que se construyeron a partir de andamiajes ideológicos y discursivos contrapuestos, definidos por la contienda entre la “batalla cultural” en el posicionamiento de los valores de “la Nación” y “la Patria Grande” enunciada desde el kirchnerismo y el “emprendedurismo” con eje en la creatividad impulsado fundamentalmente desde el macrismo. Si bien el MICA aunó a ambos gobiernos en una visión celebratoria del “espíritu emprendedor”, la lógica de “ciudad creativa”, la Marca País y los regionalismos como parte de la federalización de la actividad económica⁹⁵, su gestión implicó distintas estrategias en relación al (re)posicionamiento de la producción artesanal en el escenario local y en su proyección internacional.

La trayectoria del MICA como política cultural a largo plazo, se construyó sobre “... la base de la cambiante categorización oficial de la cultura” (Dubois (1999) en Zamorano, 2016: 56). Así, el MICA durante el kirchnerismo generó un espacio que conjugó el impulso de la identidad nacional, la inclusión social y los valores asociados a la unión latinoamericana. Con una fuerte injerencia del poder ejecutivo en el proyecto cultural (Fernandez, 2020), en las distintas ediciones del *Mercado de Industrias Culturales Argentinas* (MICA) gestionadas por el kirchnerismo se fue posicionando gradualmente la artesanía como parte del patrimonio vivo y diverso de la patria, que insuflaba de identidad a las industrias creativas locales. El recorrido

⁹⁵ Durante el Kirchnerismo se gestionaron: MICA 2011 (complejo Tribuna Plaza del Hipódromo de Palermo, CABA), Pre-MICA regionales 2012, MICA 2013 (Tecnópolis, provincia de Buenos Aires), MICA 2015 (Centro Cultural Kirchner, CABA), Pre-MICA regionales 2016. Bajo el macrismo se organizaron las ediciones MICA 2017 (Centro Cultural de la Ciencia, CABA), Pre MICA regional 2018 y MICA 2019 (Casa Nacional del Bicentenario y Centro Cultural Rojas, CABA)

de la participación de las artesanías en este evento se inició a través de la invitación del Programa *Mercado de Artesanías Tradicionales de la República Argentina* (MATRA, Secretaría de Cultura de la Nación) a las pasarelas nacionales de los Pre-MICA regionales⁹⁶ desarrollados a partir del año 2012.

Considerando el impulso internacional de las artesanías generado desde la UNESCO (1996, 2001, 2003, 2005a) la participación del MATRA en los Pre-MICA regionales a través de las mesas de reflexión y especialmente de la “Pasarela Nacional” de cada nodo (NEA, NOA, Centro, BA, Cuyo y Patagonia) implicó su reposicionamiento simbólico paulatino, donde en un mismo dispositivo (la pasarela) se puso en diálogo el diseño de indumentaria con las producciones textiles tradicionales locales. De esta manera, la presencia de la artesanía en el cierre de cada “Pasarela Nacional” en las distintas regiones amplificó su potencial simbólico, en la medida que permitió legitimar la idea de federalización de las industrias culturales nacionales y fortalecer los lazos afectivos con “nuestra identidad”.

La primera participación que tuvimos en el MICA fue en La Plata, en el Pre-MICA de la provincia de Buenos Aires en el 2012. Presentamos en la pasarela ponchos, botas de potro, fajas y soguería, y platería de artesanos bonaerenses, tradicionales y tradicionalistas. Fue algo muy emotivo como se los presentó y le dio mucha identidad al cierre de la pasarela nacional. La gente se emocionó al ver ponchos auténticos.

Directora del MATRA. Septiembre 2019

Entonces, “los Pre-MICA tuvieron por horizonte federalizar el accionar estatal para articular, canalizar y expandir toda la presencia creativa que vive en cada región del territorio” (Coscia, 2013), donde una cultura pujante fue sinónimo de soberanía y desarrollo. El Estado se construyó como garante de la igualdad de oportunidades a todas las provincias, promoviendo “la actividad cultural en cada región del país, con el fin de reducir las asimetrías que socavan la unidad nacional y ahogan el poder emancipador de nuestra rica y diversa producción cultural” (*ibid*). En este marco, “Las Pasarelas” de indumentaria que dieron cierre a cada Pre-MICA2012 fueron concebidas como síntesis del potencial expresivo de cada encuentro regional, donde los desfiles de indumentaria formaron parte de una propuesta escénica integral que incluía música, danza, maquillaje y la diversidad de los imaginarios locales a través de la incorporación de la

⁹⁶ Los Pre-MICA 2012 tuvieron “el objetivo de promover y estimular la participación de las industrias culturales de todo el país y establecer un contacto directo con los referentes culturales de cada territorio”. Fuente: *Pre-MICA: industrias culturales argentinas región por región* (2013). Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.

artesanía. Con la dirección, puesta en escena y producción general de la diseñadora Florence Argüello y la coreógrafa Andrea Servera, la pasarela se concibió como un espacio simbólico desde el cual definir un “nuevo mapa” de sentidos, texturas y sonoridades que permitiera interpelar la centralidad de Buenos Aires, como único nodo productivo relevante dentro de la escena cultural nacional.

El encuentro entre el trabajo profesional para llegar a una pasarela -dicen Andrea y Flor- y la experiencia con los diseñadores del interior, artesanos, y artistas fue sumamente enriquecedor para todos, sumó desafíos y colocó sobre cada escenario que recorrió el país el imaginario de cada región, poniendo en valor todos los procesos productivos y desarrollos inéditos, así como el rescate de técnicas autóctonas. (Secretaría de Cultura de la Nación, 2013)⁹⁷

El MATRA fue invitado a participar de “La Pasarela Nacional” en los Pre-MICA2012 de la provincia de Buenos Aires, Cuyo, Centro y Patagonia. En este contexto, impulsó el fortalecimiento del mapa de ferias nacionales⁹⁸ y la presentación de los artesanos y artesanas en su vinculación con la indumentaria, “... mostrando que la artesanía no es un objeto de museo, sino de uso en la indumentaria”⁹⁹. Paralelamente, el diseño de indumentaria local se fue definiendo paulatinamente como sector dentro del MICA y en las políticas culturales oficiales como un espacio productivo “.... relacionado con entornos geográficos, sociales y culturales, produce bienes con alto valor simbólico, cultural y productivo, y constituye a la identidad y la cultura de nuestro país”¹⁰⁰.

En la segunda edición del MICA en el año 2013 (Tecnópolis, Villa Martelli, provincia de Buenos Aires) la presencia de la producción artesanal local se constituyó en alianza con el sector diseño, continuando con las acciones emprendidas durante los Pre-MICA regionales. Así, la participación de saberes, procesos y técnicas artesanales dentro del MICA permitió fortalecer el discurso oficial sobre la diversidad cultural, la soberanía nacional y la creatividad como motor del trabajo argentino. En la inauguración de este evento el ministro de Trabajo Carlos Tomada calificó a esa iniciativa como “una fiesta de la cultura, la producción y el trabajo argentino que ha puesto en marcha otro aspecto central, que es la federalización, es decir, la posibilidad de

⁹⁷ “Intro: “La Pasarela” (2013), en *Pre-MICA. Industrias culturales argentinas región por región*, Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación. Pág. 30.

⁹⁸ El fortalecimiento del mapa de ferias nacional como parte del “Patrimonio inmaterial” local forma parte de las acciones definidas por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SinCA) (Fernández, 2020).

⁹⁹ Directora del MATRA, entrevista realizada en CABA, 18 de septiembre de 2019.

¹⁰⁰ Fragmento de la participación de Laureano Mon, coordinador del Observatorio de tendencias del INTI Textiles, en el PreMICA 2012 CUYO. Fuente: Secretaría de Cultura de la Nación, 2013, 218.

que se muestren y conozcan las expresiones de las industrias culturales a lo largo y a lo ancho de la patria” (Argentina.gob.ar, 2013).

En la segunda edición del MICA se creó un espacio denominado “Taller de producción en tiempo real”, en el cual se desarrollaron demostraciones en vivo de procedimientos y técnicas de las distintas áreas presentes en el evento. En los talleres propuestos desde el área de diseño participaron distintos artesanos y artesanas del país quienes mostraron sus técnicas y la calidad de la materia prima que utilizan para la elaboración de sus artesanías, configurando un recorrido de las diversas tradiciones artesanales locales. Además, miembros del MATRA formaron parte en ciertas mesas de debate y en la selección de las prendas tradicionales de cada región para la “Pasarela Nacional” del MICA 2013. En este marco, la campaña gráfica y audiovisual¹⁰¹ de la “Pasarela Nacional” (Véase Imagen 13) presentó un discurso caracterizado por la performatividad del diseño de indumentaria argentino, donde cuerpos danzantes vestidos con prendas de fibras naturales y máscaras de animales del monte, se expresaron en una atmósfera exótica casi ritual. En este sentido, la coreógrafa Andrea Servera expresó en sus redes sociales las inspiraciones que formaron parte de la creación del spot oficial de esta pasarela, compartiendo la siguiente leyenda:

Dicen que en una ocasión Tumpa y Aña mantuvieron una competencia para ver quien aguantaba mejor las inclemencias del tiempo o las fuerzas de la naturaleza. Ambos soportaron el calor y el frío, pero Aña no pudo tolerar el agua. Por obra de Tumpa, Aña fue salvado pero encerrado en el cálido estómago del Samöu (palo borracho) de donde sale una vez al año. Es por ello que, cuando las algarrobas maduran entre la estridencia de los coyuyos y el amarillo del taperigua, es que ha llegado el tiempo de liberar a Aña del encierro y convertirlo en máscara...”. (Andrea Servera (5/04/2013), Pasarela Nacional. Facebook)

¹⁰¹ Ficha técnica del spot oficial de la “Pasarela Nacional: Fotos Gisela Filc; Video Karin Idelson y Gaby Goldberg; Remix musical: Sebastián Schachte de “Toque Derecho” (Popular Tradicional). Chiriguano- Chané del disco de Jairo “Criollo”, Concepto: Andrea Servera y Florence Arguello; intérpretes: Combinado Argentino de Danza (CAD); artesanía: máscaras del maestro Bernabé Díaz de Campo Durán (pcia de Salta) y mercado artesanal de Salta.

Imagen 13. Diseño gráfico y spot de la Pasarela Nacional MICA 2013



Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación, 2013.

De esta manera, la indumentaria y la artesanía se configuraron como parte de una puesta en escena sobre la identidad nacional y el potencial expresivo de nuestros imaginarios, paisajes, símbolos, técnicas y materias primas. Desde el Estado se fue construyendo gradualmente un discurso sobre el diseño de indumentaria nacional como un sector productivo que “... valoriza - casi sin pretensiones- la manera de ser y estar en el mundo del ser argentino, contribuyendo a la construcción de la identidad como proceso dinámico y colectivo” (Mon, 2012). Por ende, el diseño de indumentaria se definió como un sector productivo con un potencial significativo dentro de las industrias culturales locales, capaz de articular la innovación, la creatividad y la tradición de las distintas regiones del país. Es decir, este sector permitió condensar los sentidos en relación con el valor de “lo nacional” desde ciertos dispositivos de legitimación propios del campo de la moda (en este caso la pasarela), abriendo la posibilidad de acción y complementariedad con los “saberes de la patria”.

Si bien la “Pasarela Nacional” representó un espacio de integración que incluyó la producción artesanal de las distintas regiones del país, resulta significativo reponer el relato de uno de los fotógrafos de este evento como expresión de las tensiones presentes en la apropiación de los dispositivos de legitimación de la moda. Su invitación a las artesanas cesteras de la comunidad qom al set fotográfico para posar con sus artesanías irrumpió como oportunidad para pausar momentáneamente su registro de diseños de indumentaria con bailarinas como modelos. Así, este “acto espontáneo” le trajo problemas, señalando que “...hubo gente de la organización que se quejó porque ponía a los originarios en el set”¹⁰². Otro aspecto importante fue la ausencia de rondas de negocios específicas al no reconocerse a la producción artesanal como sector,

¹⁰² Fotógrafo integrante del MICA 2013. Entrevista personal realizada en CABA, el 8 de noviembre del año 2019.

quedando englobada dentro del área de diseño como proveedor estratégico que interactúa con los diseñadores y las diseñadoras de indumentaria nacional.

Dentro de la trayectoria de la artesanía en su construcción como sector en el MICA, se destacó la presencia del MATRA en la primera edición del *Mercado de Industrias Culturales del Sur* (MICSUR) llevado adelante del 15 al 18 de mayo del año 2014 en la Ciudad de Mar del Plata (Argentina). Con el objetivo de fortalecer el proceso de integración regional, el MICSUR se creó para potenciar el conocimiento, la difusión, promoción, circulación y comercialización de los bienes y servicios desarrollados por las industrias culturales y creativas de América del Sur¹⁰³. La temática artesanal estuvo presente a través de dos conferencias y una reunión institucional orientadas a consolidar la circulación de las artesanías en la región y su relación con el diseño como parte de la identidad productiva latinoamericana¹⁰⁴. Además, el MATRA realizó la curaduría de la “Pasarela MICSUR” donde se presentaron las prendas de diseño de indumentaria y la artesanía tradicional de los países que integraron el evento. En la gráfica oficial de difusión del MICSUR (Véase Imágen 14) se mostró una composición basada en la selección de elementos del patrimonio cultural de la región en un ambiente “surrealista”, donde la integración se presentó como oportunidad de innovación y conexión con la riqueza cultural “del sur”.

Imagen 14. Gráfica oficial de difusión de la “Pasarela MICSUR”



Fuente: Folleto impreso del MICSUR, Ministerio de Cultura de la Nación, 2014

¹⁰³ Del MICSUR 2014 participaron: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Colombia, Perú, Uruguay, Paraguay y Venezuela. Véase: *Apuntes del MICSUR* (2014). Fuente: MICSUR, 2014

¹⁰⁴ Me refiero a dos conferencias: “Procedimiento Simplificado de Circulación de Artesanías del Mercosur” y “Diseño y producción artesanal. Realidades productivas latinoamericanas”. Además, se desarrolló la reunión institucional de “Artesanías del Sur”. Fuente: MICSUR, 2014

Por otra parte, en el año 2014 se llevaron adelante los festejos por el 204º aniversario de la Revolución de Mayo donde el MATRA abrió la “Pasarela del 25 de Mayo” con 25 conjuntos de indumentaria y artesanía tradicional de todo el país. Partiendo de las consignas “Somos Cultura” y “Argentina nos incluye” los festejos se desarrollaron en la Plaza de Mayo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y contaron con la presencia de distintas expresiones culturales “Nacionales y Populares” de la patria. Así, la pasarela formó parte de un esquema integral de actividades y artistas ligados al proyecto político cultural del kirchnerismo, desde el cual la presidenta convocó al pueblo argentino a la “unidad nacional” (Casa Rosada, 2014). Esta pasarela fue el corolario de las acciones sostenidas desde el año 2012 en clave de alianza artesanía-diseño.

Si bien la participación de la artesanía en el MICA 2015¹⁰⁵ fue únicamente a través del stand del MATRA en el espacio denominado Tienda MICA, esta acción se vincula a un proceso gradual de consolidación del mercado interno orientado al consumo de artesanía local¹⁰⁶. En esta dirección, contó con una tienda permanente en Tecnópolis durante los años 2014 y 2015, del que participaron artesanos y artesanas de todo el país. Así, a través de la presencia de responsables curatoriales, la Tienda MATRA abrió un espacio donde fue posible generar, por un lado, un montaje tipo “boutique” de las piezas artesanales tradicionales y por el otro, un lugar de encuentro e intercambio entre artesanos y ciudadanos sin la necesidad de intermediarios. La creación de la Tienda MATRA se convirtió en una vidriera de las “marcas de la patria” orientada a “... fortalecer el mercado interno, mejorar la calidad de vida de los artesanos y que el producto sea abrazado, protegido, sostenido y consumido en el país”¹⁰⁷. De esta manera, se propuso el desarrollo sostenible del sector artesanal desde la formación de una ciudadanía definida por un consumo responsable como garantía del bienestar de los productores locales, para fomentar en un futuro políticas públicas dirigidas a la exportación. Además, se planteó la necesidad de problematizar la interacción entre la producción artesanal y las Industrias Culturales locales. Aunque se reconoció

¹⁰⁵ El MICA 2015 se desarrolló del 3 al 6 de septiembre en el Centro Cultural Kirchner, en CABA

¹⁰⁶ Durante el año 2015 desde el MATRA además se desarrollaron otras actividades como la muestra “Lo bueno, lo útil y lo bello” exhibida en el Centro Cultural Kirchner y las Jornadas Nacionales de Reflexión sobre Artesanías Textiles llevado adelante en la sede Las Cañitas del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.

¹⁰⁷ Directora del MATRA, entrevista personal realizada en Tecnópolis (Villa Martelli, Buenos Aires), el 6 de septiembre de 2014.

el potencial económico y simbólico de esta interacción, se sostuvo la urgencia de debatir las cuestiones de autoría de los artesanos populares. Así, el MATRA propuso avanzar en la implementación de un código de ética para impulsar el reconocimiento de los aportes creativos.

Las Industrias Culturales buscan la raíz, la identidad, la tierra, el ADN. Ahí están las artesanías para dar eso. A cambio de eso, las Industrias Culturales pueden ofrecer nuevos formatos, accesibilidad, conectividad, y presentaciones inimaginables como lo hemos comprobado. Ahora bien, la inclusión de un código de ética, la forma de visibilización de las artesanías y cómo se las incorpora al sector de las Industrias Culturales todavía tiene que ser discutido.

Directora del MATRA. Septiembre 2014.

La programación del área de diseño del MICA 2015 incluyó la discusión sobre la producción artesanal local en su vinculación con el diseño de indumentaria a través de la selección de ciertas experiencias de diseñadores regionales e iniciativas sostenidas desde la universidad¹⁰⁸. En este marco, se destacó la conferencia brindada por el diseñador brasileño Ronaldo Fraga sobre tres proyectos articulados con comunidades de artesanos de Brasil y las charlas dedicadas a visibilizar la importancia de dotar a la moda de un compromiso social. Asimismo, como parte de la propuesta del área de diseño se desarrolló la Pasarela Nacional “Fábrica de lo invisible”, espectáculo performático e interdisciplinario sobre los 200 años de historia argentina.¹⁰⁹ Apartándose del desfile tradicional que “... suele poner al diseño como un objeto de lujo inalcanzable”¹¹⁰, en este espectáculo las prendas formaron parte de distintas escenas históricas: desde la Revolución de Mayo al Centenario, a la Década infame, al Primer Peronismo, los años sesenta, las dictaduras, la democracia, nuestro presente y futuro. Cincuenta creadores de todo el país participaron de la pasarela con prendas y objetos de los más variados, desde “...géneros tradicionales vinculados a lo más ancestral hasta piezas con tónicas modernas y lúdicas”¹¹¹.

Durante el gobierno del Ing. Mauricio Macri se realizaron dos ediciones del renombrado *Mercado de Industrias Creativas Argentinas* como un modelo de políticas culturales entre “emprendedor y neoliberal” basado en el potencial económico de la creatividad (Fernández, 2020; Wortman *et al*, 2020). De este modo, la política cultural sostenida por el macrismo posicionó al

¹⁰⁸ Entre las conferencias propuestas por el área diseño en el MICA 2015 se destacan: “Nuevos modelos en enseñanza del diseño: el territorio un laboratorio”, “Modelos productivos sustentables: tecnología, mirada global, producción local” y “Moda e inclusión cultural y social”. Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación (2015), *El Libro de MICA 2015*, Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación

¹⁰⁹ Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación (2015), *El Libro de MICA 2015*, Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación

¹¹⁰ Fuente: *idem*

¹¹¹ Fuente: *idem*

Estado en el rol de “facilitador” e impulsor del emprendedurismo como representación de lo creativo (Bayardo, 2016; Lacarrieu y Cardeira, 2016; Cabaña y Merlo, 2017; Fernández, 2020; Quiña, 2020), en la medida que no se generaron propuestas dirigidas a “la construcción de una democracia cultural inclusiva” (Fernandez, 2020:12). Desde el Estado se fomentó el emprendedurismo como modalidad organizativa legítima y potente para el desarrollo de la producción cultural y creativa, construyendo al “sujeto individual como albergue natural de la actividad emprendedora” (Quiña, 2020:9). Así, la política cultural durante el macrismo promovió la actividad emprendedora y la figura del emprendedor como eje del desarrollo económico y simbólico nacional, arraigado en los valores de la proactividad, el sacrificio individual y el trabajo colaborativo.

Nadie más que una persona puede tener una buena idea, y una buena idea puede estallar las estructuras y los límites de toda una industria. La creatividad y el capital humano son el corazón de este universo. Hace unos años, la variable económica dejó de ser mala palabra en el circuito cultural y surgieron nuevos paradigmas, modelos de negocio y profesiones vinculadas al arte. La comunidad artística se animó a decir que la cultura también es industria (...) En el MICA las ideas inundarán el espacio, pero el potencial de este encuentro surgirá entre las personas, en la reciprocidad de todos los que participamos, al comprometernos con lo que creamos.

Ministro de Cultura de la Nación Argentina, MICA 2017¹¹²

Como parte de la trayectoria de las políticas culturales promovidas durante el primer año de gestión del macrismo se fueron generando diversas iniciativas orientadas a promover la alianza artesanía-diseño. Así, durante el año 2016 se desarrollaron eventos y conferencias ligadas a esta alianza, como parte de las experiencias promovidas no sólo a nivel local sino también regional. En este sentido, la participación de diseñadores y diseñadoras latinoamericanos como conferencistas de estos encuentros reforzó la idea de alianza virtuosa proyectada tanto por el sector del diseño, como de la artesanía. Así, se destacaron tres eventos: 1.) La experiencia “Convivencia” y la campaña *#Yo uso artesanía* coordinados por la Dirección Nacional de Industrias Creativas, de la Subsecretaría de Economía Creativa, Ministerio de Cultura de la Nación (MCN) en el BAFWeek, 2.) el Seminario Internacional “Perspectivas de la calidad artesanal” realizado por el World Craft Council (WCC) Latinoamérica y el MATRA (MCN) en el Museo Histórico Nacional (CABA), 3.) el “Encuentro Internacional sobre Ciudades Creativas”, desarrollado con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y del MCN en el Campus de la UADE (CABA).

¹¹² Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación, 2017.

En el primer evento se presentó una experiencia compuesta por una muestra estática de artesanía y diseño, talleres productivos artesanales donde cada día una dupla de diseñadores y artesanos-diseñadores de diferentes provincias que crean en conjunto y en tiempo real, un set fotográfico en vivo y una serie de charlas debate con especialistas. En cuanto al seminario organizado por la WCC Latinoamérica y el MATRA se organizaron distintas charlas, que contaron entre ellas con la participación de la diseñadora brasilera Heloisa Croco, especialista en fibras naturales y en el trabajo con artesanos y de la periodista argentina Luján Cambariere. En el encuentro internacional se destacó la invitación al diseñador Marcelo Rosenbaum, referente brasileño en diseño esencial y creador del Instituto *A Gente Transforma*, iniciativa que actúa en comunidades del Brasil profundo a través de poner en valor saberes ancestrales.

Considerando las políticas culturales dedicadas al fomento del emprendedurismo, la edición del MICA 2017¹¹³ continuó con la consolidación de la relación artesanía-diseño como binomio virtuoso que caracteriza al diseño argentino y le imprime una “vibración” particular que lo diferencia de otras producciones. Se sostuvo como rasgo central del diseño local “la fusión constante entre procesos industriales y artesanales”¹¹⁴, que “involucra materiales y procesos con lógicas diversas -y por momentos antagónicas- que convergen en soluciones proyectuales y productivas aplicadas a todo tipo de productos y servicios”¹¹⁵. En este sentido, se coordinaron distintas conferencias en el marco de la Jornada *Diseño latinoamericano, realidades posibles*, donde se presentaron las trayectorias de diversos diseñadores y cooperativas orientadas a la labor en territorio a partir de los lineamientos del desarrollo sostenible, el diseño social y colaborativo¹¹⁶. Por ende, en estas jornadas se expusieron diversas experiencias sostenidas entre diseñadores/as y artesanos/as, entendiendo “al diseño como una herramienta holística de transformación productiva”¹¹⁷.

Además, se lanzó el *Dis.glosario Federal del Diseño Argentino* y el *Registro Unificado Nacional del Diseño*¹¹⁸, ambas iniciativas dirigidas a visibilizar y consolidar el diseño local como Industria Creativa. Particularmente la publicación desplegable del *Dis.glosario*, donde el

¹¹³ El *Mercado de Industrias Creativas Argentinas* tuvo lugar el 6, 7 y 8 de octubre del año 2017 en el Centro Cultural de la Ciencia, en CABA.

¹¹⁴ Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación, 2017.

¹¹⁵ Fuente: *idem*

¹¹⁶ Del área de Diseño del MICA 2017 se destaca la jornada “Diseño Latinoamericano, realidades posibles”, en la cual se desarrollaron tres ejes: 1) Diseño en acción, asociativismo y colectivo, 2) El diseño posible y 3) Las rutas del diseño, con acento latinoamericano. Fuente: Ministerio de Cultura de la Nación, 2017.

¹¹⁷ Fuente: *idem*

¹¹⁸ Ambas herramientas fueron trabajadas de manera conjunta entre gestores/articuladores federales y el Sector Diseño de la Industrias Creativas en el “3er Encuentro Federal de Diseño”, realizado en el mes de julio del año 2017 en la Ciudad de Santa Fe.

“Dis” aludió a diseño y a dislocar, ofreció una caracterización desde una mirada federal y regional a través de una serie de términos comunes que “nos unen”. Así, presentó trece palabras como síntesis de la construcción colectiva de valor económico y simbólico del diseño local, donde cada uno de estos términos permitieron definir una trama de sentidos y relaciones legítimas para el diseño argentino, donde “lo artesanal” se construyó como una dimensión transversal en la definición de la identidad del sector. Es decir, “lo artesanal” fue planteado como la capacidad de los diseñadores locales de recontextualizar funciones y materiales, de tomar lo que se tiene a mano para resolver problemas ante la escasez de recursos (sea información, formación, materiales y/o mercados), de empatizar con otros, de experimentar a través de una práctica que se manifiesta nutrida de distintas disciplinas, de producir a baja escala y con la impronta de lo hecho a mano, de fortalecer el tejido social en territorios diversos y de convertir la adversidad en oportunidad.

Paralelamente, dentro de las políticas culturales dirigidas específicamente al sector artesanal se destacaron durante el macrismo el *Programa Artesanado Argentino* y su marca *Saber hacer, hacer saber*, iniciativa lanzada en el 2018 por la vicepresidenta Lic. Gabriela Michetti. Este programa se dirigió a “potenciar los oficios artesanales de tradición argentina como sector productivo y generador de empleo de calidad” e “incentivar el resguardo y la transmisión del patrimonio cultural material e inmaterial legado de los pueblos originarios y campesinos”¹¹⁹. A través de la marca *Saber hacer, hacer saber* se propuso el desarrollo de los mercados internos y sobretudo externos de la artesanía local como una oportunidad única para la Argentina en la medida que “... las tendencias actuales de consumo responsable y moda ética hacen que la demanda mundial de este tipo de productos sea enorme”¹²⁰. Así, anclado en la gestión territorial este programa planteó articular toda la cadena de valor, desde el manejo y acceso a la materia prima, el mejoramiento de infraestructura y herramientas, la promoción de los oficios y saberes, hasta la comunicación, diseño y la apertura de nuevos mercados. En esta misma dirección, el lanzamiento en el año 2018 de la tienda online “Somos fibra” del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) se definió como parte de las acciones estatales dirigidas a proyectar la sostenibilidad del sector artesanal.

Asimismo, el *Programa Artesanado Argentino* estuvo en sintonía con las acciones sostenidas por la Secretaría de Gobierno de Ambiente y Desarrollo Sustentable (SAyDS), desde

¹¹⁹ Fuente: Folloto impreso de la marca *Saber hacer, Hacer saber*.

¹²⁰ Comentario de la vicepresidenta Lic. Gabriela Michetti en el marco de la presentación del Programa Artesanado Argentino. Fuente: casarosada.gob.ar, 2018.

la cual se impulsó la *Economía Azul* que propone “... el desarrollo territorial sustentable de las comunidades donde se implementan” (Bergman, 2019:13). Reconociendo el año 2016 un momento bisagra en la difusión de los lineamientos de la *Economía Azul* en la Argentina, fue lanzado el *Programa Nacional de Emprendedores para el Desarrollo Sustentable* (PROESUS, SAyDS) con el objetivo de impulsar esta perspectiva en el ecosistema emprendedor nacional. Por ende, el *Programa Artesanado Argentino* formó parte de los discursos oficiales orientados al fomento del emprendedurismo y el desarrollo sostenible nacional, enfatizando la filiación con los valores del *slow fashion* que permitían construir a la artesanía como “objetos con alma” o como un “arte-sano” que posibilita el encuentro con los imaginarios locales y el regreso a los oficios en tanto “antídoto contra la deficiencia espiritual del mundo moderno”¹²¹. Recuperando los planteos del escritor Octavio Paz el programa se presentó con la vocación de conectar con el “tiempo humano” que palpita en la artesanía¹²².

Desde la marca *Saber hacer, hacer saber* se impulsó la alianza artesanía-diseño como parte de la identidad de la propuesta. En esta dirección, se inauguró en el año 2018 la Colección *Artesanía & Diseño* en el MALBA Tienda¹²³ como resultado del workshop de tres días coordinado por la periodista especializada Luján Cambariere, donde once diseñadores resignificaron algunas piezas artesanales de organizaciones sociales y comunidades de artesanos¹²⁴. Diseñadores y diseñadoras trabajaron con artesanías previamente seleccionadas, explorando sus posibilidades para la generación de nuevos productos que “sean más aceptados por la sociedad occidental”¹²⁵. De esta manera, los diseñadores y las diseñadoras señalaron dos etapas de trabajo: una primera donde se indaga la artesanía como un “*ready made*” desde el cual crear prototipos de nuevos productos en relación con un consumidor urbano y una segunda instancia que quedó inconclusa centrada en el viaje para conocer a las comunidades de artesanas en su territorio, a fin de proponer una dinámica de intercambio en clave de co-creación. Si bien desde la mirada de los intermediarios la co-creación es muy difícil de llevar a cabo en la medida que la necesidad de innovación permanente les resulta ajena a las comunidades indígenas¹²⁶,

¹²¹ Frase de la periodista Luján Cambariere recuperado del folleto impreso del Programa *Artesanado Argentino* (2019).

¹²² Cita de Octavio Paz recuperado del folleto impreso del Programa *Artesanado Argentino* (2019).

¹²³ MALBA tienda cuenta con el sello de *Tienda Creativa*, certificación oficial impulsada en el año 2017 por el MICA. Fuente: Folleto impreso *Tienda Creativa*, obtenido durante el MICA 2019.

¹²⁴ Participaron las artesanías de la ONG *Arte & Esperanza*, la Fundación *Niwok*, la Fundación *Silataj*, *Red Puna* y las randeras de El Cercado de Tucumán y los diseñadores/as industriales egresados de la FADU.

¹²⁵ Testimonio de un diseñador participante del workshop. Fuente: entrevista personal realizada durante la inauguración de la colección en la Tienda Malba, el 11 de octubre del año 2018.

¹²⁶ Miembro de la Fundación *Niwok*. Fuente: entrevista personal realizada durante la inauguración de la colección en la Tienda Malba, el 11 de octubre del año 2018.

estos profesionales del diseño construyeron su proceso creativo como parte de una experiencia más amplia, junto a las artesanas en sus comunidades.

Por otra parte, los objetos de la colección se presentaron en la Tienda Malba como productos ya acabados destinados a la venta, especificándose los nombres de los diseñadores y diseñadoras que participaron del workshop, las organizaciones de artesanos y el precio de cada artesanía “reinventada” desde el aporte del diseño. También, se proyectó un video en loop donde se narraba la propuesta de la colección desde un abordaje esquemático de la identidad de las artesanas indígenas, como así también de los diseñadores y las diseñadoras que formaron parte del workshop. Así, mientras las artesanas fueron mostradas como mujeres esencializadas con sus vestimentas tradicionales, tejiendo solas en la inmensidad de los paisajes rurales, los diseñadores/ras se presentaron formando parte de un proceso creativo estimulante y colectivo, donde la colaboración definía la praxis de estos profesionales del diseño. De esta manera, a la temporalidad bucólica y ancestral del hacer artesanal se contrapuso la realidad dinámica y efervescente de la creatividad urbana de los diseñadores y diseñadoras, a través de su experimentación y curiosidad permanente.

Si durante el Kirchnerismo el MATRA cumplió un rol clave en el fortalecimiento del sector artesanal, durante el macrismo el *Programa Artesanado Argentino* y su marca *Saber hacer, hacer saber ligado* a la figura de la vicepresidenta, se configura como parte de las políticas oficiales dirigidas al desarrollo local e internacional de las artesanías. Así, el alto grado de personalismo presente en la gestión de las políticas públicas (Miguel y Alatsis, 2020) implicó la paralización del MATRA, desarticulando y desfinanciando los equipos de trabajo. Como lo expresó su directora:

Lamentablemente con el cambio de gestión, entre el 2016 y 2017, nos evaluaron y perdimos mucha fuerza: echaron a 6 compañeros técnicos del MATRA, redistribuyeron a los restantes en otras áreas, perdimos nuestro banco de fotografías de los artesanos y el presupuesto para actividades. Logramos mantener el Reconocimiento a la Calidad Artesanal y la presencia en algunas ferias. (Varela, 2020)

Así, se desarrollaron los conversatorios “Artesanía en la economía creativa” con la participación de Bárbaro Velasco (Presidente WCC, Chile) y Alberto de Betolazza (miembro del WCC, Uruguay) y “Artesanía y diseño” con la exposición de la diseñadora brasilera Eloissa Crocco; los talleres “Artesanías y creatividad indígena. Programa “Sabiduría Ancestral Indígena en Colombia” a cargo de Cecilia Duque Duque y “Artesanía, género y redes” donde participaron artesanas de Red Puna (pcia de Jujuy) y la Red Internacional de las Mujeres por la Cultura. Por otra parte, la Feria MICA de Artesanías Argentinas se llevó a cabo la exposición y venta de artesanías con reconocimiento a la calidad del World Craft Council (UNESCO), de la marca *Somos Fibra* (INTA) y de la marca *Saber hacer, hacer saber* del Programa *Artesanado Argentino* en la sede Centro Cultural Rojas (CABA),

Estas actividades fueron bien recibidas por la comunidad de artesanos y artesanas, quienes participaron en las distintas jornadas configurando un “sentido de pertenencia” al sector que implicó el reconocimiento de ciertos actores por su capital social y simbólico, el intercambio de contactos, la asistencia a las actividades y la apertura para realizar ciertas preguntas y/o cuestionamientos.¹³⁰ En relación con las rondas de negocios, aquellos artesanos y artesanas que participaron en el MICA 2019¹³¹ expresaron en algunos casos las dificultades para inscribirse y entender la plataforma y en otros sostuvieron una actitud desinteresada en cuanto a la participación en este espacio (“no creo que sirva mucho”¹³²) e insistieron en lograr una mayor visibilización de la *Feria MICA de Artesanías Argentinas*, como instancia ligada a la forma tradicional de venta del sector.

¹²⁷ El MICA 2019 se llevó adelante del 28 de junio al 2 de julio de 2019 en CABA. Fuente: Folleto impreso del MICA 2019.

¹²⁸ A partir de los MICA regionales 2018 se abrió la artesanía como sector creativo. Fuente: entrevista personal realizada a la directora del MATRA en CABA el 18 de septiembre del año 2019.

¹²⁹ Presentación del sector artesanías por el MATRA. Fuente: Folleto impreso del MICA 2019

¹³⁰ El promedio de concurrentes a las actividades del sector fue de alrededor de 20 personas, destacándose la presencia de artesanos, funcionarios, periodistas especializados, gestores culturales, investigadores y diseñadores ligados a experiencias A+D. Fuente: Observaciones participantes realizadas en los conversatorios y talleres del sector Artesanías durante el MICA 2019, llevado adelante del 28 de junio al 2 de julio del año 2019, en la sede Centro Cultural Ricardo Rojas (CABA).

¹³¹ Realicé observaciones en las rondas de negocios del sector artesanías en el MICA 2019, acompañando a distintos artesanos/as en la jornada del 30 de junio del año 2019 en la sede Centro Cultural Riojas (CABA).

Si bien la posibilidad de inscribirse como artesanos en rondas de negocios específicas implicó un avance en el reconocimiento de la artesanía como sector creativo local, los artesanos expresaron la necesidad de recibir capacitación en este sentido. Por ende, la generación de las rondas de negocios mostró las asimetrías existentes en la propia comunidad, en sintonía con las diversas trayectorias definidas dentro del sector. Como expresó una de las artesanas con reconocimiento a la calidad del World Crafts Council (WCC): “La plataforma del MICA no es para todos, especialmente en el sector de artesanías donde hay distintos niveles de escolarización”¹³³.

Varias mesas en un salón de la Casa del Bicentenario en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en una de ellas una joven wichi aguarda junto a su madre el comienzo de las rondas de negocios, llevando consigo los diseños en fibras de chaguar, algunas copias de una breve reseña de su marca familiar, y la curiosidad por encontrarse con los interesados en su iniciativa. Esta escena se replicó entre los artesanos y artesanas indígenas y rurales que participaron en calidad de oferentes. Con mayor presencia de mujeres, durante las rondas se ofrecieron folletos, hojas de presentación y una sintética selección de productos para mostrar. De esta manera, es posible señalar que aquellos que supieron cómo acceder a la inscripción de esta actividad contaban con experiencias previas de asesoramiento en marketing, Responsabilidad Social Empresarial, emprendedurismo y formas de organización. Si bien el nivel de profesionalización varió según la trayectoria personal de cada artesana u organización, la experiencia de las rondas de negocios fue percibida de manera positiva por los artesanos como parte de las estrategias de consolidación de sus propuestas.

Durante el desarrollo de las rondas de negocios del sector de artesanías se suscitaron algunas reuniones “espontáneas” alentadas por el área de diseño del MICA, creando espacios de encuentro entre oferentes artesanales y demandantes del diseño. Entonces, mientras que en algunos casos las rondas entre ambos sectores fueron concertadas formalmente a través de su plataforma, en otros se sucedieron de manera “espontánea” como expresión de un largo proceso iniciado en el MICA 2011, orientado al impulso de la alianza artesanía-diseño. Por ende, los

¹³² Artesano de la madera con reconocimiento a la calidad del World Crafts Council. Entrevista personal realizada en el marco de la Feria MICA de Artesanías Argentinas, en CABA, el 26 de junio del año 2019.

¹³³ Artesana joyera con Reconocimiento a la calidad del World Crafts Council. Fuente: entrevista personal realizada en el marco de la Feria MICA de Artesanías Argentinas, en la CABA, el 26 de junio del año 2019.

cruces entre las rondas de negocios del sector diseño y artesanías formaron parte de las acciones esperadas e incluso promovidas desde los coordinadores del evento.

Así, con el avance de la gestión del macrismo las políticas culturales orientadas a la producción artesanal se caracterizaron por una doble estrategia: por un lado, su construcción como parte de experiencias colaborativas entre diseñadores y artesanos, donde la artesanía permitía darle arraigo a las propuestas de diseño local (sintetizado en el *Dis.glosario Federal* presentado en el MICA 2017) y por el otro, su posicionamiento en tanto pieza de lujo en los nuevos mercados de los bienes simbólicos glociales, definidas por el valor de lo hecho a mano, el desarrollo sostenible y el *slow fashion* fomentado desde el *Programa Artesanado Argentino*. De este modo, se impulsó una proyección internacional de las artesanías tradicionales argentinas a fin de posicionarlas en calidad de “marca país” en las vidrieras del mundo, en tanto producto caracterizado por la utilización de técnicas locales y el cuidado del medio ambiente.

Como cierre del apartado, es posible señalar que el MICA se construyó como una política cultural de relevancia en la escena local para fortalecer la alianza artesanía-diseño, impulsando el reconocimiento del diseño de indumentaria argentino, de sus morfologías, materialidades e imaginarios. De esta manera, se seleccionaron ciertas iniciativas de diseño nacionales y regionales como expresión de la moda local y latinoamericana, cuya identidad se definió a partir del diálogo con los saberes y técnicas artesanales, la puesta en valor de la materia prima autóctona y el despliegue de la creatividad personal de cada diseñador y diseñadora ante la escasez de recursos. La participación de las artesanías en el MICA se fue construyendo gradualmente en su interacción con el sector de diseño, como parte de las alianzas virtuosas promovidas desde el Estado a través de la “Pasarela Nacional”, el desarrollo de conferencias específicas y la complementariedad de sus rondas de negocios.

La definición de las artesanías como sector específico dentro del MICA, implicó seguir el itinerario de los valores contruidos sobre lo hecho a mano, la materia prima local y los saberes tradicionales como recurso estratégico dentro de las economías creativas glociales. Si durante el kirchnerismo las artesanías fueron contruidas como parte de la “batalla cultural” en el posicionamiento de los ideales de “Nación”, “Patria Grande” y federalización de las experiencias productivas, bajo el macrismo se presentaron tanto en calidad de alianza virtuosa para el desarrollo del diseño de indumentaria local, como de bienes de lujo orientados a la exportación. Así, partiendo de los lineamientos de la *Economía Azul* y las metas de la *Agenda 2030* de los ODS las artesanías fueron legitimadas como garantía de la autenticidad y la sostenibilidad de las expresiones creativas locales.

A continuación, me centraré en el Festival *Ancestral y Contemporáneo* organizado por el Instituto de Cultura del Chaco (ICCh) como política significativa en el desarrollo de la alianza artesanía-diseño, impulsada desde el Estado provincial a partir del año 2017. En este sentido, me detengo en el rol simbólico que asumió este festival en la legitimación de ciertos formatos de exploración colectiva entre artesanas indígenas y diseñadoras de indumentaria chaqueñas y de ciertas maneras específicas de exhibición de los resultados logrados. Asimismo, presenté dos experiencias creadas desde los márgenes de la cartografía creativa nacional, a través de la recuperación de las acciones llevadas adelante por la *Junta Unida de Misiones* y el *Consejo Carashe*, organizaciones territoriales ligadas al fortalecimiento de la comercialización de la artesanía indígena en la provincia del Chaco.

IV.2. El Festival *Ancestral y Contemporáneo*: entre mesas colaborativas y muestras interdisciplinarias

¿Cómo potenciar la alianza artesanía-diseño en la escena cultural de la provincia del Chaco? ¿Cómo impulsar el “encuentro” entre artesanas indígenas y diseñadoras en un espacio que las conecte espacial y simbólicamente como expresiones genuinas de la cultura chaqueña? En esa dirección, el Festival *Ancestral y Contemporáneo* construyó a partir del año 2017 en sus distintas ediciones (ICCh) ¹³⁴ dos espacios simbólicos claves para el reconocimiento de la alianza artesanía-diseño: las mesas colaborativas y la curaduría de muestras interdisciplinarias. Ambas líneas de acción formaron parte de las estrategias provinciales dirigidas a abrir nuevos canales de comercialización y exhibición de las artesanías, concibiendo el “espíritu ancestral” de los saberes artesanales como valor para repensar posibles puentes con otras disciplinas como el diseño y promover nuevas líneas de productos para el mercado de los bienes simbólicos.

El rol clave de las capacitaciones en diseño orientadas al sector artesanal fueron propuestos tempranamente por el Departamento de Artesanía y Arte Popular del ICCh. Desde

¹³⁴ El festival fue organizado por el departamento de Industrias Culturales (ICCh), con el acompañamiento del Consejo Federal de Cultura, departamento de Patrimonio Inmaterial, el Programa Pueblos Originarios, el Centro de Documentación Indígena, el Departamento de Artesanía, entre otras instituciones. Se llevó adelante los años 2017, 2018 y 2019 en el CECUAL, Resistencia, Chaco.

el año 2004 el artesano moqoit Francisco Ferrer¹³⁵, director de ese espacio, proyectó iniciativas sobre la necesidad de incorporar estrategias de marketing y packaging para el reposicionamiento de la artesanía indígena local, proponiendo como objetivo a largo plazo que cada artesano pudiera generar su propia marca, con su estilo. Asimismo, impulsó en el año 2014 la iniciativa para declarar las técnicas ancestrales “Patrimonio Cultural Intangible”, señalando que “no existe innovación que no hunda sus raíces en la tradición”. Así, la innovación se reconstruyó como parte de la idiosincrasia de los pueblos cazadores-recolectores de la región chaqueña, los cuales incorporaron formas de otros lugares y las hicieron propias. Según Francisco Ferrer en el arte indígena es posible reconocer huellas de pueblos que se creen desaparecidos, en la medida que como nómades han sabido sumar maneras de trabajo artesanal de otras comunidades, que al ser aceptadas colectivamente se integraron al repertorio de sus posibilidades expresivas. Además, impulsó las capacitaciones en docencia para fomentar la presencia de los artesanos en las escuelas bilingües y diversificar las fuentes de ingreso, intenciones que quedaron interrumpidas tras su muerte en el año 2017.

Considerando estos antecedentes, el Departamento de Industrias Culturales del ICCh planteó tres tipos de relaciones posibles entre artesanas indígenas y diseñadores: “transferencia”, “co-creación” y “vinculación”. Así, desde la “transferencia” se promovió el intercambio mutuo de saberes y técnicas, desde la “co-creación” se propició a través de las mesas colaborativas el acompañamiento de nuevas líneas de productos mediante la exploración de las técnicas artesanales tradicionales y desde la “vinculación” se concibió a las artesanas como *proveedores estratégicos* (Díaz, 2018a) en emprendimientos de diseño. Este departamento centró sus esfuerzos hacia el fortalecimiento de iniciativas de “transferencia” y “co-creación”, como acciones capaces de promover el reconocimiento de los aportes creativos y el cuidado patrimonial.

Estas experiencias se presentaron como una oportunidad no sólo para generar nuevas resoluciones en torno a la materialidad, la calidad, los diseños, las morfologías de las artesanías, sino también para lograr un relevamiento y sistematización de sus elementos patrimoniales tangibles e intangibles y de la incidencia de las mesas colaborativas en la producción artesanal. Desde el Departamento de Patrimonio Cultural Inmaterial del ICCh se ha comenzado a trabajar

¹³⁵ Francisco Ferrer (1953-2017), fue un escultor, docente y referente en la gestión cultural moqoit en la provincia del Chaco. Su carrera como escultor se desarrolló en simultáneo con su labor como artesano, docente y gestor cultural indígena.

a partir del año 2017 en la recolección de esta información, problematizando la iniciativa de las mesas colaborativas, particularmente la intervención de diseños tradicionales, su aggiornamiento en términos de comercialización y el impacto ambiental de estas acciones.

Un punto de arranque en esta cuestión es que obviamente la artesanía que se hace hoy se hace para el mercado no se hace para el consumo familiar, ese es el primer punto, ahí ya hay un cambio absoluto, ahí ya no es la misma presión que se tiene sobre los insumos, una cosa es si vos hacías 10 canastos en el año para tu familia y otra cosa si lo estás haciendo como un punto de venta permanente, que tiene sus aspectos positivos porque mejora el ingreso de la familia, pero a la vez tiene un aspecto que va modificando, cuánta palma, cuánto chaguar, cuánto material de la naturaleza efectivamente se puede sacar, compresión ambiental sobre eso.

Miembro del Dpto. de Patrimonio Cultural Inmaterial (ICCh). Octubre de 2017.

Tomando como punto de partida los intercambios de saberes desarrollados en el territorio¹³⁶, cada edición del festival ofreció un espacio de mesas colaborativas de trabajo¹³⁷, orientadas al ejercicio lúdico y al encuentro distendido en el patio del CECUAL. Esta actividad fue construyendo un dispositivo desde el cual construir lazos empáticos e instancias de reconocimiento sobre las experiencias de intercambio legítimas entre artesanas y diseñadoras. Las instancias de colaboración se presentaron como una oportunidad para la inspiración y creatividad sin consignas a seguir, motorizando la generación de piezas únicas. En este sentido, las mesas colaborativas se definieron como parte de las políticas “exitosas” impulsadas desde el ICCh, para amplificar las alianzas entre las distintas organizaciones artesanales indígenas y la red de diseñadores/as, gestores/as culturales, artistas de la escena cultural del NEA. Así, las artesanas qom de asociación *Qomlashepi Onataxanaxaipi* de la localidad de Fortín Lavalle (Chaco) y la artesana wichi María del Carmen Toribio de Ingeniero Juárez (Formosa) participaron junto a otros artesanos del proyecto *QR: entre lo ancestral y el futuro* impulsado por la curadora y artista Patricia Hakim. Desde este proyecto se convocó a artesanos/as de diferentes regiones de la Argentina a realizar un código QR, con sus técnicas y materiales de trabajo habitual, que contó con la colaboración de diseñadores y artistas como parte del acompañamiento¹³⁸.

¹³⁶ El Departamento de Industrias Culturales del ICCh y el Proderi-Chaco vienen acompañando desde el año 2016 a la Asociación de artesanas *Qomlashepi Onataxanaxaipi* de Fortín Lavalle y a la Asociación *N'tetaxanaxaqui* de Miraflores en el fortalecimiento organizacional, las capacitaciones para la planificación de la producción y el impulso de instancias de trabajo colaborativo.

¹³⁷ En las experiencias de colaboración participaron tanto diseñadoras, ceramistas como tejedoras y alfareras indígenas de la región, sumándose también el público en general concurrente al festival.

¹³⁸ Fuente: abc.com , 2019

Asimismo, el Departamento de Industrias Culturales del ICCh fomentó la presentación de la artesanía en otros formatos de exhibición y en diálogo con otras disciplinas como el diseño de indumentaria, la fotografía, el dibujo y la instalación (Imagen 15). En las sucesivas ediciones del Festival *Ancestral y Contemporáneo* se expuso además de los resultados de las mesas colaborativas entre artesanas y diseñadoras, distintas propuestas de innovación artesanal que permitieron definir un itinerario de las iniciativas reconocidas por el Estado como experiencias positivas e inspiradoras para otros colectivos de artesanas. Estas piezas fueron exhibidas como obras únicas, detallándose su autoría, materia prima y origen de cada artesanía. Este tipo de montaje se fue consolidando gradualmente dentro del festival a través de una narrativa curatorial centrada en la idea de la artesanía en tanto pieza de diseño única y a la artesana indígena como “genia” creadora, quien en ciertos contextos logra potenciar su capacidad creativa innata y ancestral. Por otra parte, esta forma de exhibición de las artesanías asociadas al arte y al diseño propiciaron la construcción de valor del potencial creativo de las mujeres indígenas, quienes a través de la indagación de nuevas morfologías y posibilidades de la materia prima local lograron desarrollar piezas con mayor atractivo para el consumidor urbano, como los productos de joyería en hojas de palma.

Imagen 15. Muestra y trabajo colaborativo en el Festival Ancestral y Contemporáneo (2017)



Fuente: ICCh, 2017

Desde la periferia de las políticas y acciones culturales gestionadas desde la provincia del Chaco, distintas organizaciones territoriales como la *Junta Unida de Misiones* (JUM) y el *Consejo Carashe*, expresaron sus propias estrategias en relación con la alianza artesanía-diseño

y la generación de mesas o instancias colaborativas. Si bien estas organizaciones formaron parte del Festival *Ancestral y Contemporáneo*, su trayectoria en relación con la alianza artesanía-artesanía fue construida a partir de instancias de intercambio específicas. Así, a partir del año 2013 la JUM impulsó una nueva etapa en la organización de las artesanas qom ligadas a la institución a través de la conformación de la cooperativa *Qom lashepi alpi*, quienes recibieron capacitaciones en diseño y reingeniería de sus productos como una oportunidad para valorar no sólo la artesanía local sino a la mujer qom como artesana, superando abordajes paternalistas y asistencialistas. La asimilación de nuevos saberes vinculados al diseño les permitió a las artesanas concretar pedidos e incorporar la tabla de cálculo de costos, considerada según un miembro de la JUM como “la nueva biblia” de estas mujeres, y obtener “la platita” que necesitan para cubrir las necesidades de su familia. Desde un esquema de trabajo que promueve la producción permanente a través de moldes y líneas de productos, las mujeres qom fueron visibilizadas como parte de un proceso de fortalecimiento de su autoestima y autonomía económica, en la medida que lograron sostener la generación de ingresos a través de la concreción de pedidos de manera autogestiva, evitando el accionar de intermediarios en la comercialización.

Sin embargo, parte de los miembros de la JUM señalaron la puesta en marcha de dos formas de acompañamiento a las artesanas qom promovidas desde su propio espacio: la comisión *L’ Taaraipi*, iniciada en la década del ochenta y que concluyó a mediados del año 2012, atenta a la cultura y cosmovivencias de estas mujeres y otra, la cooperativa *Qom lashepi alpi* a partir del año 2013 centrada en un interés puramente comercial. Aquellos miembros de la JUM que participaron en el proceso de organización de las mujeres qom a través de la creación de la Comisión *L’ Taaraipi*, reconstruyeron esta experiencia como una iniciativa donde se desarrollaron no sólo propuestas productivas que implicaron la combinación entre costura y artesanía, sino también capacitaciones en alimentación, salud, etnomatemática, liderazgo, destacando el rol de la mujer indígena como educadora e impulsora de los lazos de solidaridad entre los miembros de la comunidad. Además, se las presentó asumiendo la toma de decisiones a la hora de valorar económica y simbólicamente sus piezas de manera dinámica, donde la picardía, la astucia, la necesidad de resolver la venta (o el trueque) formaron parte de las estrategias activamente definidas y reformuladas por las artesanas.

Desde el *Consejo Carashe* se abordó de manera pragmática la relación artesanía-diseño, considerando las necesidades de los clientes y las referencias visuales que ofrecieron para la concreción de los pedidos. De esta manera, la exploración de nuevas resoluciones formales y

reingeniería de productos se desplegaron a partir de las demandas de los consumidores urbanos e intermediarios, quienes fueron seleccionando el potencial de ciertas artesanías en el mercado. Si bien la relación artesanía-diseño se planteó como una oportunidad para garantizar la venta y el ingreso de dinero a las familias, e innovar de manera coyuntural la variedad de sus productos, el *Consejo Carashe* tensionó la representación de las mujeres qom en calidad únicamente de artesanas o madres cuidadoras de la cultura y la biodiversidad, para construirlas a través de un relato anclado en las movilizaciones y cortes de ruta.

Ahora bien, considerando este recorrido por las políticas culturales locales dirigidas a la alianza artesanía-diseño resulta crucial abrir el análisis sobre el rol de la universidad en la definición de las prácticas, estrategias y perfiles profesionales legítimos para su desarrollo. Me propuse avanzar en el último apartado de este capítulo con los siguientes interrogantes: ¿Cómo promueve la universidad la alianza artesanía-diseño? ¿Qué iniciativas de formación impulsaron entre artesanas y diseñadoras? ¿Qué formatos de interacción e intercambio fueron reconocidos como buenas prácticas entre artesanas y diseñadoras?

IV.3. Las artesanas en la universidad y las diseñadoras en el territorio

Analizar la generación de espacios de formación e intercambio de saberes entre artesanas y diseñadoras en el ámbito universitario local implicó no sólo analizar las particularidades de estos encuentros en el marco de la consolidación de los discursos glociales sobre el desarrollo sostenible, el slow fashion y la Responsabilidad Social Empresarial, sino también retomar las discusiones sobre el rol de los diseñadores y las diseñadoras en el sector artesanal (UNESCO 2005b; 2009). Así, su construcción en su rol de asesor técnico o como parte de las mesas colaborativas de co-creación fue definido gradualmente por diversas instituciones y organizaciones tanto internacionales como locales, como caracterización de la identidad ética y profesional del diseñador ligado a la alianza artesanía-diseño. Entonces, la figura del diseñador/a se construyó como “puente” entre lo rural y lo urbano (UNESCO, 2005b), favoreciendo el acceso de las artesanías a los mercados de bienes simbólicos contemporáneos.

Los diseñadores y las diseñadoras fueron presentados como “facilitadores” capaces de comprender los problemas de la comunidad de artesanos en el contexto global y brindar

posibles soluciones que “tengan como punto de partida y de llegada al artesano” (UNESCO, 2005b). Asimismo, fueron definidos como aliado en la protección de la materia prima local, promotor de técnicas y procedimientos tradicionales y/o comunicador que reorganiza el relato de la pieza. Asumiendo cualquiera de estos roles, se impulsó la comprensión del otro artesano en tanto “socio creativo y trabajador cualificado” (*ibid*), considerando fundamental la definición de marcos éticos para las buenas prácticas en la relación artesanía-diseño y la sostenibilidad de la producción artesanal (UNESCO, 2009)¹³⁹.

En este marco, se destacó el Programa *A cercando. Territorio colaborativo de la randa de El Cercado y el diseño tucumano* propuesto en el año 2015 desde el área de Diseño de Indumentaria y Textil de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional de Tucumán, donde se generaron las condiciones para el trabajo colaborativo de duplas de artesanas randeras y diseñadores/diseñadoras (Mizrahi, 2015, 2019, 2020). La relación entre artesanía y diseño se construyó desde una perspectiva exploratoria, donde los resultados alcanzados fueron definidos a partir de los encuentros “en igualdad de condiciones”. Como expresa Alejandra Mizrahi, coordinadora del Área Académica de la Carrera de Diseño de Indumentaria de la Universidad Nacional de Tucumán.

La comunidad de randeras de Tucumán ha sido muy vulnerada por algunas malas experiencias con diseñadores, entonces fue muy importante trabajar de forma colaborativa. Los diseñadores y randeras tuvieron que ceder en alguna medida ciertos conocimientos anclados desde las diferentes prácticas. A modo de ejemplo, erradicar del lenguaje ciertos casos como “mi randerá” o ciertas cuestiones que a veces aparecían en el ámbito del diseño como el encargo.” (Mizrahi, 2018: 23).

En diálogo con esta experiencia, desde el MATRA del Ministerio de Cultura de la Nación¹⁴⁰ se impulsó la generación paulatina de una certificación de buenas prácticas, como herramienta de reflexión propuesto para salvaguardar los derechos de los artesanos/as en relación con el reconocimiento de sus aportes creativos y el pago justo de sus productos (Amarilla, 2018, 2020/2021). A partir del año 2015 se desarrolló un formulario de certificación del trabajo colaborativo inspirado en la experiencia *SANGAM Project. A Platform for Craft-*

¹³⁹ Para profundizar los estudios sobre la dimensión ética en la relación artesanía-diseño a nivel regional, véase: Sandoval Valle, 2021; Alvarez Saavedra, 2021; Martinez Loera 2020/2021; Morales Gonzalez y Del Moral Zamudio, 2020/2021.

¹⁴⁰ La alianza del MATRA (Ministerio de Cultura de la Nación) con la la Facultad de Arquitectura de la Universidad Nacional de Tucumán y otras organizaciones de la provincia de Tucumán se consolida con la presentación del Programa “Las randas del tiempo, modelo de salvaguardia del Arte Textil El Cercado” a la Convención del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, y su candidatura para la inscripción al Registro de Mejores Prácticas de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en el mes de marzo de 2015

Design Partnerships, iniciativa ubicada en RMIT School of Art (Australia). Este proyecto se estructuró a partir de dos principios fundamentales: el *derecho a saber* y el *derecho a ser conocido* (Véase Cuadro 5). Desde estos dos ejes se abordó no sólo la honestidad acerca de los orígenes y los resultados obtenidos en el desarrollo de los productos, sino también el respeto por los aportes creativos.

Cuadro 5. Principios de SANGAM Project

DERECHO A SABER	DERECHO A SER CONOCIDO
- Se comparte información precisa sobre la producción, diseño, embalaje y medio de venta -Las condiciones de pago son acordados de antemano, incluyendo el precio de venta final del producto terminado en tienda -Los acuerdos son respetados -Se solicita el permiso de las comunidades antes de copiar sus diseños -Se solicita el permiso de los diseñadores antes de copiar sus diseños.	-Es posible la interpretación creativa de común acuerdo, en la fabricación y uso de productos -Todos aquellos que han hecho una contribución significativa en el emprendimiento son mencionados en etiquetas o gráficas -El pago se realiza en o por encima de la tarifa estándar -La producción no implica un riesgo para la salud o condición social -Los costos de instalación o herramientas se recuperan en utilidades acordadas previamente -El diseñador o los artesanos involucrados no venden más barato al por mayor.

Fuente: SANGAM, 2009.

La puesta en marcha del Programa *A Cercando* abrió la posibilidad de poner a prueba las dimensiones planteadas por la certificación de buenas prácticas impulsada desde el MATRA, y sumar aquellas que faltaban precisar. En esta dirección, la certificación se definió a partir de dos ejes principales: honestidad en el desarrollo y en el destino del producto. Estos ejes fueron trabajados en otros encuentros como oportunidad de amplificar las posibilidades de discusión de los distintos actores vinculados al sector artesanal y de construir consensos sobre la alianza artesanía-diseño a través de las propuestas generadas desde el Ministerio de Cultura de la Nación. Así, para la elaboración gradual de esta certificación se coordinaron distintas reuniones tituladas *SANGAM: Código de Buenas Prácticas entre Artesanía y Diseño*, realizada en Tecnópolis (Villa Martelli, pcia. de Buenos Aires) en el año 2014, y la convocada en Tienda INKA en el Barrio de Belgrano (CABA) en el año 2015.

La institucionalización de las instancias de intercambio entre artesanos y diseñadores en los espacios de educación superior se configuró como un proceso paulatino de consolidación y profesionalización de las dinámicas generadas a partir de la alianza artesanía-diseño y los valores de la sostenibilidad en la moda. De esta manera, se destacan las carreras de diseño de indumentaria textil y moda en clave sostenible en las universidades públicas y privadas y

en los centros de formación profesional y universidades privados, entre ellos: la especialización en “Sociología del Diseño” de la FADU-UBA, la Especialización en “Diseño Textil y de Indumentaria” de la FAUD-UNC, la carrera *diseño de indumentaria y Textil* de la Universidad de Palermo, el programa de formación de “Líderes para el cambio en el Sector Textil y de la Moda” coordinado por la *Red Argentina del Pacto Mundial* (ONU) y *Centro Textil Sustentable*, la formación profesional “Diseñador de moda sustentable” y “Diseñador y técnico de moda sustentable” en la *Escuela Argentina de Moda* (EAMODA) y el Curso “Moda Sostenible” del *Centro de Estudio Profesionales Espacio Buenos Aires*.

En este marco, se destaca la primera edición del *Programa de Residencias de Estudiantes de Diseño y Artesanos* coordinada por la Facultad de Arquitectura, Diseño y Arquitectura (FADU-UBA), el Fondo Nacional de las Artes (FNA) y las artesanas de Red Puna de la provincia de Jujuy, se propuso en calidad de viajes de intercambio entre los saberes ancestrales de la producción artesanal del norte argentino y las herramientas contemporáneas de diseño. Lanzado en agosto de 2017 durante la *III Bienal de Diseño de la FADU-UBA* este programa fue caracterizado por su Decano como un convenio importante en la medida que permitía visibilizar la carrera de Diseño “que hoy es de interés estratégico para el país” y articular con otras organizaciones artesanales, con la intención de potenciar este tipo experiencias de intercambio a nivel federal (FNA, 2017). Desde la Subsecretaría de Vinculación (Secretaría de Hacienda, FADU-UBA) se sostuvo: “Para nosotros desde una universidad nacional es importante dejar esta impronta en la formación de nuestros graduados y participar de esta actividad que promueve el encuentro entre saberes para, a partir de ello, generar uno nuevo.” (FNA, 2017). Durante la presentación del programa en la bienal fue posible reconocer las distintas trayectorias institucionales, profesionales, territoriales y personales involucradas en esta iniciativa. Si desde la FADU y el FNA se celebró la oportunidad de generar redes de intercambios y espacios de encuentro entre las artesanías, el diseño y el patrimonio, desde el equipo interdisciplinario de *Red Puna* se insistió en el potencial de este tipo de propuestas para abrir la universidad a otras realidades y al crecimiento en sentido colectivo.

Consideramos algo muy rico que la universidad se acerque al mundo campesino, a otro campo distinto al que en general la universidad se acerca. Nos parece que está bueno porque es una manera de que mientras se van formando puedan conocer otras realidades, que los re-necesitan, necesitan estos saberes y de estos conocimientos y a su vez se enriquecen con todos los saberes y conocimientos de las artesanas.

Fundadora de *Red Puna*. Agosto 2017

Estamos trabajando muy orgullosamente porque este trabajo nos dignifica como personas, como mujer, como revalorización de la cultura, para nuestros hijos y nuestros jóvenes. Esperamos que a ustedes también les sirva este proyecto, vamos a seguir adelante entre todos para poder transmitir, transformar nuestro trabajo con experiencias de cambio.

Artesana de *Red Puna*. Agosto 2017

Los diseñadores que participaron en *Red Puna*, ya sea como parte de proyectos o como pasantes en la organización, se presentaron como capacitadores empáticos a las técnicas y saberes de la comunidad a la hora de caracterizar su trayectoria personal y profesional con las artesanas. Para los diseñadores y las diseñadoras “conectados” con *Red Puna*, el intercambio de experiencias y procesos con las artesanas les permitió conocer una realidad distinta con la “mística” de la producción artesanal, generar lazos de confianza y comprender el potencial de la alianza artesanía-diseño en lo humano y en lo laboral-comercial. La creación del programa de residencia fue percibida como parte de un proceso necesario para el fortalecimiento de este tipo de experiencias y el “despertar” de una nueva sensibilidad en la comunidad de estudiantes de la FADU. Esta nueva sensibilidad que “conecta” mente y corazón en clave de *slow business*¹⁴¹, se propuso como perfil profesional proyectado y legitimado desde la universidad.

Hoy, para mí, concretar las residencias es un enorme paso para que muchas nuevas mentes y corazones puedan conectarse. En el fondo lo que queremos es despertar el ánimo en la comunidad universitaria... tiene que ver con abrir esta sensibilidad.

Martín Churba, colaborador de *Red Puna*. Agosto 2017

Si tienen la posibilidad de ir a *Red Puna* va a ser super importante para ustedes, para su carrera, para el país. Esto no es un hobby, es un oficio, y puedes hacer de esto una salida laboral. Me parece que tiene muchísimo futuro, y los artesanos tienen la posta.

Diseñadora pasante de *Red Puna*. Agosto del año 2017

Durante la residencia desarrolla en noviembre de 2018, las estudiantes seleccionadas se alojaron durante diez días en comunidades de artesanas en la provincia de Jujuy, convivieron con ellas y realizaron su pasantía en el territorio. Allí, participaron de talleres “réplica” en las micro redes para compartir diversas instancias de capacitación práctica. También recibieron información sobre la historia del trabajo llevado adelante con las artesanas a nivel organizativo, su formación en diseño y encuestiones de género. Por otro lado, las artesanas de *Red Puna* que participaron del programa cursaron cuatro módulos de capacitación desarrollados especialmente por la FADU-UBA: Moldería y progresión de talles, Comercio, Marketing y Venta digital. Además, todos los participantes de la residencia compartieron la presentación de la experiencia “Tramando” del diseñador Martín Churba en colaboración con *Red Puna*. Esta experiencia fue divulgada a través de un video oficial compartido desde el canal de youtube del FNA¹⁴², donde se mostró parte de las vivencias de las diseñadoras y artesanas. Así, las diseñadoras fueron construidas en su rol

¹⁴¹ Esta idea de unir mente y corazón en el contexto empresarial y emprendedor se encuentra ligado a los planteos del *slow business*, como expresión actual del paradigma *slow* a nivel global. Véase: Barquero Martínez, 2015.

¹⁴² Fuente: canal de youtube fnaargentina, 2018

de “intermediario” sensible, capaces de “tender puentes” entre lo rural y lo urbano y generar a largo plazo la sensación de comunidad y pertenencia con nuestra cultura. El diseñador Martín Churba expresó que “cada uno de estos residentes puede ser un arquitecto de un nuevo puente, un ingeniero, los obreros y de esa manera, lograr sensación de comunidad y de pertenencia con esta cultura, que a veces parece de otro país y en realidad es nuestra cultura”¹⁴³. En este sentido, la fundadora de *Red Puna* reforzó con su relato la idea de vincular a los estudiantes de las carreras de diseño a estas experiencias, alentando el desarrollo de un perfil profesional en relación con el sector artesanal.

Además, en el video se recuperaron los testimonios de dos estudiantes de diseño, quienes expresaron la necesidad por un lado de conectar con “lo social” desde el acercamiento a la cotidianeidad de las comunidades de artesanos y por el otro, de valorizar y aprovechar la riqueza de nuestra cultura, cuestionando la actitud de “mirar siempre a Europa, a Occidente”. Otro de los diseñadores que acompañó a las artesanas de Red Puna en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires expresó la idea de “intercambios beneficiosos para ambas partes”, reconociendo para los estudiantes de la FADU una posibilidad de generar una salida al exterior, de no perder las raíces argentinas a la hora de diseñar, de conocer las fibras autóctonas del país y la variedad de tintes naturales. Como cierre se presentaron los testimonios de dos artesanas, quienes expresaron el deseo de continuar formándose en diseño, en cuanto aporte técnico de “aquellos que se dedican a estudiar” y consideraron esta residencia como una posibilidad de actualizarse para “ser más creativas”. Con la frase “Creemos en los que crean” (Véase Imagen 16), el video culminó con la imagen grupal de las artesanas en Buenos Aires y las diseñadoras en Jujuy, como caras de una misma moneda.

Imagen 16. Secuencia final de video Programa de Residencias FNA – FADU



Fuente: canal de youtube fnaargentina, 2018

¹⁴³ Fuente: canal de youtube fnaargentina, 2018

Desde el Facebook de *Red Puna* fue posible recuperar esta experiencia desde la propia organización de artesanas, quienes describieron la residencia como “un intercambio fructífero, de enriquecimiento mutuo y el primero de muchos por venir” (Artesanías Red Puna, 4/11/18. Facebook). Además, destacaron la posibilidad de unir los saberes ancestrales con los académicos, generando instancias de aprendizaje colectivos. Así, a través de tres publicaciones se narró lo sucedido en la residencia con breves comentarios y un registro fotográfico de los encuentros. Como cierre de la primera etapa de intercambio compartieron fotos grupales en momentos de trabajo y como recuerdo del último día expresaron: “Todes muy contentos. Se tendieron puentes entre culturas, generaciones, saberes ancestrales y académicos, que comenzamos a transitar. Gracias a todes. Hoy las artesanas en Bs As listas para mañana asistir a clases en la FADU” (*idem*). Finalmente, se compartió la segunda etapa del intercambio, donde las artesanas asistieron a talleres en la FADU, como parte de un recorrido virtuoso para ambas partes. Acompañado de imágenes del workshop en “Tramando”, se realizó el siguiente post: “Hoy terminó la segunda etapa del intercambio con un workshop en Tramando. Durante la semana las artesanas tomaron clases en la FADU. Agradecidas con todxs lxs que permitieron que esta experiencia sea posible” (Artesanías Red Puna, 16/11/18. Facebook).

Por otra parte, una de las artesanas de *Red Puna* me manifestó en una comunicación personal¹⁴⁴ que la capacitación en diseño formó parte de un proceso largo y complejo para la organización. Así, matizó los relatos celebratorios sobre la residencia, acentuando las dificultades que atravesaron para hacer del diseño “algo propio”. En este intercambio con las estudiantes de la FADU la artesana mencionó que fue fundamental que ellas pudieran darse cuenta de que las artesanías son piezas únicas: “no podemos hacer dos telas iguales, las llamamos únicas, los vellones son únicos, lo que se han llevado las diseñadoras es que las artesanías son únicas”. De este modo, expresó el valor de seguir avanzando en el aprendizaje de ambas partes, es decir “que los diseñadores tengan un poquito de nuestra mirada, y nosotras del suyo, que las artesanías tengan un toque de diseño”.

Finalmente, estas experiencias de capacitaciones e intercambios generadas desde el Estado y las universidades han permitido el desarrollo de productos con trayectorias porosas, inestables y versátiles en los mercados actuales de los bienes simbólicos, donde la alianza artesanía-diseño los posicionó como nuevos bienes de lujo asociados al desarrollo sostenible. En este sentido, han recibido reconocimientos a través de premios o sellos de calidad siendo los diseñadores y diseñadoras

¹⁴⁴ Testimonio de artesana de *Red Puna*. Entrevista personal realizada el 10 de diciembre de 2019.

los gestores de estas instancias de (auto)legitimación, destacándose la participación en los Concursos de Artesanías del Fondo Nacional de las Artes y el sello “BuenDiseño Argentino” otorgado por el Plan Nacional de Diseño del Ministerio de Desarrollo Productivo. En este itinerario también fue posible distinguir proyecciones profesionales flexibles y graduales que se configuraron en torno a las potencialidades y contradicciones de las asesorías técnicas y mesas colaborativas. Así, estas proyecciones se presentaron como recorridos posibles en un escenario glocal signado por el valor de lo artesanal, lo hecho a mano, la creatividad y la sostenibilidad como motores de la economía.

La universidad se presentó como una institución clave en el desarrollo gradual de la alianza artesanía-diseño a través del surgimiento de instancias de asesorías y mesas colaborativas, que fueron potenciando perfiles profesionales empáticos con la identidad del sector artesanal. La profesionalización de los diseñadores y las diseñadoras en esta dirección necesitó de la apertura de propuestas específicas de formación, donde aprender no sólo la dimensión procesual, sino también su dimensión ética basada en el cuidado del medio ambiente. De esta manera, la puesta en valor de la materia prima local, los tintes naturales, las técnicas tradicionales y la comunalidad de las organizaciones artesanales fue impulsada por las universidades nacionales como parte de los perfiles profesionales fomentados desde la academia, encontrándose la facultad y el territorio a través de la selección de ciertas prácticas y sentidos contruidos como legítimos entre diseñadores y artesanas.

Balance

A través del recorrido propuesto en este capítulo a partir de las políticas culturales del *Mercado de Industrias Creativas Argentinas* (Ministerio de Cultura de la Nación), el Festival *Ancestral y Contemporáneo* (Dpto. de Industrias Culturales, ICCh) y las iniciativas coordinadas desde las universidades nacionales entre artesanos/artesanas y diseñadores/diseñadoras, fue posible dar cuenta de la construcción de la alianza artesanía-diseño como encuentro virtuoso capaz de insuflar a las industrias creativas locales y a los perfiles profesionales del diseño de los valores de lo hecho mano y la materia prima en clave federal. Así, mediante las “Pasarelas Nacionales”, las mesas colaborativas, las muestras interdisciplinarias y la coordinación de residencias de intercambio, se fueron legitimando ciertos tipos de prácticas, trayectorias e imaginarios profesionales individuales y colectivos.

Si durante el kirchnerismo se posicionó a las artesanías dentro del MICA en tanto expresión del patrimonio vivo asociado a los valores de “la Nación” y la “Patria Grande”, durante el macrismo formaron parte del fortalecimiento de los relatos oficiales sobre el emprendedurismo como representación del trabajo creativo. En este marco, a partir de los pre-MICA regionales en el año 2012 se definió la “Pasarela Nacional” a modo de cierre del evento, como espacio de legitimación simbólica de la alianza artesanía-diseño arraigada en la diversidad de nuestro país. Así, el sector del diseño de indumentaria local en su interacción con el sector artesanal se abrió a un despliegue de oportunidades formales y a imaginarios que le permitió “contar una historia” a través de sus productos. A nivel regional el desarrollo del primer *Mercado de Industrias culturales del Sur* (MICSUR) en el año 2014 amplificó esta propuesta, en relación con las políticas de integración latinoamericana.

En las distintas ediciones del MICA gestionadas durante el macrismo se continuó promoviendo la artesanía en su vinculación con el diseño, en tanto posibilidad de dotar de identidad a las industrias creativas y de estrategias productivas caracterizadas por el cuidado del medio ambiente, la utilización de fibras naturales y los valores de lo hecho mano. La publicación del *Dis.glosario* en el MICA 2017 fue una síntesis de esta política nacional orientada a consolidar la unión de la artesanía-diseño como valor económico y simbólico, construyéndose lo artesanal en calidad de dimensión transversal que define a este sector. Además, en el año 2018 se lanzó el *Programa Artesanado Argentino* y su marca *Saber hacer, hacer saber*, iniciativas orientadas a una proyección internacional de la artesanía en los mercados globales ligados al nuevo lujo. Así, en sintonía con los lineamientos de la *Economía*

Azul promovidos por la Secretaría de Gobierno de Ambiente y Desarrollo Sustentable (SayDs), este programa incentivó el resguardo del patrimonio artesanal nacional como parte de los consumos contemporáneos asociados al paradigma de la sostenibilidad. En este contexto, la creación del sector artesanías y sus rondas de negocios dentro del MICA 2019 visibilizó el potencial de esta área para el impulso de las industrias creativas nacionales, con una fuerte proyección internacional en los mercados de bienes simbólicos.

Desde la escena cultural chaqueña la alianza artesanía-diseño fue impulsada por el Instituto de Cultura del Chaco. A través de las distintas ediciones del *Festival Ancestral y contemporáneo* a partir del año 2017 se fueron consolidando las mesas colaborativas en clave de “co-creación” y muestras interdisciplinarias que permitieron posicionar a la artesanía como pieza única y a la artesana indígena como “genia” creadora, poseedora de una creatividad innata. Así, este festival posibilitó reunir distintas disciplinas artísticas y creativas en un mismo evento, en tanto instancia de legitimación de los valores ligados al co-labor, la identidad local, el cuidado del medio ambiente, y la interculturalidad.

En este recorrido por las propuestas federales activadas desde la provincia del Chaco, visibilizar las iniciativas territoriales impulsadas por la *Junta Unida de Misiones* y el *Consejo Carashe* implicó atender a las diversas formas de gestionar el desarrollo de la alianza artesanía-diseño. De este modo, esta relación se abrió a un abanico de posibilidades donde la intuición, el pragmatismo, la experiencia con diseñadoras, impulsó la generación de distintas exploraciones en las morfologías y estrategias de mercado desde las artesanas indígenas. Estos itinerarios que se desplegaron en los márgenes de la cartografía cultural de la provincia impulsaron otros imaginarios sobre la alianza artesanía-diseño y las artesanas indígenas. Resultó significativo reconocer en las distintas ediciones del *Festival Ancestral y Contemporáneo* la exhibición de las artesanías de estas organizaciones como instancia de reconocimiento estatal de aquellas propuestas. De esta manera, las instancias de negociación con los eventos oficiales definieron estrategias versátiles para el desarrollo y visibilización de esta alianza.

Desde las universidades nacionales se fueron definiendo distintas propuestas de formación ligadas al sector artesanal, como una oportunidad de impulsar gradualmente perfiles profesionales asociados al binomio estética-ética. El desarrollo de una ética profesional inspirada en la colaboración, la empatía, la confianza, el respeto, el cuidado del medio ambiente y la valorización de lo nuestro, descentró a la universidad como única “usina” del conocimiento, para abrirla a otras experiencias territoriales y a sus saberes. La generación de experiencias

colaborativas y de protocolos de buenas prácticas se configuró como parte de las acciones impulsadas por las universidades nacionales para la creación de redes de trabajo federales y situados. Así, el *Programa de Residencias de Estudiantes de Diseño y Artesanas* coordinado por la FADU-UBA y el FNA constituyó un ejemplo de las instancias de institucionalización de la formación orientada a la alianza artesanía-diseño, en tanto parte de los perfiles profesionales legítimos proyectados desde la educación superior. En este sentido, este programa de residencias se presentó como impulso de una nueva sensibilidad en los diseñadores y diseñadoras expresada en la idea de “unir la mente con el corazón”. Así, esta nueva sensibilidad necesitó de instancias de formación e intercambio específicas, que lejos de presentarse a través de currículas rígidas se fue construyendo en la interacción entre los estudiantes de diseño junto con las artesanas como un proceso a largo plazo.

Asimismo, el rol de los diseñadores y las diseñadoras como “puente” entre lo rural y lo urbano atento a las necesidades de las comunidades de artesanos en calidad de “socios creativos”, implicó reconstruir las discusiones sobre las buenas prácticas en la alianza artesanía-diseño y la definición de identidades profesionales versátiles. La dimensión patrimonial abrió interrogantes sobre la sostenibilidad económica, social, ambiental y cultural. En este capítulo quedó expresada la necesidad de superar abordajes esencialistas y celebratorios, reconociendo la emergencia de las conflictividades y negociaciones permanentes que se activan en la actualización de la alianza artesanía-diseño.

Un ejemplo claro de estas negociaciones quedó expresado en la presentación de la colección *Artesanía & Diseño* en MALBA Tienda, como parte de las acciones impulsadas por el *Programa Artesanado Argentino* y su marca *Saber hacer, hacer saber* en el año 2018. Así, Esta exposición condensó las tensiones que atraviesan la alianza artesanía-diseño. La muestra fue el resultado de un workshop en tanto invitación para reinventar ciertas piezas artesanales desde la mirada curiosa, lúdica y experta de los diseñadores y las diseñadoras locales. La intervención de los profesionales del diseño en las artesanías de organizaciones y fundaciones de todo el país se presentó como una oportunidad para renovar estos “ready made ancestrales” y proyectar nuevos circuitos de comercialización, como expresión de su potencial en los mercados de los bienes simbólicos contemporáneos.

La exhibición de los prototipos desarrollados durante el workshop fue presentada en la tienda como productos ya acabados, que lograban reunir en un mismo objeto los saberes tradicionales y la capacidad innovadora del trabajo creativo. Por ende, el diseño en tanto valor agregado permitió reposicionar a las artesanías como piezas únicas con identidad como

consecuencia del accionar de diseñadores y diseñadores que operaron acercando lo rural con lo urbano. Como síntesis de esta experiencia, en una de las pantallas de la tienda se proyectaba un video en loop donde se hacía un contrapunto entre las artesanas tejiendo solas en la inmensidad de un paisaje casi atemporal, y las vivencias colectivas y vitales de los diseñadores y diseñadores durante el workshop. De este modo, la dicotomía *arte-artesanía* pareció reactualizarse en el binomio artesanía-diseño, definiéndose la artesana como reserva de un patrimonio vivo y al diseñador como profesional cosmopolita y receptivo a la diversidad cultural.

Desde las políticas impulsadas por el Estado y las universidades se configuró gradualmente la alianza artesanía-diseño como binomio virtuoso que operativiza ciertos imaginarios, valores, prácticas y sentidos sobre la diversidad cultural, el federalismo, la creatividad y el emprendedurismo. Así, entre pasarelas, muestras, capacitaciones y trabajo colaborativo, se promovieron nuevas posibilidades y negociaciones entre el sector artesanal y del diseño de indumentaria local.

CONCLUSIONES

Recuperando la pregunta planteada al comienzo de esta tesis sobre cómo abordar el “encuentro” entre la producción artesanal indígena, el diseño de indumentaria argentino y la moda sostenible en la generación de propuestas de valor para el mercado de los bienes simbólicos contemporáneos, mi investigación se centró en el estudio de la alianza artesanía-diseño como proceso colectivo e histórico impulsado en plena crisis del año 2001 en nuestro país. El fin de la convertibilidad y el cierre de las importaciones implicó un reposicionamiento de la artesanía indígena en calidad de insumo dentro de los espacios productivos locales, con una fuerte proyección en los mercados del mundo. En este sentido, el surgimiento del diseño de indumentaria nacional y la definición de una comunidad de diseñadoras-emprendedoras provenientes de las capas medias de la sociedad significó la construcción gradual de distintas estrategias productivas en relación con el sector artesanal, proyectando una oportunidad de crecimiento profesional y personal en un contexto signado por la inestabilidad y la incertidumbre.

Eventos internacionales como el derrumbe del edificio textil *Rana Plaza* en Dhaka, Bangladesh, en 2013 amplificaron la idea de crisis como oportunidad y la generación de propuestas desde el mundo de la moda para la resiliencia ecológica y humana, enfocadas en la puesta en marcha de emprendimientos de baja escala, la utilización de materias primas autóctonas, la incorporación de técnicas artesanales y la inspiración en imaginarios propios. La puesta en marcha a partir del año 2015 de la *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible* de la ONU logró contener esta diversidad de iniciativas estéticas y éticas, en tanto expresión del avance de la sostenibilidad en calidad de paradigma glocal. Así, el impulso de los *Objetivos de Desarrollo Sostenible* fue un catalizador de distintas consignas y tradiciones -por ejemplo, el del “Buen Vivir” indígena-, enmarcando la consolidación de la moda sostenible local como espacioproductivo autónomo.

De esta manera, la moda sostenible local logró aunar distintas experiencias vinculadas tanto a la alianza artesanía-diseño, como al *upcycling* y la regla de las 3R (Reducir, Reutilizar y Reciclar). El incentivo para el fortalecimiento de la alianza artesanía-diseño dentro del diseño de indumentaria se fue construyendo paulatinamente como una posibilidad de arraigar la moda y “contar a través de las prendas una historia” inspirada en la materia prima autóctona y los

imaginarios locales. La definición de esta alianza implicó una trayectoria ligada al fortalecimiento de una industria creativa nacional, para luego ser contenida por los lineamientos del desarrollo sostenible como parte de las acciones promovidas por una comunidad crítica al *fast fashion* y a la cultura del descarte. Por ende, estas experiencias fueron resignificadas como iniciativas impulsoras de una moda ética, respetuosa del planeta.

Si en los avances alcanzados en mi tesis de maestría visibilicé el accionar de una comunidad de diseñadoras-emprendedoras definidas por el trabajo mancomunado con artesanas en la creación de sus emprendimientos, durante el doctorado se hizo urgente la necesidad de reponer la mirada de las mujeres indígenas sobre estas iniciativas y en sus propias experiencias productivas. Partiendo de esta *emergencia* (De Sousa Santos, 2006, 2009) del presente, inicié un camino para encontrarme con las voces de las artesanas, a veces obturadas por los discursos de las diseñadoras, los funcionarios, los miembros de ONG, las fundaciones y la prensa local. El encuentro con ellas formó parte de los desafíos de mi proceso investigativo y de mi capacidad para armar una red de contactos desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a las provincias de Jujuy, Chaco y Formosa.

Seguir las trayectorias analógicas y digitales de las artesanías me permitió, por un lado, orientar mi análisis al estudio del sector artesanal indígena en su interacción con el sector del diseño de indumentaria local y por el otro, propiciar instancias de intercambio y colaboración con las artesanas, donde los métodos devinieron en espacios de creación situados, experimentales e inestables. Evitando caer en una especie de “seducción etnográfica”, basada en aproximaciones voluntaristas o miradas esencialistas, las tensiones y acuerdos formaron parte de mi experiencia de campo a la hora de concretar las instancias de intercambio. En este sentido, el desarrollo de investigaciones colaborativas implicó deconstruir a la universidad como única fuente de conocimiento, capaz de involucrarse desde la palabra escrita, el gesto de la oralidad y el cuerpo en acción, con otras formas de producir los saberes que desafíen visiones compartimentadas y sesgadas sobre la mujer indígena.

La implementación de un abordaje cualitativo de corte *etnosociológico* me posibilitó poner en diálogo los lineamientos de la *etnografía multilocal*, el *cosmopolitismo etnográfico*, la *antropología visual* y la *historia oral*, abriendo estrategias metodológicas flexibles junto a las artesanas donde las fuentes visuales y orales formaron instancias abiertas para la reflexión. El trabajo con las imágenes motorizó nuevas maneras de plantear mi quehacer etnográfico, donde la utilización y realización de las fotografías fueron cruciales para repensar los lenguajes y soportes de los saberes colaborativos y activar otros imaginarios sobre la producción

artesanal. Ante el avance en el territorio de ejes para la acción ligados a la cooperativización y la “lógica de pedido”, el reconocimiento de diferentes formas de pensar la organización y comercialización de las artesanías desde las propias artesanas significó abrirse a las dificultades de definir alternativas que tensionen los actuales “mandatos de la diversidad”.

A través del estudio de las artesanas indígenas como *proveedoras estratégicas* del diseño de indumentaria y su participación en asesorías técnicas, mesas colaborativas, pasarelas y muestras interdisciplinarias, distinguí la construcción de nuevas subjetividades afecto-comerciales y dinámicas productivas. Así, presenté un doble gesto de visibilización: por un lado, de la formación intergeneracional de los saberes artesanales entre las mujeres indígenas, su vinculación con la disciplina del diseño, la “lógica de pedido”, las distintas formas de organización artesanal y las alianzas generadas desde el territorio y por el otro, del diseño de indumentaria argentino a partir de las propuestas llevadas adelante por una comunidad de diseñadoras, quienes reconocieron como guía la intuición y su “conexión” con la naturaleza. Esta visibilización me permitió poner en diálogo los estudios sobre la producción artesanal indígena y el diseño de indumentaria local, que amplificaron la capacidad de análisis de ambos sectores. Así, resultó clave atender a la diversidad de trayectorias, lógicas y saberes movilizados por las artesanas, donde la formación artesanal se definió tanto en la transmisión de saberes dentro del ámbito familiar, como en instancias de aprendizaje formal a partir de capacitaciones y cursos específicos. Por otra parte, fue posible aprehender cómo la intuición, la adaptabilidad, la improvisación y la afectividad, repercutieron de manera particular en los modelos de negocios y en la incorporación del “espíritu de cálculo”.

La construcción de un *universo de creencias* (Bourdieu, 2014b) sobre la alianza artesanía-diseño como valor y de las artesanas como hacedoras genuinas de piezas únicas y auténticas, se configuró como impulsor de nuevas oportunidades para el mercado de los bienes simbólicos. En esta dirección, las mujeres indígenas y sus artesanías fueron “descubiertas” por diseñadoras, miembros de ONG, universidades, periodistas, funcionarios y organizaciones internacionales, que de forma “desinteresada” valoraron sus saberes y el potencial de su interacción con el diseño. Las artesanas fueron *consagradas* como mujeres “empoderadas”, portadoras de saberes ancestrales y de un espíritu comunitario motor de iniciativas significativas a nivel glocal por los grandes “administradores” de la diversidad cultural contemporánea y por una comunidad de diseñadoras-emprendedoras pertenecientes a los sectores medios de la sociedad. También, desde los medios de comunicación masiva, se enfatizó su caracterización como lideresas nativas del desarrollo sostenible que aúnan de manera armoniosa la labor

artesanal, con su capacidad de generar alianzas con diversos actores. No obstante, los medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares, las organizaciones territoriales ligadas a la producción artesanal y los relatos de las propias artesanas complejizaron estos imaginarios a partir de las iniciativas construidas desde el territorio, visibilizando su participación activa en movilizaciones, cortes de ruta y reclamos colectivos.

Si bien el sector de la artesanía indígena local en su vinculación con el diseño de indumentaria fue *consagrado* “desde arriba” por una red de organismos internacionales, estatales y los propios colectivos de diseñadoras como una alianza virtuosa, las artesanas y sus organizaciones territoriales problematizaron el rol de las diseñadoras a la hora de coordinar los encargos, distinguir los aportes creativos, acordar un precio justo y resguardar la dimensión patrimonial frente a la reingeniería de sus productos. Por lo tanto, recuperando los planteos de las propias artesanas, ONG, fundaciones y organizaciones sociales expresé las conflictividades arraigadas en las experiencias productivas artesanales, donde la interacción con los profesionales del diseño estuvo signada por una negociación permanente sobre los procesos y sentidos legítimos.

Profundizar en el análisis de iniciativas artesanales indígenas implicó atender a las contradicciones que suscita la “lógica de pedido” y el rol del diseño como parte de los aprendizajes que se negocian, resisten y resignifican dentro de las comunidades de artesanas, promoviendo la selección y *consagración* de ciertas trayectorias “desde abajo”. Si bien fue posible distinguir la implementación y reconocimiento de la “lógica de pedido” a través de la puesta en marcha de capacitaciones específicas, la misma se recuperó de manera diversa y estratégica desde el territorio. Esta multiplicidad de acciones sostenidas por las artesanas visibilizó un proceso gradual de autonomía de las mujeres indígenas, quienes se auto perciben como trabajadoras ligadas a saberes ancestrales y comunitarios. Así, lograron poner en marcha distintas formas de organizar su producción y alcanzar nuevos canales de comercialización. El proceso de autonomización les permitió concretar una retribución no sólo material a través del acceso a un ingreso personal, sino también simbólica de su saber hacer, a partir del reconocimiento de sus estrategias productivas, que en algunos casos alcanzaron el estatus de marca de diseño artesanal, ligada a la elaboración de prendas únicas con técnicas tradicionales. También les permitió la definición de estrategias de precios flexibles, capaces de asimilar y tensionar la “lógica de pedido”.

En este contexto, las organizaciones ligadas al sector artesanal y las propias artesanas a nivel local y regional han expresado especialmente la necesidad de avanzar en el

reconocimiento económico y simbólico de sus aportes creativos, cuestionando su construcción como meras proveedoras anónimas, aunque esencializadas. En este sentido, ciertas iniciativas estatales y civiles han promovido espacios de encuentro entre artesanas y diseñadoras con la intención de superar concepciones paternalistas y abordajes intuitivos, construyendo a la mujer indígena como sujeto de derecho. No obstante, este encuentro se enmarca en un escenario más amplio signado por la flexibilización e inestabilidad laboral del capitalismo actual, que condiciona las acciones y posibilidades llevadas adelante por estas mujeres.

En esta línea, la sostenibilidad se presenta como un proyecto político global atravesado por asimetrías y disputas de poder en relación con valores, prácticas, procesos e imaginarios contruidos como legítimos. Lejos de ser un paradigma transparente y positivo, la sostenibilidad emerge como un espacio de conflicto y tensión, capaz de impulsar la selección de ciertos sentidos asociados al cuidado del medio ambiente y los saberes tradicionales. En el desarrollo de mi investigación resultó fundamental cuestionar la relación artesanía-diseño-sostenibilidad como “encuentro” aproblemático, en tanto ficción armoniosa proyectada sobre experiencias productivas caracterizadas por el trabajo mancomunado entre artesanas y diseñadoras que necesita de un consumidor consciente y que pueda pagar el precio de estos productos. En ese sentido, esta tesis intenta aportar a un análisis sobre la valuación de las artesanías en su interacción con el diseño de indumentaria en clave crítica, evidenciando la complejidad existente entre lógicas productivas, simbólicas y afecto-comerciales diferentes.

Así, trabajar sobre el encuentro entre ambos sectores impulsó el estudio no sólo de las asimetrías, contradicciones, conflictos y tensiones, sino también de las similitudes, negociaciones y alianzas. La relación entre artesanas y diseñadoras implicó acercarse a una multiplicidad de propuestas sostenidas desde el territorio, a partir de las cuales se generaron posibilidades de acceder o mejorar los ingresos económicos para las familias indígenas, nuevos liderazgos comunitarios e instancias de acuerdo con el Estado e intermediarios. Por ende, resultó fundamental tensionar la definición de imaginarios celebratorios y esencializados de las mujeres indígenas como garantes de la sostenibilidad global difundidas desde organismos locales e internacionales y explicitar las estrategias anfibia, pragmáticas, móviles e ingeniosas promovidas desde las artesanas para concretar la comercialización de sus artesanías.

Mientras la alianza artesanía-diseño se impulsó gradualmente como motor de la sostenibilidad en la moda nacional y las industrias creativas, desde las vivencias de las artesanas esta alianza se abrió como una oportunidad para proyectar acciones colectivas donde la construcción de “lo común” formó parte de las disputas permanentes sobre la definición de los

sentidos, prácticas y saberes comunitarios. El estudio de la producción artesanal indígena contemporánea implicó cuestionar su caracterización desde la idea de *hibridez*, para abordar la *fricción* entre las lógicas comunitarias y capitalistas como conflicto irresoluble, habitando la fertilidad de las contradicciones. Desromantizar la sostenibilidad y la colaboración como prácticas de intercambio en condiciones de igualdad necesitan ser explicitadas para abordar las complejidades y negociaciones siempre abiertas en la alianza artesanía-diseño, como motor dinámico de sentidos, prácticas e imaginarios sobre la diversidad cultural.

Finalmente, propongo continuar avanzando en el estudio sobre los procesos, prácticas e imaginarios que participan en la construcción de valor de la artesanía indígena en su vinculación con el diseño de indumentaria argentino, atendiendo a las disputas de sentidos que moviliza la alianza artesanía-diseño en los mercados de los bienes simbólicos contemporáneos. Partiendo de la relación artesanía-diseño-sostenibilidad como conflicto, sostengo la necesidad de impulsar investigaciones propositivas, colaborativas y arraigadas que visibilicen -ante los intentos reiterados del capitalismo de construir a los pueblos originarios bajo fórmulas esquemáticas y manipulables-, la diversidad de estrategias productivas de las artesanas indígenas como expresión de una politicidad en clave femenina. Así, “entre artesanas y diseñadoras” se abre como una experiencia que aúna la dimensión productiva, afecto-comercial y los múltiples procesos de negociación, cooperación y resistencia desde el sur global.

BIBLIOGRAFÍA

- ACHILLI, Elena (2017) Construcción de conocimientos antropológicos y coinvestigación etnográfica. en Cuadernos de Antropología Social, N° 45. Pp. 7-20.
- ACOSTA, Alejandra (2011) La sustentabilidad del quehacer, en MON, L. (comp.), *Las cosas del quehacer. Debates en torno al diseño de indumentaria en Argentina*, Córdoba, INTI y Centro Cultural España-Córdoba. Pp 60-69
- AGRESTA, Inés y CHAVAT, Gastón (2014) *Diseño artesanal: explorando vínculos*, (tesis de grado), Montevideo: Escuela Universitaria Centro de Diseño.
- AGUILAR CRIADO, Encarnación (2005) “Patrimonio y globalización: el recurso de la cultura en las Políticas de Desarrollo Europeas, en *Cuadernos de Antropología Social*, N° 21. Pp. 51-69.
- ALBANESE, Ana Carolina (2021) La apropiación cultural y su relación con los ODS, *Actas de Diseño 36*, Año XVI, Buenos Aires, Argentina. Pp. 77- 79.
- ALBERTI MANZANARES, Pilar (1998) La organización de mujeres indígenas como instrumento de cambio en el desarrollo rural con perspectiva de género, en *Revista Española de Antropología Americana*, 28, Pp. 189-213.
- ALFARO, Rosa María (2000) Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones, en *Razón y palabra*, N°18, s.p.
- ALONSO Graciela y DÍAZ, Raúl (2018) Cuerpo y territorio desde lo alto de una torre: visibilidad, protagonismo y resistencia de mujeres mapuce contra el extractivismo, en GÓMEZ, M. y SCIORTINO, S. (comp.), *Mujeres indígenas y formas de hacer política: un intercambio de experiencias situadas en Brasil y Argentina*, Temperley: Tren en Movimiento. Pp. 27- 58.
- ALATSIS, Gabriela (2019/2020) El rol de los intermediarios culturales en la producción de la “creencia colectiva”: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes; en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N° 88.Pp. 177-192
- ALATSIS, Gabriela y BELLO, Juan (2019) Espacio, valorización y posiciones: un acercamiento a la circulación de bienes de indumentaria en ferias del sur del Gran Buenos Aires, *XIII Jornadas de sociología, Las cuestiones de la Sociología y la Sociología en cuestión*, Facultad de Ciencias Sociales, Ciudad de Buenos Aires.
- ALVARADO, Margarita y GIORDANO, Mariana (2007) Imágenes de indígenas con pasaporte abierto: del Gran Chaco a la Tierra del Fuego, en *Magallania*, vol. 35. Pp. 15 - 36
- ALVAREZ SAAVEDRA, Eugenia Beatriz (2021) El diseño representado a través de la artesanía. Emprendedores de la etnia Mapuche. Región de la Araucanía, Chile, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N° 90. Pp. 213-225
- AMBROSINI, Cristina (2011) Ética profesional. La ética como mecanismo compensatorio en el mundo globalizado, en *Revista Perspectivas Metodológicas*, N°11, Universidad de Lanús. Pp. 23-38.

- AMARILLA, Roxana (2019) La Randa, Patrimonio Cultural Inmaterial, en: MIZRAHI (comp.), *RandAcerca*, colección Saberes Académicos, San Miguel de Tucumán: EDUNT. Pp. 45-51.
- (2020/2021) Prácticas del Trabajo Colaborativo con artesanos y artesanas migrantes, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Vol.111. Pp. 169-182
- ARANCIBIA, Victor y CEBRELLI, Alejandra (2015), La disputa por los espacios discursivos en los medios de comunicación. Las representaciones sociales como articuladores identitarios, en *Revista Jornaler@s*, N°2, UNSa-ANCyPT -ICSOH. Pp. 234 a 247
- ARANDA, Gabriela (2015) *Huella Wichí. Calzados sustentables con tejidos de chaguar*, Proyecto de graduación, Facultad de Diseño y Comunicación, Buenos Aires: Universidad de Palermo
- ARFUCH, Leonor y DEVALLE, Verónica (comp.) (2009) *Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad global*, Buenos Aires: Prometeo.
- ARMANINI, Felicitas María (2012) *Volviendo a las raíces. Las técnicas textiles tradicionales del noroeste argentino y su influencia en el diseño actual*. (Proyecto de Graduación). Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo
- ARTIEDA, Teresa (2005) Los discursos escolares sobre los indígenas. Continuidades y rupturas a fines del siglo XX, en *Educación, Lenguaje y Sociedad*, Vol. III, N° 3, pp. Pp.59-72.
- (2017) *La alteridad indígena en libros de lectura de Argentina (ca. 1885-1949)*, Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- ASPUAC, Angelina (2019) La lucha de las Tejedoras mayas de Guatemala”, en *Argumentos para la Defensa y Protección del Patrimonio Cultural de Pueblos y Comunidades Indígenas y Afrodescendientes en México y América Latina*, Ciudad de México: Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). Pp. 55-68.
- APPADURAI, Arjun (1991) Introducción: las mercancías y la política del valor, en APPADURAI, A. (ed), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Conaculta/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). Pp 17-87
- (2001) Dislocación y diferencia en la economía cultural global, en *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Trilce, FCE. Pp 41-61.
- BALBI, Fernando (2012) La integración dinámica de las perspectivas nativas en la investigación etnográfica, en *Intersecciones en Antropología*, N° 13. Pp. 485-499.
- BALDASARRE María Isabel y GIANNINI, Ana Clara (2018) ¿Cuánto vale una obra de arte? Valuaciones artísticas en Buenos Aires a través de las subastas, 2000-2016, en: Wilkis (comp.), *El poder de (e)valuar. La producción monetaria de jerarquías sociales, morales y estéticas en la sociedad contemporánea*. editado por Ariel Wilkis, 1° edición UNSAM, Universidad del Rosario. Pp. 185-201.
- BARQUERO MARTÍNEZ, Alberto (2015) *Cultura slow down ¿moda o evolución cultural?*, Universidad Nacional de Costa Rica
- BAUMAN, Zygmunt (2010) *La globalización. Consecuencias humanas*, Trad. Daniel Zadunaisky, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

- BAYARDO, Rubens (2016) Creatividad y políticas culturales públicas en la Ciudad de Buenos Aires a comienzos del siglo XXI, en *Etnografías Contemporáneas*, 2(3). Pp.160-174.
- BELTRÁN, Gastón y MIGUEL, Paula (2011) Emprendedores creativos. Reacomodamientos en trayectorias de la clase media por la vía de la inversión simbólica, en RUBINICH L. y MIGUEL P. (editores), *Creatividad, economía y cultura en la Ciudad de Buenos Aires 2001-2010*, Buenos Aires: Aurelia Rivera. Pp. 225-250.
- BELLO KNOLL, Susy Inés (2020/2021), La asociatividad y la sostenibilidad, Cuaderno 106, Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Año XXIII, Vol.106, Buenos Aires, Argentina. Pp. 45-53.
- BENEDETTI, Cecilia (2012) Producción artesanal indígena y comercialización: entre los “buenitos” y los “barateros”, en *Maguaré*, vol. 26, N°1. Pp. 229-262
- (2014) introducción, en *La diversidad como recurso. Producción artesanal chané destinada a la comercialización e identidad*. Buenos Aires:Antropofagia. Pp. 13-28.
- (2019) De la “industria del piquete” al “paraíso verde”. Turismo y pueblos originarios en un municipio del norte argentino”, en *Revista de Antropología Social de la Universidad Complutense de Madrid*, 28 (1). Pp. 1-21.
- BENEDETTI, Cecilia y CARENZO, Sebastián (2007) Producción artesanal indígena: una aproximación a la problemática en la comunidad Chané de Campo Durán (Salta, Argentina), en *Intersecciones en Antropología*, N° 8. Pp. 315-326.
- BENGOA, José (2000) *La emergencia indígena en América Latina*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BENITEZ ARANDA, Surnai (2009) La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo, en *Revista Cultura y Desarrollo* (UNESCO). Pp 3-19.
- BERGMAN, Sergio (2019) Prólogo, en *Plan A. La transformación de la Argentina*, Buenos Aires: Biblioteca Permacultura. Pp. 11-13.
- BERTAUX, Daniel (1993) Los relatos de vida en el análisis social, en ACEVES LOZANO, J. (comp.), *Historia oral*, México DF: UNAM/Instituto Mora.
- BERTAUX-WIAME, Isabelle (1993) La perspectiva de la historia de vida en el estudio de las migraciones interiores, en MARINAS, José Miguel y SANTAMARINA, Cristina (ed), *La Historia Oral. Métodos y experiencias*. Madrid: Debate.
- BIANCHI, Pablo (2018) El ingenio como vehículo de la identidad del diseño argentino, en BIANCHI, P. y SANGUINETTI, M. (comp.), *Hecho en Argentina: reflexiones en torno a las identidades del diseño local*, Rafaela: Ediciones UNRaf. Pp. 45-51.
- BJERG, María (2012) *El viaje de los niños. Inmigración, infancia y memoria en la Argentina de la segunda posguerra*, Buenos Aires: Edhasa.
- BLUMER, Herbet (2019 [1969]) Moda: de la diferenciación de clases a la selección colectiva, en MIGUEL, P. (ed.), *La moda, objeto de análisis*, Buenos Aires: IIGG, UBA.
- BOCCARA, Guillaume y AYALA, Patricia (2012) Patrimonializar al indígena. Imaginación del multiculturalismo neoliberal en Chile, en *Cahiers des Amériques latines*, 67. Pp. 207-227.

- BONFIL BATALLA, Guillermo (1991) *Pensar nuestra cultura*. México: Alianza.
- BORGOGLIO, Luciano (2011) Diseño, industrias creativas y desarrollo económico, en *Aportes del diseño. Una herramienta para mejorar el desempeño empresarial*, Buenos Aires: CMD.
- BOURDIEU, Pierre (1979) *La fotografía: Un arte intermedio*, México Nueva Imagen.
- (1995) *Las Reglas del Arte*, Barcelona, Anagrama.
- (2000) *Las estructuras sociales de la economía*, Bs. As.: Manantial
- (2006) *Argelia 60. Estructuras económicas y estructuras temporales*, Bs. As., Siglo XXI ed.
- (2007) La creencia y el cuerpo, en *El sentido práctico*, Buenos Aires, Siglo XXI ed. Pp. 107-128.
- (2008a) Alta costura y alta cultura, en *Cuestiones de sociología*. Madrid:Akal/Istmo, Pp.195-204.
- (2008b) La metamorfosis de los gustos, en *Cuestiones de sociología*. Madrid: Akal/Istmo, Pp.161-172.
- (2014a) El mercado de los bienes simbólicos, en *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI ed, Pp. 85-152.
- (2014b) 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*, Buenos Aires, Siglo XXI ed, Pp. 85-15.
- BOURDIEU, Pierre y DELSAUT, Yvette (2019 [1975]), El modisto y su firma: contribución a una teoría de la magia, en MIGUEL, Paula (ed.) *La moda, objeto de análisis*. Buenos Aires: IIGG, UBA.
- BOURDIEU, Pierre y WACQUANT, Löic (2008) *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- BOVISIO, María Alba (2002) *Algo más sobre una vieja cuestión: “Arte ¿vs.? Artesanías”*. Argentina: FIAAR, Fundación para la investigación del Arte Argentino.
- (2011) Arte indígena argentino: naturaleza y cosmovisión, en Bovisio, M. y Radovich, C. (ed), *Arte indígena en tiempos del Bicentenario*, Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación (Rosa Garbí).
- BRETÓN SOLO DE ZALDÍVAR, Victor (2013) Etnicidad, desarrollo y “Buen vivir: Reflexiones críticas en perspectiva histórica, en *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, N° 95. Pp.71-95.
- BURBULES, Nicholas (2008) Riesgos y promesas de las TIC en la educación. ¿Qué hemos aprendido en estos últimos diez años?”, en *Las TIC: del aula a la agenda política, ponencias del seminario Internacional Cómo las TIC transforman la escuela*, IIPE UNESCO, Buenos Aires.
- CABANÑA, Sabrina y MERLO, Carolina, (2017) *La construcción del sujeto emprendedor en el discurso Oficialista argentino y su importancia en la conformación del imaginario estatal*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María.

- CALLON, Michel (2008) Los mercados y la performatividad de las ciencias económicas, en *Apuntes de investigación*, Pp. 11-68.
- CALLON, Michell y LATOUR, Bruno (2011) ¡No calcularás! o cómo simetrizar el don y el capital, en *Athena Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, vol. 11, N°1. Pp. 171-192.
- CAMBARIERE, Luján (2017) *El alma de los objetos. Una mirada antropológica del diseño*, Buenos Aires: Paidós.
- CARCAÑO VALENCIA, ÉRIKA (2018) Ecofeminismo y ambientalismo feminista. Una reflexión crítica, en *Argumentos*, vol. 21, núm. 56, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco Distrito Federal, México. Pp. 183-188.
- CARDINI, Laura (2005) Las "puestas en valor" de las artesanías en Rosario. Pistas sobre su "aparición" patrimonial", en *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 21. Pp. 91-109.
- (2008) Intermitencias de una noción: "artesanías" en la ciudad de Rosario Vacíos y continuidades de la producción de conocimiento local, en *IX Congreso Argentino de Antropología Social*, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones, Posadas.
- (2012) Producción artesanal indígena: saberes y prácticas de los qom en la Ciudad de Rosario", en *Revista Horizontes Antropológicos*, 18, N° 38. Pp.101-132.
- (2017) *El trabajo de los Qom. Artesanías, cultura y construcción política en Rosario*, Rosario: Prohistoria Ediciones.
- CARENZO, Sebastián, (2007) Producción artesanal indígena: una aproximación a la problemática en la comunidad Chané de Campo Durán (Salta, Argentina). *Intersecciones en Antropología*, 8, Pp. 315-326.
- CARENZO, Sebastian y TRENTINI, Florencia (2014) El doble filo del esencialismo verde: repensando los vínculos entre Pueblos indígenas y conservación", en *Pueblos indígenas, conformación de los estados nacionales y fronteras. Tensiones y paradojas de los procesos de transición contemporáneos en América Latina*, Universidad Academia Humanismo Cristiano, Santiago de Chile. Pp. 103 - 134.
- CARRASCAL, María Laura (2015) Tradiciones de la moda *folk* en Argentina, en MON *et al.*, *El Diseño posible. Paradigmas, mercados e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*, Junín: UNNOBA. Pp. 203-246
- CASSIAU, Martina (2020) Las guardianas de las mantas bordadas: secretos y jerarquías en Tinogasta, en *V Jornadas de Investigadorxs en Formación*, Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES), Ciudad de Buenos Aires.
- CAPUTO JAFFE, Alessandra (2018) Entretejidos ye'kuana: oralidad, mito, artesanía, en *Revista Antípoda*. 31. Pp.109-130.
- CASTELNUOVO, Natalia (2013) Mujeres indígenas y desarrollo: las experiencias de tres mujeres guaraníes del noroeste argentino, en *Revista Cuicuilco*, 20 (57). Pp. 11-46.
- (2017) Guerreros y luchas por el territorio indígena: memorias de mujeres indígenas del noroeste argentino; Instituto de Desarrollo Económico y Social. Núcleo de Estudios sobre la Memoria; Clepsidra; 4; 8; Pp. 108-131

- (2018) Mujeres Indígenas: ¿un actor político? ¿Una fórmula neoliberal?, en *Revista The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, Vol. 24, No. 1. Pp. 203–220.
- CAVALLERO, María Inés (2018) *Cultivo de Chaguar (Bromelia hieronymi), una especie central en la identidad cultural de los wichi*, informe técnico, INTA.
- CAYÓN, Luis (2018) “Etnografía compartida: algunas reflexiones sobre el trabajo de campo con los Makuna en la Amazonia colombiana”, en *Anales de Antropología*, vol 52 (1). Pp. 35-43.
- CERIANI CERNADAS, César (2015) Flujos teóricos y transformaciones empíricas en el estudio de los pueblos indígenas del Chaco argentino. *Papeles de Trabajo*, vol. 9. Pp. 110 - 14.
- CID AGUAYO, Beatriz y HINRICHS Javiera Soledad (2015) Curadoras de semillas: entre empoderamiento y esencialismo estratégico, *Revista Estudios Feministas*, vol.23 N°2. Pp. 347-370.
- CLAVIJO QUICENO, Catalina (2012) *Revalorización del tejido artesanal Wichi en la Alta Costura*, (Proyecto de graduación), Facultad de Diseño y Comunicación, Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- COLZANI, Georgina (2014) Entramado: moda y diseño en Latinoamérica, en *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N° 47. Pp 151- 162.
- COLLIER, John (2006) Antropología visual. La fotografía como método de investigación, en: Juan Naranjo (ed.) *Fotografía, antropología y colonialismo (1845-2006)*. Barcelona: Gustavo Gili. Pp. 177-181.
- COLOMBRES, Adolfo (1987) *Sobre la cultura y sobre el arte popular*, ed. del sol, Buenos Aires.
- COMAROFF, John y COMAROFF, Jean (2011) *Etnicidad S.A.*, Buenos Aires: Katz
- CORREA, María Eugenia (2011) Diseño Independiente siglo XX: entre la creatividad y la autogestión, en WORTMAN A. *et.al, Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*, Buenos Aires, Prometeo. Pp. 175-199
- (2017) Diseño y sustentabilidad. Repensar la práctica desde la Responsabilidad Social, en *XII Jornadas de Sociología de la UBA*, Facultad de Ciencias Sociales.
- (2019a) Diseño y sustentabilidad. Un nuevo escenario posible en el campo de la moda, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* N°76, Pp. 89-104
- (2019b) Proyectar desde y hacia la sustentabilidad: en torno a un nuevo paradigma productivo en el campo del diseño. *XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires*, Buenos Aires.
- 2019/2020) La lucha por la legitimidad. Estudio del campo profesional del Diseño Industrial a la luz de la teoría de Pierre Bourdieu, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* N°88. Pp. 143-158
- CORTAZAR, Augusto Raúl (1976) *Ciencia Folklórica aplicada. Reseña teórica y experiencia argentina*, Buenos Aires: Fondo Nacional de las Artes.

- COSCIA, Jorge (2013) Federalizar para potenciar las industrias culturales, en *PreMICA. Industrias culturales argentinas región por región*, Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación.
- CRUZ, Pablo (2010) Abarcas campesinas y momias for export. Identidad, cultura y negocio en el Salar de Uyuni (Bolivia), en: Bárbara Manasse y Patricia Arenas (comp.), *Arqueología, tierras y territorios: conflictos e intereses*. San Miguel del Tucumán: Pp. 111-14
- CRUZVILLEGAS FUENTES, Eréndira (2019) Exposición de Casos y Experiencias Internacionales sobre Defensa del Patrimonio Cultural; y Casos de Plagio del Patrimonio Cultural Inmaterial de los Pueblos y Comunidades Indígenas, en *Argumentos para la Defensa y Protección del Patrimonio Cultural de Pueblos y Comunidades Indígenas y Afrodescendientes en México y América Latina*, Ciudad de México: Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), pp. 37-42
- CUBAS, Constanza (2015) La identidad del diseño cordobés: ante todo jóvenes, en MON, L. et al, *El Diseño posible. Paradigmas, mercados e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*, Junín, Universidad Nacional del Noroeste de la provincia de Bs. As. UNNOBA). Pp.275-291
- CUMES, Aura (2009) Multiculturalismo, género y feminismos: Mujeres diversas, luchas complejas, en PEQUEÑO (coords), *Participación y políticas de mujeres indígenas en contextos latinoamericanos recientes*. Quito: FLACSO. Pp. 29-52.
- CHUJI, MÓNICA, Mónica; RENGIFO, Grimaldo; GUDYANAS (2019) Buen Vivir, en KOTHARI, A.; SALLEH. A.; ESCOBAR, E.; DEMARIA, F.; ACOSTA, A. (coords.), *Plururiverso. Un diccionario del posdesarrollo*, España, Icaria.Pp. 188-192.
- DE SOUSA SANTOS, Boaventura (2006) *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*, Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)
- (2009) *Una epistemología del sur : la reinención del conocimiento y la emancipación social*, editor, José Guadalupe Gandarilla Salgado, México: Siglo XXI:CLACSO.
- (2012) Más allá del pensamiento abismal: de las líneas globales a una ecología de saberes, en: *Pluralismo epistemológico*, La Paz: CLACSO; CIDES-UMSA; Muela del Diablo Editores. Pp. 31-84
- DE SOUSA SANTOS, Boaventura y RODRÍGUEZ César (2012) “Para ampliar el canon de la producción”, en: De Sousa Santos, B., *De las dualidades a las ecologías*, Bolivia: Red Boliviana de Mujeres Transformando la Economía REMTE. Pp. 33-98.
- DEL CARPIO-OVANDO Perla Shiomara y FREITAG, Vanessa (2012) Motivos para seguir haciendo artesanías en México: convergencias y diferencias del contexto artesanal de Chiapas y Jalisco, en *Ra Ximhai*, año/Vol. 9. Pp. 79-98.
- DENUNCIO, Anabella Verónica (2018) Mujeres indígenas en la periferia de Rosario: procesos organizativos y construcción de reivindicaciones de género, en GÓMEZ, M. y SCIORTINO, S. (comp.), *Mujeres indígenas y formas de hacer política: un intercambio de experiencias situadas en Brasil y Argentina*, Temperley : Tren en Movimiento. Pp. 87-112

- DI PRÓSPERO, Carolina y DAZA PADRO, Daniel (2019) Etnografía (de lo) digital Introducción al dossier, *Etnografías contemporáneas*, año 5, N° 9. Pp. 62- 72
- DIAZ, Valeria Cynthia (2013) *Políticas culturales en torno al Área de diseño de Indumentaria de Autor en el MICA 2013. El desafío de generar lazos con la diversidad*, [Manuscrito no publicado]. Trabajo final para el Curso de Posgrado *Industrias Culturales. Claves para su desarrollo y gestión*, Universidad Nacional Tres de Febrero (UNTREF).
- (2018a) *Un estudio comparativo de los modelos de negocio de emprendimientos de diseño argentino desde el paradigma de la Responsabilidad Social Empresarial*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas, Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresarial y Capital Social (CENARSECS).
- (2018b) “¿Una moda responsable? Emprendimientos de diseño de indumentaria con producción artesanal de pueblos originarios y rurales desde la perspectiva de la responsabilidad social empresarial”, en *Revista Ciencias Económicas*, Vol. 01. Pp. 9-25.
- (2020) “La etnografía como herramienta para la co-creación entre investigadores y artesanos indígenas. La definición del catálogo de una marca familiar de cestería qom en la localidad de Miraflores, provincia de Chaco”, *XXXIV Jornadas de Investigación y XVI Encuentro Regional, SI +, Herramientas y procedimientos. Instrumento y método*, FADU,UBA.
- (2021a) “La etnografía colaborativa como herramienta para la co-creación entre investigadores y artesanos indígenas en clave de desarrollo sostenible. La definición del catálogo de una marca familiar de cestería qom en la localidad de Miraflores, provincia del Chaco (Argentina)”, *7 DISUR Tonalpohualli, Cruces de destino*, FAD, UNAM.
- (2021b) [en prensa] “Diseñadoras, emprendedoras e indígenas. Redes y nuevas subjetividades emocionales en la industria de la indumentaria local”, en: MIGUEL P. y VIOTTI, N. (editores), *Las tramas del individuo*, Buenos Aires: IIGG-CLACSO, UBA.
- DÍAZ VIRZI, Sabrina (8 de julio de 2018) Estar estupenda quedó demodé, diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- DEVALLE, Verónica (2009) El análisis cultural. Nuevas perspectivas para pensar el diseño, en ARFUCH, Leonor y DEVALLE, Verónica (comp., *Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad global*, Buenos Aires: Prometeo. Pp. 41-74.
- DOLDÁN, José María y CHALKHO, Rosa (2014) Los vínculos entre arte, artesanía y diseño, en *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación Sumario*, Vol. 22, N° 22, Pp. 202 - 203
- DRAGOSKY, Graciela (1995) El pensamiento estético indígena y la Historia del Arte, en PICOTTI, D., *Pensar desde América Latina. Vigencias y desafíos actuales*. Buenos Aires: Catálogos Editora. Pp. 231-249
- DREIDEMIE, Patricia (2018 a) Ciencia y territorio: colonialidad del poder y resistencia campesina en torno al empleo sustentable del Guanaco en Patagonia, en *Cultura, naturaleza y paisaje en la Comarca Andina del paralelo 42. Aproximaciones y aportes al desarrollo autónomo regional*. Buenos Aires: Theomai.

- (2018b) Arte Textil en Fibra de Guanaco: patrimonio (in)material del campesinado patagónico. Pasado y Presente, en *Revista Fuegia*, Vol. I - N° 1, Universidad Nacional de Tierra del Fuego. Pp. 44-59.
- DRUCKER, Peter (1996), *La sociedad poscapitalista*, Buenos Aires: sudamericana.
- ENTWISTLE, Joanne (2002), *El cuerpo y la moda: Una visión sociológica*. Barcelona: Paidós. Pp. 11-18 y 55-59
- ESCOBAR, Arturo (2014) *Sentipensar con la tierra. Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y diferencia*. Medellín: Universidad Autónoma Latinoamericana (UNAULA)
- (2017) *Autonomía y diseño: la realización de lo comunal*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Tinta Limón.
- ESCOBAR, Ticio (1986), *Mito del arte y el mito del pueblo*, Asunción: RP edic. y Museo del Barro
- (2012) *La belleza de los otros: arte indígena del Paraguay*, Asunción: Servilibro
- ESPINOSA DAMIÁN, Gisela (2009) *Cuatro vertientes del feminismo en México. Diversidad de rutas y cruce de caminos*, México: Universidad Autónoma Metropolitana UAM-Xochimilco
- FASANO, Patricia (2015) La investigación en comunicación comunitaria y popular: el uso de la etnografía como enfoque, en *Avatares de la comunicación y la cultura*, N° 10.
- FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, María Ines y CARENZO, Sebastián (2012) Ellos son los compañeros del CONICET: el vínculo con organizaciones sociales como desafío etnográfico, en *PUBLICAR*, N° 12. Pp. 9 -34.
- FERNÁNDEZ, Clarisa Inés (2020) Estado y políticas culturales en Argentina. Un análisis comparativo entre el Kirchnerismo y la Alianza Cambiemos (2007-2017), en *Sociohistórica*, N° 45, e102. Pp. 1-17
- FLETCHER, Kate (2008) *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journey*, London: Earthscan.
- (2010) Slow Fashion: An Invitation for Systems Change, en *Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion* , Volume 2, Issue 2, Pp. 259–266.
- FRANCO, Daniel (2016) Reflexiones sobre la política cultural del kirchnerismo, en *Revista Sociales en Debate*, N° 10. ,Pp. 13-23
- FRASER, Ronald (1993) La historia oral como historia desde abajo, en *Revista Ayer*, N° 12. Pp. 79-92.
- FREITAG, Vanessa (2006) El trabajo de campo en contexto artesanales. Notas sobre la experiencia de vivir y pensar la investigación social, en Brigitte Lamy (coord.), *Trabajo de campo. Diferentes senderos desde los estudios sociales*, México, Itaca ed.
- (2014) Entre arte y artesanía: elementos para pensar el oficio artesanal en la actualidad, en *El Artista*, N° 11. Pp. 129-143.
- FREITAG, Vanessa, DEL CARPIO OVANDO, Perla Shiomara y DEL CARPIO OVANDO, Karla (2015) “Con la historia y el presente entre los dedos: identidades y artesanías”, en RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, J. A., ZAYAS VEGA, J., TORRES, T., CEBADA, C.,

- MENESES, C. (coords), *Territorios en movimiento. Cambio y dinámicas sociales emergentes en América Latina: ciudadanía, gobernabilidad y desarrollo local*, Guanajuato: Universidad de Guanajuato-división de Ciencias Sociales y humanidades. Pp. 163-171
- FREITAG, Vanessa, y DEL CARPIO OVANDO, Perla Shiomara (2015) Sobre ser artesano y artista: un estudio con artesanos guanajuatenses, en RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, J. A., ZAYAS VEGA, J., TORRES, T., CEBADA, C., MENESES, C. (coords), *Territorios en movimiento. Cambio y dinámicas sociales emergentes en América Latina: ciudadanía, gobernabilidad y desarrollo local*, Guanajuato: Universidad de Guanajuato-división de Ciencias Sociales y humanidades. Pp. 173-184.
- GAGO, Verónica (2011) ¿un caso de globalización «desde abajo»? Territorio de una nueva economía política transnacional, en *Revista Nueva Sociedad*, N° 241, pp. 63-78.
- (2014) *La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular*, Buenos Aires: Tinta Limón.
- GAMARNIK, Cora (2009) Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso, en *Question/Question*, Vol 1, N°23.
- GARAVILLA, María (2012) *Vestimenta de los pueblos originarios*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1982) *Las culturas populares en el capitalismo*, México, Nueva Imagen.
- (1992) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Sudamericana.
- (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- (1999a) Los usos sociales del patrimonio cultural. En Aguilar Criado, E. (Ed.), *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, pp. 16-33.
- (1999b) *La globalización imaginada*, Buenos Aires: Paidós.
- (2005) Definiciones en transición, en MATO, D. (comp), *Cultura, política y sociedad*, Buenos Aires:FLACSO.
- GARDETTI, Miguel Angel (2017) *Textiles y moda: ¿Qué es ser sustentable?*, Buenos Aires, LID.
- GARDETTI, Miguel Angel y DELGADO LUQUE, María Lourdes (2018) *Vestir un mundo sostenible*, Buenos Aires: LID
- GARRIDO, María Laura (2021) La división arte/artesanía y su relación con la construcción de una historia del diseño, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N°. 90. Pp. 35-46
- GARONE GRAVIER, Marina (2013) Los designios de Eva: El género en la identidad del diseño latinoamericano, en *Revista 180*, N° 24. Pp. 32-35

- GERBALDO, Judith (2010) Comunicación comunitaria/popular y participación ciudadana en el actual escenario comunicacional, AA.VV., *Todas las voces Todos*, Buenos Aires: Farco.
- GIORDANO, Mariana (2009a), Estética y ética de la imagen del otro. Miradas compartidas sobre fotografías de indígenas del Chaco, en *Aisthesis*, N° 46, Pp. 65-82.
- (2009b) Visualidad y sentidos de pertenencia. La fotografía etnográfica desde un emisor qolla, *Revista Chilena de Antropología Visual*, vol. 14. Pp. 109 - 132
- (2009c) Nación e identidad en los imaginarios visuales de la Argentina. Siglos XIX, en *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, vol. 740. Pp. 1283 - 1298
- (2011) Someter por las armas, vigilar por la cámara. Estado y visualidad en el Chaco indígena, en *Sociedade e Cultura*, vol. 14. Pp. 383 - 400
- (2016) Performatividad, reliquia y visibilidad. Representaciones de «lo andino» en la fotografía argentina, en *Diálogo Andino*, N°50. Pp. 7 - 19
- GHASARIAN, Christian *et al.*(2008), *De la etnografía a la antropología reflexiva. Nuevos campos, nuevas prácticas, nuevas apuestas*, Buenos Aires: edición del Sol. Pp. 9-41.
- GÓMEZ, Mariana (2008 a) Las mujeres en el monte: las formas de vinculación con el monte que practican las mujeres tobas (qom), en *Revista Colombiana de Antropología*, vol. 44. Pp. 373 - 408
- (2008b) Rivalidades, conflictos y cooperación entre las mujeres tobas del oeste de Formosa, en *Boletín de Antropología*, vol 22. Pp. 82 - 111
- (2014) Mujeres indígenas en Argentina: espacios fugaces para nuevas prácticas políticas, en *Publicar* 12(16).Pp. 59-81.
- (2017) La mirada cosmológista sobre el género de las mujeres indígenas en la etnografía del Chaco argentino y sus usos ideológicos fuera de la etnografía, en *Corpus*, Vol. 7, N°1.Pp. 1-19
- GÓMEZ BAGGETHUN, Erik (2019) Desarrollo sostenible, en KOTHARI, SALLEH, ESCOBAR, DAMARIA Y ACOSTA (coords.), *PLURIVERSO. Un diccionario del posdesarrollo*, España, Icaria. Pp. 105-108
- GÓMEZ LÓPEZ, Elvira (2019) Defender el Patrimonio Cultural, conociendo las reglas del mercado, en *Argumentos para la Defensa y Protección del Patrimonio Cultural de Pueblos y Comunidades Indígenas y Afrodescendientes en México y América Latina*, Ciudad de México, Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). Pp. 45- 48.
- GÓMEZ, Mariana y SCIORTINO, Silvana (2015) Mujeres indígenas, derechos colectivos y violencia de género: Intervenciones en un debate que inicia. *Revista Entramados y Perspectivas* 5 (5), 37-63.
- (2018) Introducción. En: GÓMEZ, M. y SCIORTINO, S. (comps.), *Mujeres Indígenas y formas de hacer política. Un intercambio de experiencias situadas entre Brasil y Argentina*. Temperley: Tren en Movimiento
- GONZÁLEZ VILLAR, Carlos (2015) Artesanía, identidad y mercado, en MON, L. *et at.*, *El diseño posible. Paradigmas, mercado e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*, Junín: UNNOBA.

- GONZÁLEZ, Gustavo Daniel y PIANCATELLI, Jorgelina (2010) La imagen fotográfica en la construcción de identidades étnicas indígenas. Una aproximación, en *VI Jornadas de Sociología de la UNPL*, Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Dpto de Sociología, La Plata. Pp. 1- 19.
- GRILLO, Oscar (2019) Etnografía multisituada, etnografía digital: reflexiones acerca de la extensión del campo y la reflexividad, en *Etnografías Contemporáneas*, año 5, N° 9. Pp. 73-93.
- GROS, Christian (2012) *Políticas de la etnicidad: identidad, Estado y modernidad*, Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e historia
- GROSSI, Miriam Pillar (1992) Na busca do ‘outro’ encontra-se a ‘si mesmo’, en: *Trabalho de Campo e Subjetividade*, Florianópolis, PPGAS.
- GUALA TIBÁN, Lourdes (2012) Género y sustentabilidad: nuevos conceptos para el movimiento indígena, en *Polis* 9|2004. Pp. 1-13.
- GUERRERO Gloria Mora, FERNÁNDEZ, Daniela Meli y ASTETE RAMOS, Pilar (2018) Empoderamiento y demanda de autogestión. Estudio comparativo de emprendimientos de mujeres indígenas, en *Sophia Austral*, N°21. Pp 43-59.
- GUERSCHMAN, Bárbara (2010) La marca comercial y el diseño: una reflexión antropológica sobre la producción, el consumo y el espacio, en *Revista KULA. Antropólogos del Atlántico Sur*, N°3, pp. 67 - 81.
- (2011) “Hacerse conocido: diseño valor en ferias comerciales de moda”, en WORTMAN A. [et.al], *Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*, Buenos Aires: prometeo, pp. 149-173.
- (2019/2020) Aprender a verse como una marca. El cálculo, tiempo y ethos en Argelia 60, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 88. Pp. 159-175.
- GUERSCHMAN, Bárbara y VARGAS, Patricia (2007) Quilombo y apuesta. Apuntes etnográficos sobre la crisis argentina de 2001 a través de la mirada del mundo del diseño, en *Avá Revista de Antropología*, N° 11. Pp. 39-59.
- (2008) La Crisis Argentina del 2001. Una Reconstrucción Antropológica de las Representaciones de los Profesionistas del Mundo del Diseño de Objetos e Indumentaria, en *Revista Iberoforum*, Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, tomo 4, volumen I.
- GUBER, Rosana (2001) *La etnografía, método, campo y reflexividad*, Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- GUTERRES, Antonio (2019) Prólogo, en *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2019*, ONU.
- GUTIERREZ DE ANGELIS Marina (2017) La vuelta del malón. Cultura visual y violencia estatal en Argentina, en *e Imagen Revista* 2.0, N° 4.
- GWILT, Alison (2014) *Moda sostenible*, Barcelona, Gustavo Gili ed.
- HALE, Charles (2002) Does Multiculturalism Menace? Governance, Cultural Rights and the Politics of Identity in Guatemala, en *Journal of Latin American Studies*, Vol. 34, No. 3. Pp. 485-524.

- HARAWAY, Donna (1988) Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, vol. 14, núm. 3, 575- 599.
- HARLAN, Theresa (2006) Ajuste de enfoque para una presencia indígena, en: Naranjo ed., *Fotografía, antropología y colonialismo (1845-2006)*. Barcelona: Gustavo Gil. Pp. 227-247.
- HERNÁNDEZ CASTILLO, Rosalva Aída (2001) Entre el etnocentrismo feminista y el esencialismo étnico. Las mujeres indígenas y sus demandas de género”, en *Debate feminista* (24). Pp. 206-230.
- (2008) Descentrando el feminismo. Lecciones aprendidas de las luchas de las mujeres indígenas de América Latina, en HERNÁNDEZ CASTILLO (comp), *Etnografías e historias de resistencia. Mujeres indígenas, procesos organizativos y nuevas identidades políticas*, México: Universidad Nacional Autónoma de México. Pp. 15-44.
- HIDALGO CELARIÉ, Nidia (2002) *Género, empoderamiento y microfinanzas. Un estudio de caso en el norte de México* (Tesis de maestría), ROCHA HEVIA T. (coord), México: Instituto Nacional de las Mujeres.
- HIRSCH, Silvia (coord.) (2008) *Mujeres indígenas en la Argentina. Cuerpos, trabajo y poder*, Buenos Aires: Biblos.
- IRASTORZA, Hada (2015) Noroeste: la identidad que grita”, en *El Diseño posible. Paradigmas, mercados e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*, MON, L. et al, Junín, Universidad Nacional del Noroeste de la provincia de Buenos Aires UNNOBA. pp. 265-273
- IVARS, María Jorgelina (2009) Una aproximación al uso de la imagen de los pueblos originarios. Itinerarios de fotos y postales, en *Revista TEFROS*, Vol. 7 N° 1-2. Pp. 1-9
- JACKSON, Jean y WARREN, Kay (2005) "Indigenous Movements in Latin America, 1992-2004: Controversies, Ironies, New Directions", *Annu. Rev. Anthropol.*, vol. 34: 549-573.
- JOERGENS, Catrin (2006). Ethical fashion: myth or future trend?, en *Journal of Fashion Marketing & Management*, 10(3), 360-371.
- JOLY, Verónica (2007) Sociedad, diseño y campo cultural. El caso de la formación y profesionalización del campo del diseño de indumentaria en la UBA, en *IV Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales*, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- KABEER, Naila (1997) Empoderamiento desde abajo: ¿Qué podemos aprender de las organizaciones de base?, en LEÓN, M. (comp.), *Poder y empoderamiento de las mujeres*, Bogotá: Facultad de Ciencias Humanas, TM Editor. Pp. 119-146
- KLIKSBERG, Bernardo (2013) *Ética para empresarios. Por qué las empresas y los países ganan con la Responsabilidad Social Empresarial*, Buenos Aires: Ética y Economía ed.
- KOPYTOFF, Igor (1991) La biografía cultural de las cosas: La mercantilización como proceso, en: APPADURAI, A (ed), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Conaculta/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). Pp. 89-124
- LAMAS, Marta (2018) ¿Activismo académico? El caso de algunas etnógrafas feministas, en *Cuicuilco* vol.25 N° 72. Pp. 9-30

- LAMPHERE, Louise (2016) *Feminist Anthropology Engages Social Movements. Theory, Ethnography and Activism*”, en Ellen Lewin y Leni M. Silverstein (eds.), *Mapping Feminist Anthropology in the Twenty-First Century*. Rutgers University Press: Nueva Jersey. Pp. 41-64.
- LAROCCA, Héctor (2008) Responsabilidad Social Empresarial, en VICENTE, M. A. y AYALA, J. C. (Coords), *Principios fundamentales para la administración de organizaciones*, Buenos Aires, Pearson. Pp. 395-445
- LAPADAT, Estefanía (2013) *Diseño, cultura y el legado de los pueblos originarios de la Patagonia Norte. Creación de indumentaria regional contemporánea*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo
- LAUER, Mirko (1989) *La producción artesanal en latinoamérica*, Lima: Mosca azul
- LENTON, Diana (2010) Política indigenista argentina: una construcción inconclusa, en *Anuário Antropológico*, v.35 N°1. Pp. 57-97.
- LEÓN, Marianella y VIVANCO, Rafael (2009) Identidad + inclusión = diseño social, en *MX Design Conference 2009. Impacto social del Diseño*. Pp. 58- 60.
- LÉVY, Pierre (2004) *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*, Biblioteca virtual em saúde.
- LEYVA SOLANO, Xochitl (2015) ¿Academia versus Activismo? Repensar desde y para la práctica teórica-política, en: X. Leyva Solano et al., *Prácticas otras de conocimiento(s). Entre crisis, entre guerras*, tomo II. México: Cooperativa Editorial RETOS, PDTG, IWGIA, GALFISA, Proyecto Alice, Taller Editorial La Casa del Mago. Pp. 199-222.
- LEWKOWICZ, Rita Becker (2018) La “buena distancia” de la aldea al hospital: la experiencia de tres mujeres mbyá guaraní con prácticas de salud biomédica, en GÓMEZ, M. y SCIORTINO, S. (comp.). *Mujeres indígenas y formas de hacer política: un intercambio de experiencias situadas en Brasil y Argentina*, Temperley: Tren en Movimiento, pp. 161- 179
- LIPOVETSKY, Gilles (1994) *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama
- LORENC VALCARCE, Federico Mario (2012) Sociología de los mercados: modelos conceptuales y objetos empíricos en el estudio de las relaciones de intercambio, en *Papeles de trabajo*, vol. 5. Pp. 14 - 36
- LORENTE, Maite (2005) Diálogos entre culturas: una reflexión sobre feminismo, género, desarrollo y mujeres indígenas kichwuas, en *Policy Paper*; N° 01, Pp. 2-25
- LLANES ORTIZ, Genner (2016) *Apropiarse de las redes para fortalecer la palabra: Una introducción al Activismo Digital de Lenguas Indígenas en América Latina*, Países bajos: Rising Voices
- MAGALLANES BLANCO, Claudia y RAMOS RODRÍGUEZ, José Manuel et al (2016) *Miradas propias: pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*. Quito: CIESPAL.
- MAIDANA, Nidia (2015) Expresiva, cuna de indumentaria de base cultural”, en MON et al., *El Diseño posible. Paradigmas, mercados e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*, Junín: UNNOBA. Pp. 123-140

- MARCOS PÉREZ, Jairo (2018) Más allá del consumo: globalización, en *Revista Bajo Palabra*. II Época, N°18. Pp. 255-270
- MARCUS, George (1995) "Ethnography in/of the world system. The Emergence of Multi-Sited Ethnography", en *Annual Review of Anthropology* 24. Pp. 95-117
- MARÉCHAL, Clémentine (2018) "El chamanismo Kaingang subvirtiendo la colonialidad del poder. El viaje de una mujer en lucha", en GÓMEZ, m. y SCIORTINO (comp.), *Mujeres indígenas y formas de hacer política: un intercambio de experiencias situadas en Brasil y Argentina*, Temperley: Tren en Movimiento, pp. 135- 160
- MARIONI, Lucía (2019) Los medios de comunicación comunitarios, alternativos y populares, y la experiencia de jóvenes de sectores pobres urbanos -Paraná, Argentina-, en *EntreDiversidades. Revista de ciencias sociales y humanidades*, N° 12. Pp. 229-255
- MARGOLIN, Victor y MORGALIN Sylvia (2012) Un "modelo social" de diseño: cuestiones de práctica e investigación, en *Revista Kepes*, No. 8. Pp. 61-71.
- MARTINELL, Alfons (coord) et al (2020) *Cultura y Desarrollo Sostenible. Aportaciones al debate sobre la dimensión cultural de la Agenda 2030*, Madrid: REDS.
- MARTÍNEZ, Cecilia (28 de septiembre de 2016) Marc Bayard: "El verdadero lujo es el que respeta al artesano y cuida el entorno", diario *La Nación*, sección Cultura. Disponible en: Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- MARTÍNEZ ALIER, Joan (1992), "Pobreza y Medio Ambiente: una crítica del informe de Brundtland", en GONZÁLEZ ALCANTUD, J. y GONZÁLEZ DE MOLINA, M. (coord.), *La tierra, mitos, ritos y realidades*. España, Anthropos. Pp. 295-331.
- MARTINEZ-BARRERO, Ana (2020) Moda sostenible: más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales, en *Sociedad y economía*, (40). Pp. 51-68
- MARTINEZ CRUZ, Alicia (2016) Tejiendo identidades estratégicas: Asamblea de Mujeres Indígenas de Oaxaca, en *NÓMADAS* 45. Pp. 169-187
- MARTINEZ, Loera y RUTH, Verónica (2022) Creación de la memoria iconográfica de una cooperativa de bordadoras indígenas, un ejercicio ético para el diseñador, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N°120, Buenos Aires, Argentina. Pp. 43-57.
- MASOTTA, Carlos (2013) ¿Quién necesita imágenes? Notas sobre la ansiedad etnográfica, en *Revista Iluminuras* Vol. 14 N° 32. Pp. 30-42
- MATA, María Cristina (1993) ¿Radio popular o comunitaria?", en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 47. Pp. 57-59.
- MATARRESE, Marina (2016) Antropología y Estética: el caso de la cestería pilagá (Gran Chaco, Argentina), en *Revista PROA*, vol. 01 N° 04. Pp. 1-14
- MATO, Daniel (2003) Actores sociales transnacionales, organizaciones indígenas, antropólogos y otros profesionales en la producción de representaciones de "cultura y desarrollo", en: MATO, D. (coord.), *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*. Caracas: FACES-UCV. Pp. 67-93.
- MENARD, André (2009) Pudor y representación. La raza mapuche, la desnudez y el disfraz, en *AISTHESIS* N° 46. Pp. 15-38

- MÉNDEZ TORRES, Georgina (2009) Miradas de género de las mujeres indígenas en Ecuador, Colombia y México, en PEQUEÑO, A. (coords), *Participación y políticas de mujeres indígenas en contextos latinoamericanos recientes*, Quito: FlacsoEcuador
- MÉNDEZ TORRES, Georgina, LÓPEZ INTZÍN, Juan, MARCOS, Sylvia y OSORIO HERNÁNDEZ, Carmen (comp) (2013) *Senti-pensar el género: perspectivas desde los pueblos originarios*, México: Red Interdisciplinaria de Investigadores de los Pueblos Indios de México, Asociación Civil y la Red de Feminismos Descoloniales.
- MIGUEL, Paula (2009) Los recorridos del diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires, en *Apuntes de Investigación del CECyP*, 15:47-69.
- (2010) La circulación del diseño de indumentaria. Reflexiones en torno a distintas instancias de intermediación en Buenos Aires (2000-2005), *Jornadas "Producción cultural en la Argentina Contemporánea"*. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Universidad de Buenos Aires. Argentina
- (2012) La pregunta por la creatividad. Notas sobre el análisis de la producción reciente en las industrias creativas argentinas, en *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, 33 (106). Pp. 113-129.
- (2013) *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires: Eudeba.
- (2015) La estetización del espacio y la espacialización de lo estético en Buenos Aires. Una mirada desde la producción, en *Bifurcaciones. Revista de Estudios Culturales Urbanos*, 20. Pp. 1-16.
- (2019) Más allá del autor. La construcción pública del diseño de indumentaria en Argentina, en *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 76. Pp 161-177.
- (2019/2020) El "diseño" como valor y la conformación de un universo de creencia, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 88. Pp. 129-142.
- MIGUEL, Paula y ALATSIS, Gabriela (2020) La promoción del diseño: Continuidades y tensiones en las políticas culturales en Argentina, en *Everba*, revista de estudios de la cultura. Pp. 25-36
- MINORE, Chiara (2021) Toda moda es política, en *ANCCOM*, sección entrevistas.
- MIZRAHI, Alejandra (2015) La randa entre la artesanía y el diseño: ensayando modelos de trabajo colaborativo, en: *Pensar la cultura pública. Apuntes para una cartografía nacional*, Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación. Pp. 150-163.
- (2019) Las formas que toma el consenso. «A cercando»: territorio colaborativo de la Randa de El Cercado y el diseño tucumano, en MIZRAHI (comp.), *RandAcerca*, colección Saberes Académicos, San Miguel de Tucumán: EDUNT. Pp. 89-106
- MON, Laureano (2011) Diseño con identidad de autor ¿Es una tendencia de moda o la evolución hacia un estilo nacional?, en *Revista Escritos en la Facultad*, Vol.69. Pp. 74-75.
- (2012) "Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina", en *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* N° 42. Pp. 19-34.

- (2013) Diseño en Argentina. Hacia la construcción de nuevos paradigmas, en *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N° 44. Pp 83-99.
- (2015) Apuntes sobre el diseño de indumentaria y textil en Argentina, MON, L. et. al, *El diseño posible. Paradigmas, mercado e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*, Luján: UNNOBA. Pp. 17- 45.
- MONETA, Carlos (1999) Identidades y políticas culturales en procesos de globalización e integración regional, en (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Buenos Aires: Eudeba. Pp. 19-54.
- MONTENEGRO, Mauricio (2010) La patrimonialización como protección contra la mercantilización: paradojas de las sanciones culturales de lo igual y lo diferente, en *Revista Colombiana de Antropología*, Vol. 46 (I). Pp. 115-131.
- MORAGUES, Jorge (2015) El proyecto “Las cosas del quehacer a orillas del Paraná, en *El Diseño posible. Paradigmas, mercados e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*, en: MON, L. et al., Junín, Universidad Nacional del Noroeste de la provincia de Buenos Aires UNNOBA). pp. 85-92
- MORALES GONZÁLEZ, Elia Del Carmen y DEL MORAL ZAMUDIO, Yésica Alejandra (2021/2021) La identidad del Diseñador Gráfico del siglo XXI y la exigencia de la responsabilidad social universitari, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* N°120. Pp. 157-173
- MARTÍNEZ LOERA, Ruth Verónica (2020/2021) Creación de la memoria iconográfica de una cooperativa de bordadoras indígenas, un ejercicio ético para el diseñador, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* N°120. Pp.43-57
- MOLINA NEIRA, Bárbara Amand (2018) La incorporación de la cultura y el patrimonio en el desarrollo sostenible: desafíos y posibilidades, en *Humanidades*, vol. 8, núm. 1.
- MUNIESA, Fabian et al. (2017) *Capitalization. A Cultural Guide*. Paris: Presses des Mines.
- MUÑOZ MIRALLES, Albert y GONZÁLEZ ESTEBAN, Elsa (2017) Aportaciones de R. Sennett al desarrollo de la ética empresarial en el contexto del *Nuevo Capitalismo*, *Veritas*, N° 38. Pp. 51-75
- NIVÓN BOLÁN, Eduardo (2013) Las políticas culturales en América Latina en el contexto de la diversidad, en *Hegemonía cultural y políticas de la diferencia*”, Buenos Aires: CLACSO.
- NOVELO, Victoria (1976) *Artesanías y capitalismo en México*. México: Centro de investigaciones Superiores Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- PALAIISI, Marie-Agnes (2018) Saberes nómades El sujeto nómade como contraespacio epistemológico, en *Enrahonar*, 60. Pp. 57-73
- PAULI, Gunter (2017), *Plan A. La transformación de la Economía Argentina*, Buenos Aires: Biblioteca permacultura.
- PENHOS, Marta (2005) Frente y perfil. Fotografía y prácticas antropológicas y criminológicas en Argentina a fines del siglo XIX y principios del XX, en: *Arte y Antropología en la Argentina*, VIII Premio Telefónica al Ensayo en Artes Visuales, Buenos Aires, Fundación Telefónica-Fundación Espigas/FIAAR

- PÉREZ-BUSTOS, Tania, TOBAR-ROA, Victoria, MÁRQUEZ-GUTIÉRREZ, Sara (2016) Etnografías de los contactos. Reflexiones feministas sobre el bordado como conocimiento, en *Antípoda* No. 26. Pp.47-66
- PÉREZ NASSER, Elia (2001) El proceso de empoderamiento de mujeres indígenas organizadas, desde una perspectiva de género, en *Estudios Agrarios* (17). Pp. 125-169.
- PÉREZ VILLAR, María de los Ángeles, VÁZQUEZ GARCÍA, Verónica y ZAPATA MARTELO, Emma
- (2008) Empoderamiento de las mujeres indígenas de Tabasco. El papel de los fondos regionales de la CDI, en *Cuicuilco*, vol. 15, núm. 42. Pp. 165-179
- PELTA, Raquel (2012) Craftivismo: artesanía para hacer lo que se puede hacer, en *Monográfica.org* Revista temática de diseño.
- PERRET, Myriam (2017) El caso de la artesanía qom de Fortín Lavalle, Argentina: la preparación de la mercancía, en *Revista Runa* Vol. 38, N° 2. Pp. 71-88
- (2018), Mujer y trabajo en la cestería qom en Fortín Lavalle Chaco-Argentina, en *Revista FOLIA HISTÓRICA DE NORDESTE*, N° 32, IIGHI - IH- CONICET/UNNE. Pp. 57-76.
- (2019) Compasión y recolección: trama vital en artesanía qom (Chaco, Argentina), en *Simbiótica*, vol 6, N°1. Pp. 191- 217.
- PINE, J. B. y GILMORE, J. H. (2000), *La economía de la experiencia. El trabajo es teatro y cada empresa un escenario*, Barcelona, Ediciones Granica.
- PINO EGUSQUIZA, María José (2010) *Entrelazado Artesanal. El ñandutí. Proyecto de Graduación*. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- POLLAK, Michael (2006) *Memoria, o. lvido y silencio. La producción social de identidades frente a situaciones límite*, La Plata: Ediciones el Margen.
- PORRÚA, Marina (2014) “Diseño con identidad local. Territorio y cultura”, en *Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N° 47. Pp 141-150
- PRATS, Llorenç (1997) *Antropología y Patrimonio*. Barcelona: Ariel.
- QUIJANO, Anibal (2014) *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*, selección a cargo de Danilo Assis Clímaco. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO.
- QUILES Fernando y JUÁREZ Karn, (2016) Actualidad de las artesanías indígenas en Iberoamérica, en Beatriz Carrera Maldonado y Zara Ruiz Romero (editoras), *Abya Yala Wawgeykuna. Artes, saberes y vivencias de indígenas americanos*, España, E.R.A. Arte, Creación y Patrimonio Iberoamericanos en Redes. Pp. 46-67
- QUIÑA, Guillermo (2020) La forma emprendedora del trabajo creativo, en Wortman *et al*, *La dimensión simbólica del trabajo creativo*, Documento de trabajo N° 84, Buenos Aires, IIGG.

- QUIÑONES AGUILAR, Ana y BARRERA JURADO, Gloria Stella (2006) *Conspirando con los artesanos: crítica y propuesta al diseño en la artesanía*, Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- QUIROGA DÍAZ, Natalia y GAGO, Verónica (2014) Los comunes en femenino. Cuerpo y poder ante la expropiación de las economías para la vida, en *Economía & Sociedad*, Vol.19 N°45. Pp. 1-18.
- RAMÍREZ, Héran y CORVALÁN, Cintia (s.f.) *Informe sobre la Ruta de la cultura Qom*, mimeo.
- REBELO, Francine (2018) Reflexionando sobre el liderazgo de mujeres indígenas mbya guaraní desde la teoría feminista decolonial, GÓMEZ, M. y SCIORTINO (comp.), *Mujeres indígenas y formas de hacer política: un intercambio de experiencias situadas en Brasil y Argentina*, Temperley : Tren en Movimiento, pp. 113-134
- REYERO, Alejandra y GIORDANO, Mariana (2009) “La estetización del indígena argentino en la fotografía contemporánea. Actualizaciones de viejas percepciones”, en *Nueva Ramona* 94. Pp. 29-35
- (2012) Visibilidades e invisibilidades en torno a la Matanza indígena de Napalpí (Chaco, Argentina). La fotografía como artificio de amistad, en *C.A.F.E. Cahiers des Amériques*;vol. 2. Pp. 79 - 101.
- RIVAROLA, José David (2017), *Los sentidos del trabajo en la cestería qom de Juan José Castelli*, tesis de grado, carrera de relaciones laborales, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Nordeste, mimeo
- RIVERA, CUSICANQUI, Silvia (2018), *Un mundo ch'ixi es posible. Ensayos desde un presente en crisis*, Buenos Aires, Tinta Limón.
- RIZZO, Ludmila (2018) Mujeres indígenas en la periferia de Rosario: procesos organizativos y construcción de reivindicaciones de género, en GÓMEZ, M y SCIORTINO, S. (comps.), *Mujeres indígenas y formas de hacer política: un intercambio de experiencias situadas en Brasil y Argentina*, Temperley : Tren en Movimiento, 2018. Pp. 59-86.
- ROBERTSON, Roland (1995) Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity, en FEATHERSTONE, M., SCOTT L. y ROBERTSON, R. (eds.), *Global Modernities*. Londres: Sage.
- ROCKWELL, Elsie (1987) *Reflexiones sobre el proceso etnográfico* (1982-1985), Departamento de Investigaciones Educativas, Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del IPN, MIMEO.
- RODRÍGUEZ, Alejandra (2015) *Historia, pueblos originarios y frontera en el cine nacional*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- RODRÍGUEZ, María Graciela (2013) Interrogar la desigualdad. Imágenes de los grupos subalternos en los medios de comunicación contemporáneo, en *Runa* XXXIV (2). Pp. 149-162.
- RODRÍGUEZ, Mariela Eva (2013) Cuando los muertos se vuelven objetos y las memorias bienes intangibles: Tensiones entre leyes patrimoniales y derechos de los pueblos indígenas, en *Tramas de la diversidad. Patrimonio y Pueblos Originarios*, CRESPO C. (comp.), Buenos Aires, Antropofagia, pp. 67-99

- ROMANI, Matías (2020) Consagrados, precarizados y amateurs. La lógica social del trabajo cultural, en Wortman *et al*, *La dimensión simbólica del trabajo creativo*, Documento de trabajo N° 84, Buenos Aires, IIGG.
- ROTMAN, Mónica Beatriz (2010) El patrimonio de los pueblos mapuches de Neuquén desde las perspectivas de sus habitantes, de las instituciones estatales y del mercado, en HERNÁNDEZ LÓPEZ, ROTMAN M. B. y GONZÁLEZ DE CASTELLS A., *Patrimonio y cultura en América Latina: Nuevas vinculaciones con el estado, el mercado y el turismo y sus perspectivas actuales*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Pp. 19-34
- ROWLAND, Jo (1997) Empoderamiento y mujeres rurales en Honduras: un modelo para el desarrollo, en LEÓN, M. (Comp.), *Poder y empoderamiento de las mujeres*. Bogotá: Facultad de Ciencias Humanas, TM Editores. Pp. 213-24
- SALCEDO, Elena (2014) *Moda ética para un futuro sostenible*, Barcelona: Gustavo Gili.
- SANDOVAL VALLE, Marco Antonio (2021) Relaciones de complejidad e identidad entre artesanía y diseño, en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, N° 90. Pp 47-59
- SANTAMARINA CAMPOS, Beatriz (2013) Los mapas geopolíticos de la Unesco: entre la distinción y la diferencia están las asimetrías. El éxito (exótico) del patrimonio inmaterial, en *Revista de Antropología Social*, N° 22. Pp. 263-286.
- SANTAMARÍA CAMPOS, Beatriz y DEL MÁRMOL, Camila (2017) Ciudades creativas y pueblos con encanto: los nuevos procesos patrimoniales del siglo XXI, en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*. Vol LXXII, N° 2. Pp. 359-377.
- SANTANA TALAVERA, Agustín (2003) Patrimonios culturales y turistas. Unos ven lo que otros miran, en *Pasos* 1. Pp. 1-12.
- SANTIAGO, Luz (2014) *Un regreso a las raíces. Las técnicas de las teleras santiagueñas adaptadas a la moda actual*. Proyecto de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Buenos Aires: Universidad de Palermo
- SANTIZ DÍAZ, Rosalinda (2019) El patrimonio cultural indígena, no es una mercancía, en *Argumentos para la Defensa y Protección del Patrimonio Cultural de Pueblos y Comunidades Indígenas y Afrodescendientes en México y América Latina*, Ciudad de México, Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). Pp. 29-35
- SARRABAYROUSE OLIVEIRA, María José (2011) *Poder Judicial y Dictadura. El caso de la Morgue*. Buenos Aires: CELS/ Editores del Puerto.
- SAULQUIN, Susana (2011a) *Historia de la moda Argentina. Del miriñaque al diseño de autor*. Buenos Aires: Emecé.
- (2011b) *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós
- (2014) *Política de las apariencias. Nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo*, Buenos Aires: Paidós
- SCIORTINO, Silvana (2012) La etnografía en la construcción de una perspectiva de género situada, en *Clepsydra*, Vol. 11, pp. 41-58.
- (2017) Políticas de identidad en los Encuentros Nacionales de Mujeres (Argentina): momentos coyunturales en la conformación de una agenda política, en *Via Luris* 22. Pp.89-108.

- SEGATO, Rita (2007) *La Nación y sus otros. Raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de políticas de la identidad*, Buenos Aires: prometeo.
- (2016) *La guerra contra las mujeres*. Madrid: Traficantes de sueños ed.
- SENAR Pedro, GIMÉNEZ, Marcelo y ROMERO, Alicia (2017) El diseño social en perspectiva latinoamericana recorrido por algunas de sus instancias históricas, *Hábitat Inclusivo*, N° 10. Pp. 1-38
- SENNET Richard (2006) *La cultura del nuevo capitalismo*, Barcelona: Anagrama.
- (2009), *El artesano*, Barcelona: Eneagrama
- SILVA, Julimar Mora (2018) La “cosa étnica” está de moda. Performatividad, crítica y agencia en torno al discurso indoamericano en Vogue (2000-2017), en *Runa*/39.2. Pp- 91-116
- SMITH, Laurajane (2011) El “espejo patrimonial” ¿Ilusión narcisista o reflexiones múltiples?, en *Antípoda* N°12. Pp. 39-63
- SPOONER, Bryan (1991) Tejedores y comerciantes: La autenticidad de una alfombra oriental, en: APPADURAI, A (ed), *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México: Conaculta/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). Pp 243-294.
- SZPILBARG, Daniela y SAFERSTEIN, Ezequiel (2014) De la industria cultural a las industrias creativas: un análisis de la transformación del término y sus usos contemporáneos, en *Estudios de Filosofía Práctica e Historia de las Ideas*, 2(16), 99-112.
- THOMASZ, Ana Gretel (2016) Los nuevos distritos creativos de la Ciudad de Buenos Aires: la conversión del barrio de La Boca en el “Distrito de las Artes”, en *Eure* vol 42, N° 126. Pp. 145-167
- TORRES FERNÁNDEZ, P. (2010), La transformación de "lo étnico" en producto turístico en la provincia de Chaco Argentina, en *Runa*, vol. XXXI, núm. 1, pp. 89-107.
- TRAVERSO, Enzo (2007) Historia y memoria. Notas sobre un debate, en FRANCO, M. y LEVÍN, F. (comps). *Historia reciente. Perspectivas y desafíos para un campo en construcción*, Buenos Aires: Paidós.
- TUOK, Marta (1988) *Cómo acercarse a la artesanía*. México: ed plaza y valdés.
- (2017), Conferencia “Propiedad intelectual/Marca colectiva”, *3er Encuentro de los Grandes Maestros del Arte Popular de Iberoamérica en la especialidad de Barro en Antigua*, Guatemala.
- ULLOA, Astrid (2001) El Nativo Ecológico: Movimientos Indígenas y Medio Ambiente en Colombia, en ARCHILA, M. y PARDO, M. (eds.), *Movimientos sociales, Estado y democracia en Colombia*. Bogotá, ICANH-CES Universidad Nacional. Pp. 286-320.
- (2005) Las representaciones sobre los indígenas en los discursos ambientales y de desarrollo sostenible, en MATO, D. (coord.), *Políticas de economía, ambiente y sociedades en tiempos de globalización*, Caracas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Central de Venezuela. pp. 89- 109.
- VALVERDE, Sebastián (2005) Estrategias de acceso a los recursos y producción artesanal en la comunidad mapuche Atreico (provincia de Neuquén), en *Revista de la Escuela de Antropología*, vol.10, Facultad de Humanidades y Artes, UNR, Rosario. Pp. 117-126.

- VARGAS, Patricia (2013) *Diseñadores y emprendedores. Una etnografía sobre la producción y el consumo de diseño en Buenos Aires*, La Plata: Al Margen ed.
- VARGAS, Patricia y VIOTTI, Nicolas (2013) Prosperidad y espiritualismo para todos: un análisis sobre la noción de emprendedor en eventos masivos en Buenos Aires, en *Rev.Horizontes Antropológicos* Año 19, n. 40. Pp. 343-364.
- VARGAS, Patricia y ZENOBI, Diego (2007) Una etnografía de las moralidades. Relaciones de 'proximidad' y 'distancia' entre los diseñadores de objetos e indumentaria en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, *I Coloquio Nacional de Estudiantes de Posgrado en Antropología Social. Miradas actuales de la antropología en México*, Colegio de San Luis, San Luis Potosí, México.
- VARGAS GONZÁLEZ, Carlos Alfonso (1989) Artesanías tradicionales, artes populares. Busca de una terminología clarificadora, en *Aisthesis* N°. 22, Instituto de Estética Santiago Facultad de Filosofía, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile. Pp. 27-45
- VÉZINA, Brigitte (2019), Frenar la apropiación cultural en la industria de la moda mediante la propiedad intelectual, en *Revista OMPI*. Disponible: https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2019/04/article_0002.html
- VILLARREAL, Magdalena (2014) "Regimes of Value in Mexican Household Financial Practices", en *Current Anthropology* Volume 55, Supplement 9. Pp. 530-539.
- VILLASEÑOR ALONSO, Isabel y ZOLLA MÁRQUEZ, Emiliano (2012) Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura, en *Cultura y representaciones sociales*, año 6, núm. 12.
- VINATEA BARBERENA, Lucía Andrea (2014) Diseñador y artesano: un diálogo sostenible, en *Actas de Diseño N°16 VIII Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo"*, Cuarto Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño, Buenos Aires, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Pp. 203-206.
- VIVALDI, Ana (2013) Fuera del Chaco. Movilidad, afecto y género en los desplazamientos de familias qom a la ciudad de Buenos Aires", en Tola, Florencia; Medrano, Celeste y Cardín, Lorena (comps.), *El Gran Chaco: ontologías, poder, afectividad*. Buenos Aires, Rumbo Sur /Ethnographica.
- (2016) Caminos a la ciudad, el monte y el Lote. Producción de lugares entre los Tobas (Qom) del Barrio Nam Qom, Formosa », en *Corpus* [En línea], Vol 6, No 1.
- WILKIS, Ariel (2018) Introducción, en: Wilkis (ed.), *El poder de (e)valuar. La producción monetaria de jerarquías sociales, morales y estéticas en la sociedad contemporánea*, 1° edición UNSAM, Universidad del Rosario. Pp. 9-28.
- WORTMAN, Ana (2001) El desafío de las políticas culturales en la Argentina, en: Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización 2, Buenos Aires: CLACSO.
- (2011) ¿De qué estamos hablando, cuando hablamos de democratización cultural? en WORTMAN, A. et al, *Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*. Buenos Aires, Prometeo.
- WÜGER, Daniel (2004) La prevención de la apropiación indebida del Patrimonio Cultural Inmaterial mediante leyes de propiedad intelectual, en *Poor People's Knowledge. Promoting Intellectual Property in Developing Countries*. Michael Finger; Philip

Schuler.(Ed). Pp. 183-207.

YÚDICE, George (2003) El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Gedisa, Barcelona.
(2018) “Prólogo”. En PRATO y SEGURA (Ed) Estado, sociedad civil y políticas culturales. Rupturas y continuidades en Argentina entre 2003 y 2017. Buenos Aires: RGC Ediciones. Pp. 9-12.

ZAMBRINI, Laura (2009) Prácticas del vestir y cambio social. La moda como discurso, en *Question*, vol. 1, N° 24; p. 1 - 19.

(2010) Modos de vestir e identidades de género: reflexiones sobre las marcas culturales en el cuerpo, en *Nomadías*. Pp. 130 - 149.

(2015) Diseño de autor, ¿Y de autora? La pregunta por el género en el diseño de indumentaria y textil, en MON et. al, *El diseño posible. Paradigmas, mercado e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*, Luján: UNNOBA. Pp 189-199.

(2016) De diseñadoras, diseñadores y diseños. Reflexiones desde una perspectiva de género, en *Revista Iconofacto*, vol. 11. Pp. 100-110

ZAMORANO, Mariano Martín (2016) “La transformación de las políticas culturales en Argentina durante la primera década Kirchnerista: entre la hegemonía y la diversidad”, en *Aposta* N° 70. Pp. 53-83

ZELIZER, Viviana (2009) *La negociación de la intimidad*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

ZITO, Maximiliano (2014) La ética del diseño sustentable, en *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*. Año 14, Vol. 48. Pp. 95-105.

Fuentes Documentales

Notas de prensa

AJMAT, Silvina (5 de enero de 2016) Punta del Este: en moda, el “vale todo” es tendencia, diario *La Nación*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

(26 de enero de 2019) Qué es el “lujo sustentable” y por qué se impone en Punta del Este, diario *La Nación*, sección lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

ALMACÉN DE RAMOS GENERALES UTT (7 de noviembre de 2018) Llegaron las canastas de la Cooperativa de Mujeres Qom, *Indymedia Argentina*. Disponible en: <https://argentina.indymedia.org/>

ALVARADO, Ana Cristina (9 de febrero de 2020), Carry Somers: ‘Las mujeres están liderando el cambio en la industria de la moda’, *El Comercio*.

ARANDA, Diego (25 de septiembre de 2015) Mujer Originaria, en *Agencia de Noticias de Comunicación alternativa y popular* (ANCAP). Disponible en: <https://noticiasancap.org/>

- ARZOLA, Andrea (24 de enero de 2019) Moda: por qué es importante elegir marcas sustentables, revista *OHLALÁ*, diario *La Nación*, sección lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- ARROYUELO, Javier (1 de agosto de 2018) Refinamiento, sin perder de vista lo sustentable, diario *La Nación*, sección lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- BESTANI, Loris María (29 de septiembre de 2017) Paula Marra: “No nos engañemos, la gente compra lo que le gusta o le sirve, diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- (6 de marzo de 2020) Paula Marra: “Somos la cooperativa de mujeres indígenas y artesanas más grande de América Latina, diario *La Nación*, sección economía/comercio exterior. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- BUSCAGLIA, Teresa Sofía (28 de noviembre de 2018) Potenciar el desarrollo de la mujer rural: otro de los desafíos del G20, diario *La Nación*, sección Comunidad. Disponible en <https://www.lanacion.com.ar/>
- CAMBARIERE, Luján (21/04/07) Sueños de hilo, *Página 12*, suplemento m2. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (3 de mayo de 2014), El ojo de la ética, *Página 12*, suplemento m2. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (16 de agosto de 2014) Enseñar las fibras, *Página 12*, suplemento m2. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (29 de agosto de 2015) Textiles a mano, *Páginas 12*, suplemento m2. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (25 de noviembre de 2017) Sombrero en mano, *Página 12*, suplemento m2. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (9 de diciembre de 2017) De compras justas, diario *Página 12*, suplemento m2. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (9 de octubre de 2018) La unión hace las piezas, *Página 12*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- CARABAJAL, Mariana (21 de agosto de 2011) Mi sueño es una universidad en la Puna, diario *Página 12*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- CARRIQUE, Felicitas (4 de junio de 2019) El desafío de vender artesanías locales al mundo, diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- CASERO, Cecilia (16 de diciembre de 2016) “Los capazos son (también) para el invierno”, *Vogue.es*. Disponible en: <https://www.vogue.es/>
- (6 de abril de 2017) “Esta primavera los capazos serán redondos... O no serán”, *Vogue.es*. Disponible en: <https://www.vogue.es>
- CASTELLÓ, Elena (14 de marzo de 2019), Carry Somers y su 'Fashion Revolution', en *Mujer hoy*. Disponible en: <https://www.mujerhoy.com/>
- CICERO, Gabriela (7 de diciembre de 2006), Moda folk y antifolk, en el Malba. Fusión, diario *La Nación*, suplemento Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

- CIPRIANI, Paula (9 de junio de 2011) Tendencias, 100% sustentable, en diario *La Nación*, sección moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- COOPERATIVA L'COM QOM (26 de noviembre de 2019) L' Com na Qom se hace oír, *La poderosa*. Disponible en: <https://lapoderosa.org.ar/>
- CULLEN, Lucía (26 de agosto de 2019) Emprendedores con propósito: moda sin contaminar y con compromiso social, diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- CHUEKE PERLES, Daniela (14 de noviembre de 2020) Mujeres rurales: una antropóloga italiana y una artesana wichi rompiendo límites, diario *La Nación*, sección Lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- DROVETTO, Javier (31 de julio de 2017) Moda de autor: auge de emprendedores que apuestan a la originalidad, diario *La Nación*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- EDELSTEIN, Sofía (4 de noviembre de 2020) Capacitan a mujeres en distintos oficios y ayudan a familias de Chaco, Revista *OHLALÁ*, *La Nación*, sección Lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- FERNÁNDEZ IRUSTA, Diana (10 de agosto de 2014) Entrevista. Susana Saulquin. “El sistema de la moda sigue operando, aunque la tendencia sea salirse de lo masivo”, diario *La Nación*, sección Opinión. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- FUSARO, Mariana (18 de julio 2018) Cómo es la ruta de un ovillo de lana pura hasta convertirse en producto, revista *OHLALÁ*, diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- GALINSKY, Paula (19 de agosto de 2018) La historia de Olga, la referente qom que representa a la mujer rural en el G20, diario *Clarín*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- (20 de agosto de 2018) Aprendieron de sus abuelas a hacer artesanías y usan Internet para venderlas, diario *Clarín*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- GÓMEZ DEL RÍO, Gaby (15 de septiembre de 2016) Lujo sustentable: la tendencia que siguen Obama y Máxima Zorreguieta, diario *Clarín*, sección entremujeres. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- GONZÁLEZ, Verónica (13 de septiembre de 2020), Qom Alphi, todas las mujeres qom: mujeres tejedoras, en *Agencia de Noticias de Comunicación alternativa y popular* (ANCAP). Disponible en: <https://noticiasancap.org/>
- GORODISCHER, Violeta (25 de julio de 2010), Toda percha que camina, diario *Página 12*, suplemento Radar. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- GUIRALDES, Carmen (16 de abril de 2019) Es ingeniera y creó un emprendimiento que involucra a 1400 mujeres del Gran Chaco, revista *OHLALÁ*, diario *La Nación*, sección Lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- HEGUY, Silvana (1 de febrero de 2015), “El nuevo lujo: tiempo, calidad de vida y tecnología”, diario *Clarín*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- LACUSE, Georgina (16 de agosto de 2007) Ecomoda II, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

- LAFUENTE, Esteban (12 de abril de 2017) Expectativa. Los emprendedores elogian la nueva ley de la actividad, diario *La Nación*, sección Economía. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- LAZARO, Andrea (26 de febrero de 2015) Loom Boom: el boom del Telar, es más que una moda”, *La Moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (17 de abril de 2015) Potenciando el diseño de indumentaria con impronta local. *La Moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (24 de junio de 2015) Sabrina Sastre: siempre quise trabajar con artesanas, *La Moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (20 de julio de 2015) Lo bueno, lo útil y lo bello y ¿Qué es el lujo?, dos exhibiciones que celebran la excelencia de la producción artesanal. *La Moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (11 de octubre de 2016) Materiales textiles sustentables. *La Moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (28 de diciembre de 2016) Cestas y canastas a la pasarela: conociendo la cestería argentina. *La moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (24 de noviembre de 2016) Fibras naturales: un modelo inclusivo y sustentable para la fibra de guanacos. *La moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (17 de noviembre de 2016) Marcelo Rosenbaum y La gente transforma, diseño social en América Latina. *La moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (20 de septiembre de 2017) La tecnología al servicio de la preservación de técnicas artesanales ancestrales. *La moda en serio*. Disponible en: <https://lamodaenserio.com/>
- (3 de abril de 2019) Diseño + hecho a mano + fibras naturales abre puertas al mercado internacional, diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- LESCANO, Victoria
- (31 de agosto de 2012) Esos raros remixes nuevos, *Página 12*, suplemento Las 12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (15 de septiembre de 2017), Hecho a mano, *Página 12*, suplemento Las12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- LEVINTON, Solange
- (16 de septiembre de 2018) Se inauguró la primera asociación de moda sustentable del país, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- (16 de septiembre de 2019) Ser o no ser sustentable, diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- LOMBARDINI, Martina (24 de agosto de 2019) Moda sustentable. El verde es el nuevo negro, en diario *La Nación*, sección economía. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- LÓPEZ, Carla Fabiana (16/12/18) Bitácora de viaje: primer encuentro de mujeres y saberes qom y wichi en el impenetrable, *Revista Fabularia*. Disponible en: <https://revistafabulariava.wordpress.com/>

- LÓPEZ, Mariángeles (9 de mayo de 2010) Extra Deco/ Tendencias. Hecho a mano, diario *La Nación*, sección lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- MAIDANA, Carlos (7 de febrero de 2017) Jessica Pullo y la moda sustentable, diario *La Nación*, sección lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- MARINA, Valera (10 de junio de 2019) “Lo dice una estilista danesa: la clásica cesta (rígida) de Jane Birkin es el mejor capazo del verano 2019”, *Vogue.es*. Disponible en: <https://www.vogue.es/>
- MARTYNIUK, Claudio (9 de noviembre de 2014), Diálogo a fondo. Susana Saulquin, socióloga: “La moda responde a deseos simbólicos que no tiene existencia real, diario *Clarín*, sección Opinión. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- MAURELLO, María Eugenia (24 de junio de 2017) Maydi: el tejido artesanal, de París a Buenos Aires, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- MILLÁN, Moira (24 de febrero del 2020) "El extractivismo cultural es la sustracción de un saber o arte ancestral para destruirlo", en *Revista digital Resistencias*.
- MIRA, Cristian (17 de septiembre de 2016) Paula, Marra: “la gente busca algo sustentable en todo concepto, diario *La Nación*, sección Economía. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- MORENO, Silvia (12 de diciembre de 2002) Buen pronóstico. En cinco años, otro tablero para la moda y nosotros, primeros, diario *La Nación*, suplemento de Moda y Belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- (28 de mayo de 2003), Hecho a mano, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- MORENO, Patricia (11 de febrero de 2018) “Impacientes, estáis de enhorabuena: estos bolsos de verano se pueden llevar en invierno”, *Vogue.es*. Disponible en: <https://www.vogue.es/>
- ORIGLIA, Gabriela (15 de agosto de 2016) Tierra dentro. De la Puna Jujeña a Harvard: las mujeres Warmi hacen escuela con su red de microcréditos, diario *La Nación*, sección Economía. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- PEKER, Luciana (24 de febrero de 2012) Por amor al closet, diario *Página 12*, suplemento Las12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (31 de octubre de 2014) Valor agregado, diario *Página 12*, suplemento Las12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- PEREZ, Lorena (29 de septiembre de 2019) Sostenible ¿La moda está lista para remover los tóxicos de la ropa?, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- PIÑA, Delia Alicia (27 de febrero de 2014) Al natural. Alejandra Gotelli: “Lo mío no tiene fecha de vencimiento, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- (8 de diciembre de 2018) Dos rosarinas convierten el desecho textil en prendas de diseño, en diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

- (6 de agosto de 2019) Compost textil. La diseñadora Florencia Fiocca gana mercados con ropa upcycled, diario *La Nación* revista, suplemento Moda y belleza.
- PUJANA, Inés y CASTAGNINO, María Eugenia (27 de junio de 2019) Es Santafesina, dejó su carrera corporativa y creó una tienda y un festival de diseño, revista *OHLALÁ*, diario *La Nación*, sección lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- QUEIJA, Ana Paula (18 de diciembre 2019) Moda. 10 lugares para comprar diseño sustentable, revista *OHLALÁ*, diario *La Nación*, sección vida sustentable. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- QUELLET, Belén (12 de enero de 2012) Historias solidarias/Asociación Surcos Patagónicos. Productos artesanales con valor agregado, diario *La Nación*, sección Sociedad. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- QUILICI, Sofía (21 de abril de 2016) Fast fashion vs. slow fashion, revista *OHLALÁ*, diario *La Nación*, sección Lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- RINDONE, Francesca (18 de noviembre de 2014) Mujeres cesteras del Chaco argentino: el trabajo como una forma de emancipación, *Antropocosmos*. Disponible en: www.antropocosmos.com
- SAINZ, Carolina (26 de marzo de 2018), “De contaminar a hacer diseños sustentables”, diario *Clarín*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- (30 de julio de 2018), Nace una nueva cámara de moda, diario *Clarín*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- SANTORO, Sonia (16 de marzo de 2009), Del nylon a las fibras naturales, diario *Página 12*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- (28 de julio de 2014), DIÁLOGOS. La socióloga Susana Saulquin analiza los significados de la moda en la actualidad, diario *Página 12*. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- SIRVÉN, Pablo (13 de julio de 2017) Arte sano, diario *La Nación*, sección Opinión. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- SOSA, Cecilia (17 de diciembre de 2006) Lo criollo revisitando por 20 diseñadores en el MALBA, diario *Páginas 12*, sección Moda
- SPINETTA, Franco (29 de julio de 2014) El valor de lo artesanal, diario *La Nación*, sección Lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- STANG, Silvia (13 de octubre de 2015) Vía sustentable. Artesanías y cultivos, ejes de la economía aborígen alentada por el comercio justo, diario *La Nación*, sección de Economía. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- SUBIZA, Emilia (11 de abril de 2011) Emprendedores. Indumentaria autóctona que busca un consumo ético”, diario *La Nación*, sección economía. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- PATERNIO, Federico (10 de marzo de 2016) Alpí Nacona’a autogestión qom: “El rol de la mujer dentro de la comunidad es importantísimo”, en *Agencia de Noticias de Comunicación alternativa y popular* (ANCAP). Disponible: <https://noticiasancap.org/>

- PÉREZ MÉNDEZ, María José (8 de mayo de 2017) “La cesta de Jane Birkin es el bolso negro de verano (y sabemos dónde encontrarla)”, *Vogue.es*. Disponible en: <https://www.vogue.es/>
- (13 de junio de 2018), “Así se llevan los capazos, por Julia Rodríguez”, *Vogue.es*. Disponible en: <https://www.vogue.es/>
- (24 de mayo de 2019) “Capazos diferentes que son incluso mejores que un bolso negro”, *Vogue.es*. Disponible en: <https://www.vogue.es/>
- PHILLIPS, Nuala (15 de abril de 2019) “Los bolsos de mimbre que llevaremos este verano son muy diferentes a los de 2019”, *Vogue.es*. Disponible en: <https://www.vogue.es/>
- URDINEZ, Micaela (26 de diciembre de 2016) Impronta local. En plena Puna, una hilandería apunta a potenciar el desarrollo económico, diario *La Nación*, sección Comunidad. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- VALLEJOS, Soledad (11 de enero de 2008) El rumor de las voces propias, diario *Página 12*, suplemento Las12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>
- VARELA, Andrea (26 de agosto del 2020), Caminos en las manos: entrevista a Roxana Amarilla *La Filomena*, cuerpo tejiendo tecnología. <http://www.proyectoabrigo.untref.edu.ar/abrigo/content/caminos-en-las-manos-entrevista-roxana-amarilla>
- VITALE, Silvana (18 de mayo de 2016) “CAMBIO. Cómo es el lujo sustentable”, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- (29 de julio de 2017), “Un lujo sustentable, las fibras naturales”, diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- (12 de agosto de 2017) “INICIATIVA. Cruce de saberes en favor del diseño”, diario *La Nación*, sección *Moda y Belleza*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- (21 de septiembre de 2017) Milagro Tejerina: “nunca compré un textil, siempre recupero o creo uno, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>
- (19 de julio de 2019) Diseño sustentable. Dos cordobesas en la semana de la moda eco en Finlandia, diario *La Nación*, sección Moda y belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Diario Clarín

- Una mujer que lucha por su comunidad (12 de enero de 1998), diario *Clarín*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- Susana Saulquin: “El ser argentino no responde a un diseño específico” (19 de marzo 2006) , diario *Clarín*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- La búsqueda de una mirada propia en el diseño de autor (19 de marzo de 2006), diario *Clarín*, sección “Sociedad”. Disponible en: <https://www.clarin.com/>
- Desde una bombacha bataraza “Pied de Poule” a alpargatas de tacos altos (6 de diciembre de 2006), diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Revolución femenina en Abra Pampa, corazón de la puna jujeña (7 de marzo de 2007), diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Seguimos siendo indígenas, pero con tecnología aplicada (9 de marzo de 2007), diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Crece el diseño ecológico en la Feria” (12 de mayo de 2010), diario *La Nación*, sección *ecología*

Con paso firme y... ¡ecológico!, diario *Clarín* (20 de abril de 2012), sección *ecología*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Moda sustentable, una alternativa positiva a la hora de vestirse (20 de abril 2012), diario *Clarín*, sección *ecología*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Futuro, arte y diseño sustentable, juntos en una feria en La Rural” (15 de junio de 2012), diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Oskar Matsavaht: “La moda sustentable es el futuro” (18 de mayo de 2012), diario *Clarín*, sección *entremujeres*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Uruguay recicla (17 de octubre de 2012), diario *Clarín*, sección *vida eco*. Disponible en: <https://www.clarin.com>

Rosario Quispe, emprendedora social (28 de octubre de 2012), diario *Clarín*, sección *género*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Arman un proyecto textil Qom con máquinas de talleres ilegales (10 de julio de 2013), diario *Clarín*, sección *sociedad*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Nuevo lujo, para uno y los demás (8 de noviembre de 2013), diario *Clarín*, sección *suplementos*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

La moda pierde poder (20 de marzo de 2015), diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

El diseño de ropa crece: ya hay casi 300 marcas de autor (30 de mayo de 2015), diario *Clarín*, sección *sociedad*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Susana Saulquin, contra los lujos, las modas y lo previsible (16 de septiembre de 2015), diario *Clarín*, revista *Ñ ideas*

Tejidos naturales, eco print y patchwork: cuando la moda cuida el medio ambiente (21 de marzo de 2016), diario *Clarín*, sección *entremujeres*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Susana Saulquin: “La vida cotidiana te lleva a vestir lo funcional, a estar cómoda” (31 de marzo de 2016), diario *Clarín*, sección “Ciudades”. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

El auge del diseño sustentable (30 de octubre de 2017), diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Pasión por el diseño: 8 mujeres con voz propia (6 de marzo de 2018), diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Los diseñadores argentinos que apuestan a las fibras naturales (7 de julio de 2018), diario *Clarín*, sección *sociedad*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

En fotos: Los diseños de las artesanas qom de Fortín Lavalle (16 de septiembre de 2018), diario *Clarín*. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Sustentables, genderless y slow fashion: manifiesto artístico contra las tendencias de moda (14 de mayo de 2019), diario *Clarín*, sección entremujeres. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

El Bambú, el lujo sostenible y un amplio abanico de posibilidades de desarrollo (24 de agosto de 2019), diario *Clarín*, sección rural. Disponible en: <https://www.clarin.com/>

Diario La Nación

Rincón Gaucho. En defensa de las artesanías” (10 de abril de 1999), diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Un mundo artesanal. Otro invierno entibiado con la Feria del Sol (27 de agosto de 1999), diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Arte. Artesanía guaraní (3 de diciembre de 1999), diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Tendencia. Artesanías argentinas en los bazares económicos” (18 de febrero de 2003), diario *La Nación*, sección Economía. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Para disfrutar de Buenos Aires a la hora de hacer compras. Ferias a donde ir en busca de diseño y artesanía (6 de diciembre de 2003), diario *La Nación*, sección Sociedad.

Extra mujeres/Nota de tapa. El poder femenino (4 de marzo de 2007), diario *La Nación*, sección Lifestyle. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Agenda. BAFWEEK, la gran semana de la moda” (6/02/14), diario *La Nación*, sección Moda y Belleza. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Una jujeña deslumbró con sus ponchos en la Feria de Artesanos de Milán (14 de diciembre de 2016), diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Diseño Argentino en Londres. Milagro Tejerina: fieltro de autor (4 de febrero de 2017), diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Moda eco: cuáles son las marcas argentinas con sello de calidad sustentable (2 de marzo de 2018), revista *OHLALÁ*, diario *La Nación*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

La firma de diseño pionera de la moda sostenible local (28 de noviembre de 2018), en diario *La Nación*, sección economía. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/>

Diario Página 12

Rearmar la historia (12 de noviembre de 2007), diario *Páginas 12*, suplemento LAS12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>

La moda del suéter orgánico (21 de agosto de 2007), diario *Página 12*, sección sociedad. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>

Transmitiendo un saber ancestral (4 de mayo de 2016), Diario *Página 12*, sección Cultura/Espectáculos. Disponible en : <https://www.pagina12.com.ar/>

Desde el alma (1 abril de 2017), *Página 12*, suplemento m2. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/>

Otros medios gráficos

Rechazamos que el gobierno nos diga cómo nos tenemos que organizar (julio de 2013), revista *Sudestada*. Disponible en: <https://revistasudestada.com.ar/>

Resignificar la forma de vestir de la mujer (23 de diciembre de 2013), revista *Emprender*. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/316562132/Caso-Maloca-1>

Artesanía qom (12 de noviembre de 2014), en *Antropocosmos*. Disponible en: www.antropocosmos.com

Artesanas aborígenes se suman a la campaña «yo hice tu ropa» (25 de mayo de 2016), *indymedia*. Disponible en: <https://argentina.indymedia.org/>

De la Quiaca a Milán: una artesana triunfó entre los mejores del mundo (15 de diciembre de 2016), diario *El Intransigente*, sección sociedad. Disponible en: <https://elintransigente.com/>

Artesana jujeña viaja a Milán (28 de noviembre de 2016), diario *el Tribuno*. Disponible en: <http://www.eltribuno.com/jujuy>

Qué nos dejó la semana del Fashion Revolution (3 de mayo de 2018), *El Canciller*. Disponible en: <https://elcanciller.com/>

Artesanas qom del chaco impenetrable visitan la ciudad de Córdoba (24 de agosto de 2017), *La Tinta*. Disponible en: <https://latinta.com.ar/>

Matriarca, del norte argentino al mundo (julio 2018), en *Revista Sophia*. Disponible en: <https://www.sophiaonline.com.ar>

AMSOAR inaugura su programa “La moda te cuida” con el evento de Shingo Sato (6 de febrero de 2019), Disponible en: <https://mundotextilmag.com.ar/>

Asunción se suma a Bienalsur (14/7/19), *abc.com*, Disponible en: <https://www.abc.com.py/>

Entrevista a Orsola de Castro, co-fundadora de Fashion Revolution Day (13/11/20), en *la casa encendida*. Disponible en: <https://www.lacasaencendida.es/>

Documentos e informes

ACOSTA, Andrea [et. al] (2013), INTI mapa de diseño 101 diseñadores de indumentaria, San Martín, INTI.

BENDELL Jem y KLEANTHOUS Anthony (2007) *Deeper Luxery*, World Wildlife Fundation for Nature (WWF).

- COMISIÓN L´TAARAIPÍ (ca. 1990) Un tesoro que nos dejaron los antepasados. Mimeo.
- DALMAS ARTUS, Mabel (2013) Programa Mujer-comunidad, Junta Unida de Misiones, mimeo.
- MARINO, Patricia [et. al] (2010) Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina 2010. Diagnóstico productivo del impacto económico, San Martín: INTI.
- (2011) Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina 2011. Diagnóstico productivo del impacto económico, San Martín: INTI.
- (2013) Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina 2012. Diagnóstico productivo del impacto económico, San Martín: INTI.
- (2014) Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina 2014. Diagnóstico productivo del impacto económico, MON, L (coordinación general), San Martín: INTI.
- MARRÉ, Sofía (2017) Diseño de indumentaria de autor en Argentina. Diagnóstico productivo e impacto económico basado en la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor 2016, MARRÉ coordinación general, San Martín: INTI.
- (2018) Reflexiones sobre las artesanías textiles argentinas, MARRÉ (comp.), San Martín: INTI.
- (2004) Informe El sector artesanías en las provincias del Noreste argentino. Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones, SAGPyA. Ministerio de Economía de la Nación
- (2005) Informe El sector artesanías en las provincias del Noroeste argentino. Catamarca, Jujuy, Salta y Tucumán
- MON, Laureano (2011) Las cosas del quehacer. Debates en torno al diseño de indumentaria en Argentina, en MON et al, Córdoba, INTI y Centro Cultural España-Córdoba.
- (2016a) TÓPICOS 2025 N° 1, El futuro de la industria de la moda. Robotización, oficios y creatividad, Observatorio de Tendencias, INTI.
- (2016b) TÓPICOS 2025 N° 2, El futuro de la industria de la moda. Comercialización: divergencia de hábitos & integración de experiencias, Observatorio de Tendencias, INTI.
- (2016c) TÓPICOS 2025 N° 3, El futuro de la industria de la moda. Consumidores: identidades reversibles, virtualización del cuerpo & autonomía crítica, Observatorio de Tendencias, INTI.
- (2016d) TÓPICOS 2025 N° 4. El futuro de la industria de la moda. Nuevas fronteras éticas: la construcción de sentido en un mundo en crisis, Observatorio de Tendencias, INTI.
- Apuntes del Micsur (2014). Mercado de Industrias Culturales del Sur (MICSUR) <https://issuu.com/secretariadecultura/docs/micsur>
- Declaración sobre la Diversidad Cultural. (2001). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).
- Dis.glosario (2017b), Ministerio de Cultura de la Nación. <https://issuu.com/minculturaar/docs/disglosarioweb20170926>

Dossier Artesanía y Diseño N°2 Taller A+D. Encuentro en Santiago de Chile (2009). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Campaña Global para el Empoderamiento de las Mujeres Indígenas para el Hambre Cero (2018). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO)

Campaña #Mujeres Rurales 2019 (2019). Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO)

Catálogo de emprendimientos sustentables, Programa Nacional de Emprendedores para el Desarrollo Sustentable (PROESUS) (2019), Secretaría de Gobierno de Ambiente y Desarrollo (SAyDS)

Código de Conducta para el Sector Textil y de la Moda de NICE (2012). Instituto Danés de la Moda y la asociación Nórdica de la moda

Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010: Censo del Bicentenario.

Conferencia La mujer en la Ciudad (1975), Organización de las Naciones Unidas (ONU)

Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Convención para la Protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales (2005a). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Declaración sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (2007). Organización de las Naciones Unidas (ONU)

Declaración sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (2007). Organización de las Naciones Unidas.

Guía práctica Marketing de la artesanía y de las artes visuales: función de la propiedad intelectual (2003). Organización de las Naciones Unidas (ONU).

El libro del MICA 2015 (2015a). Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación

Guía Práctica Encuentro entre Diseñadores y Artesanos (2005b). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Informe Brundtland (1987). Organización de las Naciones Unidas

Informe Nuestra Diversidad Creativa (1996). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Informe Mundial sobre Desarrollo Humano: La libertad cultural en el mundo diverso de hoy (2004). Organización de las Naciones Unidas (ONU).

Informe Economía Creativa (2010). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Informe We Grow. Liberando el potencial de crecimiento de las emprendedoras en latinoamérica y el Caribe (2014), Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Informe Liderando el Cambio. Los valores del Pacto Mundial en el sector textil y de la moda (2015), Red Pacto Mundial Argentina, Centro Textil Sustentable.

- Informe RE| PENSAR LAS POLÍTICAS CULTURALES. 10 años de promoción de la diversidad de las expresiones culturales para el desarrollo (2016). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)
- Informe *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Una mirada desde Latinoamérica y El Caribe en la cosmovisión de los Pueblos Indígenas* (2019). Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y El Caribe - FILAC.
- Informe Caminos hacia el aumento de la capacidad de acción y decisión de las mujeres. Iniciativa de la Ruta de la Cultura Qom, Provincia de Chaco – Argentina Proyecto de Infraestructura Vial para el Desarrollo de Norte Grande (2011-2016 (s.f.). Grupo Banco Mundial.
- La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (22/09/2015). Asamblea General de la Naciones Unidas.
- Mujeres indígenas, relatos e historias de vida, Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación (2008). Secretaria de Cultura de la Nación.
- Pensar la cultura pública. Apuntes para una cartografía nacional (2015b) Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación
- Pre-MICA. Industrias Culturales Argentinas región a región. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Nación (2013). Secretaria de Cultura de la Nación.
- Presentación MICA 2017 (2017a). Folleto impreso. Ministerio de Cultura de la Nación
- #Protagonistas de la industria nacional (2014) Ministerios de Cultura de la Nación.
- Resolución 1325 (2000). Organización de las Naciones Unidas (ONU)
- Resultados Global Entrepreneurship Monitor 2014 (2014). Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Resumen Ejecutivo Observatorio de Emprendedores (OE, GCBA). IAE Business School. https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/resumen_gem_2014.pdf

Sitios web consultados

Organismismos del Estado/comunicación oficial

- Acto conmemorativo del 204° aniversario de la Revolución de Mayo: Palabras de la Presidenta de la Nación (25/05/), Casa Rosada.
<https://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/27534-acto-conmemorativo-del-204d-aniversario-de-la-revolucion-de-mayo-palabras-de-la-presidenta-de-la-nacion>
- Artesanos del norte del país y estudiantes de diseño intercambiarán experiencias en residencias artísticas (2017), Fondo Naiconal de las Artes (FNA).
- Dis.glosario. Fideral del Diseño Argentino (2017), Ministerio de Cultura de la Nación
https://www.cultura.gob.ar/disglosario-federal-del-diseno-argentino_4891/http://micsur.org/agenda/foros-y-conferencias
- Michetti presentó el Programa Artesanado Argentino (23/11/18)
<https://www.casarosada.gob.ar/la-vicepresidente/ultimas-noticias/44211-michetti-presento-el-programa-artesanado-argentino>

MICSUR (2014), Ministerio de Cultura de la Nación.
<https://issuu.com/secretariadecultura/docs/micsur>

RENATRA (2016) Registro Nacional de Artesanos Textiles de la República Argentina - Mapa Cultural y Productivo del Textil Artesanal Nacional.
https://inta.gob.ar/sites/default/files/renatra_final_mayo_2016.compressed.pdf

Tomada participó de la apertura del MICA 2013 en Tecnópolis (11/04/13),
 Argentina.gob.ar.<https://www.argentina.gob.ar/noticias/tomada-participo-de-la-apertura-del-mica-2013-en-tecnopolis>

Lanzaron oficialmente el Máster Plan de El Impenetrable (2016), Foro Ambiental.net.
<https://www.foroambiental.net/archivo/noticias-ambientales/compromiso-ambiental/1409-el-gobernador-lanzo-oficialmente-el-master-plan-de-el-impenetrable>
<https://fnartes.gob.ar/novedades/artesanos-del-norte-del-pais-y-estudiantes-diseno-intercambiaran-experiencias-en-residencias-artisticas>

Museos/Fundaciones/Centros Culturales

Centro Cultural Alternativo (6/11/2017) *El festival “Ancestral y Contemporáneo” comienza con muestra, foro y ballet.* <http://cecual.blogspot.com/2017/11/el-festival-ancestral-y-contemporaneo.html>

MALBA (2006) *malba.diseño. Moda con identidad CRIOLLA.*
http://intranet.malba.org.ar/web/prensa_det.php?id=76

Museo de la Historia del Traje (MHT) (2017), *3 pioneras del diseño argentino. El Museo Nacional de la Historia del Traje exhibe prendas de las diseñadoras Fridl Loos, Medora Manero y Mary Tapia* <https://museodeltraje.cultura.gob.ar/noticia/3-pioneras-del-diseno-argentino/>

Emprendimientos de diseño

Animana. <https://animanaonline.com.ar/>

Biotico. <https://biotico.com.ar/>

Cooperativa de Diseño. www.cooperativadedisenio.com

Cosecha Vintage. <https://www.cosechavintage.com.ar/>

Cúbreme. www.cubre.me

Elementos Argentinos. <https://elementosargentinos.com.ar/>

Hormiga cueros. <https://www.faceb.com/hormiga.cueros>

Juana de Arco. www.juanadearco.net/es

Kayamanta. www.kaymanta.com.ar

Maloca. www.malocamaloca.com.ar

Manto Abrigos. www.mantoabrigos.com.ar

Marcelo Senra. <http://www.marelosenra.com/>

Maydi. <https://maydi.co/es/acerca-de-maydi/>

Modesta. www.modesta.com.ar

Paysana. <https://paysanadeco.mitiendanube.com/>

Romero. <https://romerohechoamano.com/>

Tonocoté. www.tonocote.com.ar

Valeria Nicali. www.valerianicali.com

Velasco. <https://velascodeautores.com.ar/>

ONG, fundaciones y organizaciones religiosas

Comercio justo: <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo-2/los-10-principios-internacionales/>

Junta Unida de Misiones. www.federacionjum.org.ar

Fundación Gran Chaco. www.gran-chaco.org

Fundación Niwok. <https://www.fundacionniwok.org/>

Fundación Silataj. www.fundacionsilataj.org.ar

Matriarca. <https://matriarca.com.ar>

ONG Arte y Esperanza. www.arteyesperanza.com.ar

Organizaciones y empresas locales e internacionales ligadas a la sostenibilidad

Certificado Cradle to Cradle. www.c2ccertified.org

Child labor free. www.childlaborfree.com

Fashion Revolution Day. www.fashionrevolution.org

SANGAM (2015) www.sangamproject.net

Sistema B. www.sistemab.org

Universidades y centros de formación profesional

Centro de Estudio Profesionales Espacio Buenos Aires <https://espaciobuenosaires.com.ar/>

Escuela Argentina de Moda (EAMODA). <https://eamoda.com.ar/>

Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU-UBA). <http://www.fadu.uba.ar>

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (FAUD-UNC). <https://faud.unc.edu.ar/>

Universidad de Palermo. <https://www.palermo.edu/>

Redes sociales

Cooperativas

Andrea Servera (5/04/2013), Pasarela Nacional. Facebook.

Chaguarte. Facebook. <https://www.facebook.com/Chaguarte>

Mawo. Facebook. <https://www.facebook.com/wichilhenay>

N'tetaxanaqui. Facebook. <https://www.facebook.com/ntetaxanaqui>

Qom lashepi Alpi. Facebook. <https://www.facebook.com/qom.lashepialpi>

Randeras de El cercado. Facebook. <https://www.facebook.com/randeras.cercado>

Red Puna Artesanías (4/11/18), Residencia Red Puna-FADU. Facebook.

<https://www.facebook.com/redpuna.artesantias/photospcb.2057708467621671/2057708137621704>

(11/11/18), Residencia Red Puna-FADU.

<https://www.facebook.com/redpuna.artesantias/photos/a.1764641553595032/2066131130112738>

(16/11/18), Residencia Red Puna-FADU

<https://www.facebook.com/redpuna.artesantias/photos/a.1764641553595032/2073439959381855>

Organizaciones territoriales indígenas

Consejo Carashe . Facebook. <https://www.facebook.com/consejo.decarashe>

Programas de Estado/Institutos

Instituto de Cultura del Chaco (ICCh). Facebook

<https://www.facebook.com/institutodeculturachaco>

Instituto de Turismo del Chaco. Facebook. <https://www.facebook.com/turismochaco>

Mercado de Artesanías Tradicionales e Innovadoras Argentinas (MATRIA). Facebook.

<https://www.facebook.com/MATRIACulturaNacion>

Moda sostenible

Asociación Moda Sostenible Argentina (AMSOAR). Facebook.

<https://www.facebook.com/asociacionmodasostenibleargentina>

Back in fashion. Facebook. <https://www.facebook.com/backinfashionar>

Centro Textil Sustentable. Facebook. <https://www.facebook.com/ctextilsustentable>

Foro de Moda ética. Facebook. <https://www.facebook.com/foromodaeticalatinoamerica>

La Tapia (30/10/2013), Portada. Facebook.

<https://www.facebook.com/LaTapiaNacyPop/photos/a.599046776798329/599046720131668>

Universo Mola. Facebook. <https://www.facebook.com/universomola>

Tiendas

Adularia. Facebook. https://www.facebook.com/adulariaok/?ref=br_rs

Tienda Inka. Facebook. <https://www.facebook.com/inkatienda>

Warmi Store. Facebook. <https://www.facebook.com/WarmiStores>

Videos

Canales de Youtube:

C5n (15 de abril de 2013), *Cultura: MICA 2013 en Tecnópolis*. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=kwUZ_qgokdM

COMAR (19 de febrero de 2020) *OJO MONTE Laboratorio, Canal Comar (Cooperativa de Artesanas del Gran Chaco)*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=nc2pB9s80II>

Desarrollo Social Chaco (5 de noviembre de 2015), *Programa Norte Grande Ruta de la Cultura Qom*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=pIhCVnrn46Q>

Ecom Chaco (diciembre de 2020), *Qomlashepi Onataxanaipi (mujeres qom trabajadoras)*. Disponible en: <https://vimeo.com/476620135>

Fnaargentina (20 de diciembre de 2018), *Programa de Residencias FNA - FADU*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=HxISFtyK1UY>

Marc Bayard (19 de diciembre 2014), *Marc Bayard - Le Slow Made - Microfinance Quarterly-Conference #10 - ESC-Dijon*.

Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=1blvhvKGT-w>

Ministerio de Cultura de la Nación (11 de abril de 2013), *Pasarela Nacional MICA 2013* (spot). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=qLrOgCSaOjM&list=UU8gyOzFRVhhkjXkEPufnXOg>

Ministerio de Cultura de la Nación (13 de abril de 2013) *Pasarela Nacional MICA 2013*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=X-DvtN2Yw5M>

ANEXOS

ANEXO N°1 · Cuadro de entrevistas, observaciones participantes e instancias colaborativas realizadas junto a artesanas y cooperativas artesanales indígenas

Dimensiones abordadas en las entrevistas semi estructuradas: 1) pieza, técnicas y materia prima 2) jornada de trabajo y división de tareas 3) caracterización de las piezas de calidad 4) acceso a la materia prima 5) configuración de precio 6) alianzas con programas de gobierno/ONG/ fundaciones 5) experiencias con diseñadoras, tipo de acuerdo 7) inicios en la formación artesanal 8) momentos importantes en su trayectoria artesanal 9) acceso a capacitaciones 10) autovaloración de sus artesanías 11) valoración de los consumidores de sus artesanías

NOMBRE	EDAD	LOCALIDAD	PROVINCIA	COMUNIDAD DE PERTENENCIA Y ROL	FECHA Y LOCACIÓN DE LA ENTREVISTA
1. Eugenia	45	Abra Pampa	Jujuy	Colla, Artesana y Presidenta de la coop. PUNHA (forma parte de RED PUNA)	18-08-17, en el marco de la III Bienal de Diseño de la FADU-UBA (CABA)
2. Estela	42	La Quiaca	Jujuy	Colla, Artesana de Pequeños Productores de la Puna (forma parte de RED PUNA)	18-08-17, en el marco de la III Bienal de Diseño de la FADU-UBA (CABA)
3. Nélica	40	De Moreno (dpto de Valle Grande)	Jujuy	Colla, Artesana, integra a la comunidad del Angosto (forma parte de RED PUNA)	18-08-17, en el marco de la III Bienal de Diseño de la FADU-UBA (CABA)
4. Verónica	41	De Churcal de Juella, Tilcara	Jujuy	Colla, Artesana y coordinadora calidad (forma parte de RED PUNA)	18-08-17, en el marco de la III Bienal de Diseño de la FADU-UBA (CABA)
5. Martina	35	De la comunidad de Lecho (a 15km de la Quiaca)	Jujuy	Colla, Artesana (forma parte de RED PUNA)	Realización de dos entrevistas por WhatsApp: la primera el 25-10-17 y la segunda el 10-12-19
7. María del Carmen	48	Ingeniero Suárez	Formosa	wichi, Artesana, trabaja por fuera de las cooperativas de su zona	11-11-17, en el Hotel, Resistencia (Chaco)
8. Eusebia	25	Miraflores	Chaco	qom, Artesana y coordinadora nativa en la asoc. <i>N'Tetaxanaxaqui</i>	11-11-17, en el Patio del CECUAL, Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> Resistencia (Chaco)
9. Marisa	38	Miraflores	Chaco	qom, Artesana y presidenta de la Asoc. <i>N'Tetaxanaxaqui</i>	13-11-17, en el Salón de la Asociación, Miraflores (Chaco)

10. Nancy	35	Miraflores	Chaco	qom, Artesana y coordinadora nativa en la Asoc. <i>N'Tetaxanaxaqui</i>	13-11-17, en el Salón de la Asociación, Miraflores (Chaco)
11. Herminda	40	Miraflores	Chaco	qom, Artesana y coordinadora nativa en la Asoc. <i>N'Tetaxanaxaqui</i>	13-11-17, en el Salón de la Asociación, Miraflores (Chaco)
12. Fabiana	42	Miraflores	Chaco	qom, Artesana y forma parte de la Asoc. <i>N'Tetaxanaxaqui</i>	13-11-17, en el Salón de la Asociación, Miraflores (Chaco)
13. Flia. Leiva	de 25 a 60	Miraflores, lote 88	Chaco	qom, Artesanas	Noviembre de 2018. Trabajo de Campo, lote 88, Miraflores (Chaco)
14. Maria	51	Castelli	Chaco	qom, Artesana y tesorera de la qom <i>lashepi alpi</i>	11-11-17, entrevista realizada en el Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> en el CECUAL (Resistencia, Chaco)
15. Mabel	46	Barrio Noca yi, Castelli	Chaco	qom	22-11-17, casa de Mabel, Castelli (Chaco). Participa en el taller de manualidades en la escuela primaria.
16. Catalina	50	Castelli	Chaco	qom, Artesana y Presidenta de la Qom <i>lashepi alpi</i> (mujeres qom)	17-11-17, sala qom Lashepi Alpi, JUM (Castelli, Chaco)
17. Karina	40	Fortín Lavalle	Chaco	qom, Artesana de la Asociación <i>Alpi Onataxanaxaipi</i>	28-08-17, por skype
18. Marisa	41	Fortín Lavalle	Chaco	qom, Artesana y coordinadora de la Asociación <i>Alpi Onataxanaxaipi</i>	18-11-17, entrevista realizada durante el Festival Qom Kanaq, en el stand de la asoci., Fortín Lavalle (Chaco)
19. Amancia	65	Pampa del Indio	Chaco	qom, Artesana, forma parte de las <i>Madres Cuidadoras de la Cultura Qom</i>	11-11-17, en el patio del CECUAL, Resistencia (Chaco)
20. Adriana Korina, Quina y Rosita	Entre 30-40	Miraflores	Chaco	Qom, Artesanas que forman parte de la Cooperativa <i>Onoleq Laxaraipq</i>	10-04-19, CABA (entrevista grupal)
21. Isabel	50	J.J. Castelli	Chaco	Qom, ex artesana de la Comisión <i>L'Taaraipi</i>	28-11-18, quinta 17, J.J Castelli
22. Margarita	55	J.J. Castelli	Chaco	Qom, ex artesana de la Comisión <i>L'Taaraipi</i>	28-11-18, quinta 66, J.J Castelli
23. Inocencia	60	J.J. Castelli	Chaco	Qom, ex artesana de la Comisión <i>L'Taaraipi</i>	28-11-18, J.J Castelli, Chaco

1) Encuentros con artesanas y acompañamientos a ferias:

AGRUPACIÓN	FERIA	FECHA Y LOCACIÓN
Siwan'i (Fund. Niwok)	Tienda Inka	30-10-17, CABA
Asociación <i>Alpi Onataxanaxaipi</i>	Festival Qom Kanaq	18-11-17, Fortín Lavalle, Chaco
Coopertiva <i>Onoleq Laxaraiq</i>	Mataderos	30-08-18 /23-11-19, CABA
Cooperativa <i>Onoleq Laxaraiq</i>	Plaza Francia	24-11-19, CABA

2) Observación participante (salón y jornadas)

ACTIVIDAD/AGRUPACIÓN	FECHA Y LOCACIÓN
Presentación del Programa de Residencias de Estudiantes de Diseño y Artesanos	18-08-17, III Bienal de Diseño, FADU-UBA (CABA)
Taller de tintes naturales por artesanas de la organización jujeña Red Puna	18-08-17, III Bienal de Diseño, FADU-UBA (CABA)
Reunión de la Cooperativa qom lashepi alpi	11/ 2017, J.J Castelli (Chaco) 11/2018, J. J. Castelli (Chaco)
Reunión de la Asoc. N'Tetaxanaxaqui	13-11-17, Miraflores (Chaco)
Taller de manualidades y cesteria	20-11-2017, Barrio Nocayi, J.J. Castelli (Chaco)
Taller de autenticidad y de Tipologías	10-11-2018, Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> en el CECUAL, Ciudad de Resistencia (Chaco)
Conversatorio Ley de Registro de los artesanos indígenas	14-09-2018, Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> en el CECUAL, Ciudad de Resistencia (Chaco)
Encuentro con selección de imágenes* *ver ANEXO N°3	11-11 2018, Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> en el CECUAL, Ciudad de Resistencia (Chaco) 21-11-18, Salón de reunión de la Cooperativa qom lashepi alpi, J.J. Castelli (Chaco)

3) Propuestas colaborativas

ORGANIZACIÓN	COMUNIDAD	LOCALIDAD Y PROVINCIA	PROYECTO COLABORATIVO Y FECHA DE REALIZACIÓN
Comunidad 7 de Junio	wichi	Gral.Mosconi, Formosa	Armado de proyecto para el FNA P'antey sobre cerámica tradicional wichi, mayo 2019
Familia Leiva	qom	Miraflores, Chaco	Catálogo de la marca familiar, noviembre 2019
Coop. Onoleq Laxaiq (consejo Carashe)	qom	Miraflores, Chaco	Catálogo y nota de difusión sobre la cooperativa, diciembre 2019

ANEXO N°2 · Entrevistas a ONG, fundaciones, organizaciones religiosas, comercializadoras y movimientos sociales ligadas al sector artesanal

ENTREVISTADO/A	ORGANIZACIÓN	FECHA DE LA ENTREVISTA
1. Alejandro	ONG Arte y Esperanza	julio de 2015
2. Lucía	Fundación Niwok	julio de 2015
3. Fabiana 4. Silvina	Fundación Gran Chaco	agosto de 2015 noviembre de 2018
5. Noel	Fundación Silataj	septiembre de 2015
6. Luisa	Matriarca (comercializadora)	julio de 2017
7. Liliana	Red Puna	septiembre 2017
8. Patricia	Guanaco Estepa (marca colectiva)	septiembre 2017
9. Mabel 10. Jorge 11. Alba 12. Johana 13. Guille 14. Raúl 15. José	Junta Unida de Misiones (JUM)	noviembre 2017 noviembre 2018
16. Pablo	Consejo Carashe	diciembre 2018

ANEXO N°3 · Serie de imágenes utilizadas durante el trabajo de campo

Serie número 1: Imágenes realizadas por ONG y fundaciones donde las artesanas indígenas posan con sus propios productos o durante los procesos artesanales.



Fuentes: Imágenes de la 1 a la 5 recuperadas del facebook de la *Qom lashepi alpi*. [Consultado en noviembre de 2018]. Imágenes de la 6 a la 8 recuperadas del facebook de la Fundación Niwok. [Consultado en noviembre de 2018]

Serie número 2: Imágenes generadas desde las cooperativas de artesanas



1



2



3



4



5

Fuente: Facebook de la *Qom lashepi alpi*. Consultado en noviembre de 2018.

Serie número 3: Imágenes desarrolladas por comercializadoras y emprendedoras vinculadas a la producción artesanal indígena



Fuentes: 1. Imagen recuperada del facebook de *warmi store* 2. Imágen recuperada del facebook de *warmi store* 3. Imágen recuperada del facebook de *paysana* 4. Imágen recuperada del facebook de *warmi store* 5. Imágen recuperada del facebook de Carla Peterson 6. Imágen recuperada del facebook de *adularia* 7. Imágen recuperada del facebook de fundación *Niwok* 8. Imagen recuperada del facebook *Marcelo Senra* 9. Imágen recuperada del facebook de *Valeria Nicali* 10. Imágen recuperada del facebook de *Valeria Nicali* 11. Imágen recuperada de los *Premios Grammy 2015* [Consultado en noviembre de 2018]

ANEXO N°4 · Emprendimientos de diseño local ligados al sector artesanal y registro de observaciones de eventos dedicados a la alianza artesanía-diseño

Emprendimientos de diseño ligados al sector artesanal Dimensiones abordadas en las entrevistas semi-estructuradas: 1) formación profesional 2) inicio del emprendimiento, motivaciones e identidad de la marca 3) cadena de valor 4) tipo de relación con la comunidad de artesanos 5) articulación con entidades públicas o fundaciones 6) obtención de sello de calidad

DISEÑADOR/A	MARCA	TIPO DE ALIANZA CON EL SECTOR ARTESANAL (directa/indirecta)	ACERCAMIENTO AL EMPRENDIMIENTO (a través de entrevista semi estructura y/o consulta de página web)
1. Adriana	Animaná	Relación directa con artesanos	Consulta web
2. Alejandra	Cúbreme	Relación directa con artesanos	Entrevista (septiembre 2017) y consulta web
3. Anabella	UNO	Relación directa. Convocada a formar parte de mesas colaborativas por el instituto de Cultura de Chaco	Entrevista (octubre 2017) y consulta web
4. Belén	Hormiga cueros	Relación directa con artesanos	Entrevista (noviembre 2017) y consulta web
5. Carolina, Cristel Emilia, Mora, Sofía, Florentina y Silvia	Cooperativa de diseño	Relación directa con las artesanas de la coop. qom lashepi alpi en calidad de asesoría técnica, coordinado junto a la JUM	Entrevista (junio 2015) y consulta web
6. Catalina	Tonocoté	Relación indirecta con artesanas a través de ONG para el acceso de tejidos en fibras de chaguar-	Entrevista (mayo 2015) y consulta web
7. Clara y Diana	Manto	Relación directa con tejedores e hilanderas de Iruya (Salta)	Entrevista (junio 2015) y consulta web
8. Emilia	Velasco	Relación directa. Convocada a formar parte de mesas colaborativas por el instituto de Cultura de Chaco	Entrevista (octubre 2017) y consulta web

9. Fernando	Elementos argentinos	Relación directa con artesanos	Consulta web
10. Jessica, Gonzalo y Florencia	Proyecto A <i>cercando, territorio colaborativo entre la randa de El Cercado y el diseño tucumano</i>	Relación directa con artesanas randeras de El Cercado (Tucumán) en el marco de programa universitario	Consulta web
11. Josefina y Eugenia	Romero Lagache	Relación directa con artesanos	Entrevista (diciembre 2017) y consulta web
12. Julia	Colección Cápsula Raíz	Trabajo colaborativo junto a artesana textil en el marco del proyecto impulsado por el gobierno de la provincia de San Juan.	Consulta web
13. Luján	El ático de Lu	Relación directa. Convocada a formar parte de mesas colaborativas por el instituto de Cultura de Chaco	Entrevista (septiembre 2017) y consulta web
14. María	Maydi	Relación directa con artesanos	Consulta web
15. Marcelo	Marcelo Senra	Relación indirecta con artesanas wichi para la compra de tejidos en chaguar. Asesor técnico convocado por ONG	Entrevista (diciembre 2017) y consulta web
16. Martín	Tramando	Relación directa con artesanas de Red Puna	Consulta web
17. Mercedes	Kaymanta	Relación directa con artesanas teleras de Loreto (Santiago del Estero)	Entrevista (diciembre 2015) y consulta web
18. Milagro	La justa	Relación directa con artesanas en calidad de asesoría técnica	Entrevista (noviembre 2017) y consulta web
19. Natalia	Diseño Originario	Relación directa con artesanos guaraníes (Misiones)	Entrevista (julio 2015) y consulta web

20. Patricia	Maloca	Relación directa con artesanas de distintas cooperativas de la Puna	Entrevista (agosto 2015) y consulta web
21. Pedro y Pablo	Caranday	Relación directa con artesanos en Copacabana (Córdoba)	Consulta web
22. Romina	Nous Etudions, Colección Ingeniosité	Relación indirecta con artesanas, incorporación de chaguar	Consulta web
23. Sabrina	Clara Rosa	acción directa con artesanas randeras	Consulta web
24. Talabartería Arandú	Talabartería Arandú	Relación directa con artesano	Entrevista (mayo de 2017) y consulta web
25. Valeria	Valeria Nicali	Relación directa con artesanas de distintas partes del país	Entrevista (julio de 2015) y consulta web

1) Participación en eventos, muestras, charlas y conferencias

EVENTO	FECHA Y LOCACIÓN	OBSERVACIÓN
Seminario Mi norte es el Sur	noviembre 2014, MALBA, CABA	-Charla y participación de distintas experiencias de diseño (entre ellas: la Cooperativa de Diseño y las diseñadoras de Manto)
Feria Puro Diseño	mayo 2015, en el Pedio de la Rural, CABA	-Charla con los encargados de los stands de la feria -Realización de encuesta sobre el perfil de visitantes de la feria
Segundo Encuentro Código de Buenas Prácticas A+D	noviembre 2014, Tienda Inka, CABA	-Reunión sobre la plataforma SANGAM. organizado por MATRA
Presentación del libro: CAMBARIERE, L (2017), <i>El alma de los objetos. Una mirada antropológica del diseño</i> , Buenos Aires, paidós.	abril 2017, MALBA, CABA	-Presentación y charla con distintas experiencias de diseño (entre ellas: la Cooperativa de Diseño y las diseñadoras de Manto)
Festival Ancestral y Contemporáneo	noviembre 2017, CECUAL, Resistencia (Chaco)	Mesa debate sobre interculturalidad

Muestra "Íntima, Mary Tapia"	agosto 2018, Museo de la Historia del Traje (MHT), CABA	Muestra y conversatorio "Autóctona: artesanos + diseñadores. El textil artesanal tradicional en la producción de Mary Tapia". Organizan: MHT Museo de la Historia del Traje y MATRA
Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i>	noviembre 2018, CECUAL, Resistencia (Chaco)	-Mesa de debate sobre las ciudades e interculturalidad -Taller de Autenticidad y Tipología
Presentación Colección de artesanía y diseño "Saber hacer, hacer saber"	octubre 2018, Tienda MALBA, CABA	Exposición de las piezas que fueron producto de un workshop de tres días en el <i>Espacio Ático</i> de Luján Cambariere
MICA 2017	octubre 2017, Centro Cultural de la Ciencia, en CABA.	Sector diseño
MICA 2019	junio 2019, Centro Cultural Ricardo Rojas, CABA	Sector Artesanía y feria: -Entrevista a feriantes -Conversatorio Artesanía en la economía creativa -Taller Artesanías y creatividad indígena, Programa Sabiduría ancestral Indígena en Colombia, Cecilia Duque Duque -Taller Artesanía, género y redes, Red Puna + Red Internacional de las Mujeres por la cultura -Conversatorio Artesanía y diseño, Eloissa Crocco y Fabián Trigo -Ronda de Negocios: 12 mini entrevistas (Casa Nacional del Bicentenario)
Conferencia Sostenibilidad cultural	julio 2019, Universidad de Palermo	Jornadas de Diseño de la Universidad de Palermo
BAFWeek 2017	agosto 2019, La Rural, CABA	Stand "Yo uso artesanía"/Mesa colaborativa (sobre cartera de Valeria Nicali), secretaria de cultura de la Nación
Desfile AMSOAR, Argentina Fashion Week	septiembre de 2019, Hipódromo de Palermo, CABA	Desfile presentado en clave de Sostenibilidad Cultural
Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i>	octubre de 2019, CECUAL, Resistencia (Chaco)	-Mesa de Debate Propiedad Intelectual Charla sobre El Registro de Artesanos Indígenas (nueva ley provincial) -Charla de las artesanas Onoleq Laxaraiq

Workshop "Situándonos mediante el debate en nuestras investigaciones con/sobre mujeres indígenas" (coord. Dra. Mariana Gómez)	diciembre 2019, Centro Cultural Paco Urondo, CABA	Exposición de: Ludmila Rizzo, Alfonsina Cantore, Erika Suárez Leguizamón, Miranda González Martín, Mónica Menini, Mariana Gómez y Rosario Haddad.
Taller Moda y feminismo (dictado por la Dra. Laura Zambrini)	agosto 2020	Exposición de la primera ola a la cuarta

ANEXO N°5 • Funcionarios públicos entrevistados

PERTENENCIA INSTITUCIONAL DEL FUNCIONARIO/A	FECHA Y LOCACIÓN
Mercado de Artesanía Tradicionales de la República Argentina (MATRA)*, Ministerio de Cultura de la Nación *Desde el año 2020: Mercado Nacional de Artesanías Tradicionales e Innovadoras Argentinas (MATRIA)	-6/09/14, Tecnópolis, Villa Martelli -10/07/15, Ciudad Autónoma de Buenos Aires -18/09/19, Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Departamento de Industrias Creativas, Instituto de Cultura de la provincia del Chaco	-1/08/17 (vía telefónica) -10/11/17, primera edición del Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> en el CECUAL (Resistencia, Chaco) -10/11/18, segunda edición del Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> en el CECUAL (Resistencia, Chaco) -13/09/19, tercera edición del Festival <i>Ancestral y Contemporáneo</i> en el CECUAL (Resistencia, Chaco)
Departamento de Patrimonio Cultural Inmaterial, Instituto de Cultura de la provincia de Chaco	-25/10/17 (vía telefónica)
Centro de Documentación Indígena (CDI), Instituto de Cultura de la provincia de Chaco	-9/11/18, Ciudad de Resistencia (Chaco)
Departamento de Artesanía y Arte Popular del Instituto de Cultura del Chaco, Instituto de Cultura de la provincia del Chaco	-18/08/19, Centro Cultural Leopoldo Marechal, Ciudad de Resistencia (Chaco)
Instituto de Turismo de la provincia del Chaco	-25/10/17 (vía telefónica) -16/08/18 (vía telefónica) -30/10/17, Feria Internacional de Turismo (FIT), La Rural, Ciudad Autónoma de Buenos Aires -9/11/18, Ciudad de Resistencia (Chaco)
Programa de Desarrollo Rural Incluyente (PRODERI), Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca	-25/10/17 (vía telefónica)
Parques Nacionales	-12-11- 2018, localidad de Miraflores (Chaco)