

PROYECTO DE GRADUACION

Trabajo Final de Grado

Indumentaria Fusión

Productos con inspiración en las Culturas Originarias locales

Julieta Cuadra
Cuerpo B del PG
24 de febrero de 2014
Diseño Textil y de Indumentaria
Creación y Expresión
Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

Índice

Índice de Figuras	3
Índice de tablas	4
Introducción	5
Capítulo 1: Nuevo estilo: Cambios sociales y globalización	
1.1-Alejamiento de un mundo moderno.....	11
1.2-Étnico y global.....	17
1.3-Entrecruce de caminos.....	19
Capítulo 2: Revalorización de la identidad nacional	
2.1-Primeros encuentros.....	25
2.2-Pioneros argentinos.....	32
Capítulo 3: Mundo étnico en el ambiente del diseñador de indumentaria argentino	
3.1-Étnia de autor.....	44
3.2-Marca aborígen.....	50
3.3-Análisis de caso.....	55
Capítulo 4: Simbologías y significados textiles	
4.1-El color como protagonista (Wichís).....	60
4.2-Rústica estampa (Mapuches).....	64
4.3-Sensaciones táctiles (Onas).....	71
Capítulo 5: Propuesta de línea de prendas	
5.1-Toma de partido.....	78
5.2-Justificación de elecciones de diseño	80
Conclusiones	84
Lista de referencias bibliográficas	90
Bibliografía	95

Índice de Figuras

Figura 1: Diseños pertenecientes a la línea de prendas.....	81
---	----

Índice de tablas

Tabla 1: Análisis de la Revista Para Ti edición 2010.....57

Tabla 2: Tabla 2: Análisis de la Revista Para Ti, edición 2013.....57

Introducción

El tema a tratar en este Proyecto de Graduación será la aplicación de recursos étnicos nacionales en la indumentaria local actual.

La masificación es un concepto que está al mando y rige al mundo hoy en día con claras muestras de ello. Grandes emporios empresariales que no tienen rostro, saturan de información a la sociedad hasta llegar a imponer lo que ellos desean, sea una moda, estilo de vida, pensamientos determinados, consumismo extremo, y demás cuestiones. Ésto lleva al hombre a sumergirse en dicha concepción, pasando a ser un ente más dentro de una sociedad y dando como resultado una pérdida de personalidad (libertad, creatividad, carácter, pensamiento, entre otras) y la consecuente disolución de la persona como ser individual. Frente a este actual escenario que hace que el mundo se asemeje a un bloque estructurado, surge una clara necesidad de que haya un polo opuesto, un contrapunto que permita quebrar dicha estructura para que surjan términos como el individualismo y la unicidad.

Es aquí donde se inicia la idea de este Proyecto, comenzar a asociar estos últimos conceptos con lo autóctono para poder introducirlos en la sociedad a través de la moda. Tratar que la veta aborígen, eje troncal del Proyecto, sea la herramienta hacia la individualidad y que una vuelta a las raíces logre contrastar la masificación con la que se convive actualmente.

Para abordar el tema, se planteará de qué manera se pueden resignificar los recursos étnicos nacionales para lograr un producto de indumentaria moderno que sea realizado con materialidades actuales y contemporáneas.

El objetivo principal de este Proyecto de Graduación es precisamente, la resignificación de la cultura aborígen nacional por medio de la creación de una línea de prendas inspiradas en la característica a nivel textil e indumentaria de tres etnias nacionales. Los objetivos específicos que tiene el Proyecto es comprender el significado, a nivel textil e indumentaria, de los recursos aborígenes nacionales para su futura aplicación en el

diseño de la línea y además investigar las causas que originaron la idea de introducir elementos distintivos de diversas etnias como recursos de diseño dentro de la indumentaria.

La categoría de este Proyecto de Graduación se ancla en Creación y Expresión, ya que el objetivo de la misma es que el autor del trabajo transmita sus cualidades disciplinarias a través de diversas propuestas creativas. Así es que al final del Proyecto, en este caso, se realizará una línea de prendas en *denim* inspiradas en tres etnias argentinas y su característica principal a nivel textil e indumentaria las cuales previamente serán analizadas. En cuanto a la línea temática, el Proyecto se sitúa bajo el Diseño y Producción de objetos, espacios e imágenes debido a que la investigación realizada culminará con la línea de prendas previamente mencionada.

Con este Proyecto, se intenta lograr un producto con diseño que revalorice y resignifique la cultura indígena local y que a su vez sea moderno, al tener como valor agregado características étnicas nacionales materializadas con productos contemporáneos. Además con el análisis de las comunidades aborígenes, se mantiene presente su cultura, revalorizándola para poder así ayudarlas a mantener vigente su identidad.

El tema a tratar posee antecedentes con Proyectos de Graduación y Escritos en la Universidad de Palermo. El Proyecto de Grado titulado: *Moda y Artesanía. Textilería Mapuche en la provincia de Neuquén* realiza un análisis del textil Mapuche y los significados de su simbología. Representa un antecedente directo, ya que una de las etnias escogidas para analizar en este caso son los Mapuches.

Otro Proyecto que analiza a las comunidades aborígenes es el denominado: *Pueblos originarios y Moda porteña*. Si bien se especializa en el análisis de la cultura Colla, la autora plantea como las técnicas de las comunidades aborígenes se han ido mimetizando con las técnicas y producciones de moda porteña.

Las nuevas miradas focalizadas al entorno local, replantearon la utilización y la aplicación del textil y los gráficos aborígenes como alternativa productiva en el desarrollo de las creaciones, generando ésto que a nivel comercial se introdujera

una mirada que relacionara en alguna instancia lo aborigen con la identidad argentina.(Díaz Aconcha, 2010, p.14).

El Escrito de la profesora Colzani (2014) titulado: *Entramado: Moda y diseño en Latinoamérica* relata la relación de las identidades latinoamericanas, con las tradiciones y la moda, tomando la globalización como punto de partida para hacer una mirada al pasado. Muchos diseñadores dan muestra de ello, explorando sus orígenes y raíces recreando así su identidad al tomar muchas veces lo regional como inspiración. Cada vez más se afianza el entrecruzamiento de los grupos aborígenes nacionales con la sociedad dando como resultado una valorización en los tejidos, colores, formas, texturas, etc. Este Escrito constituye un antecedente debido a que el comienzo de este Proyecto de Grado plantea volver a las raíces y a lo autóctono frente a un mundo homogéneo donde prima el consumismo.

Otro Escrito de la docente Veneziani (2012) denominado: *La impronta de la identidad en un mundo globalizado* expone que en el mundo dominado por la globalización, conviven dos aspectos: por un lado los países están cada vez más integrados por sus respectivas instituciones, economía, el auge de las comunicaciones y los avances tecnológicos. Mientras que por el otro lado, surgen las tendencias regionales creadas por diversos grupos con el objetivo de reforzar su identidad. Este trabajo representa un antecedente ya que, al igual que el escrito mencionado anteriormente de Colzani (2014), analizan la revalorización de lo local y autóctono como identidad frente al mundo actual inmerso en la globalización.

Teniendo en cuenta lo mencionado, en el capítulo uno se expondrá los principales efectos de la globalización a nivel mundial y como éstos afectan al rubro de la indumentaria. Frente a un escenario actual donde se ha llegado a un consumismo en extremo, surge la necesidad de realizar una mirada interna hacia el pasado, revalorizando la cultura, haciendo una vuelta a las raíces.

En un primer momento, la globalización permitió que la sociedad estuviera abierta al conocimiento de diferentes culturas, en una segunda instancia es la sociedad quien

agrupa todas estas culturas para crear una sola de carácter global. Así intenta explicar Andrea Bisker, directora de la agencia de tendencias WGSN en Sudamérica, qué cambios vive actualmente el mundo y de qué manera repercuten en la moda. La sociedad está haciendo cada vez más una mirada hacia el interior desprendiéndose de un mundo desenfrenado para interesarse por lo local y el valor de sus raíces recuperando así algo de su pasado (Benegas, 2011). Teniendo en cuenta este nuevo contexto, se debe comenzar a hacer una bajada a nivel nacional ya que lo étnico y autóctono, siempre han estado mimetizados más aun en América Latina, siendo los Pueblos Originarios una de las grandes fuentes de legado cultural del continente.

Así es que en el capítulo dos se analizará de qué manera esta nueva tendencia que relaciona la moda y el entorno indígena, se introduce en Latinoamérica y por consiguiente en Argentina con el objetivo en muchos casos de realzar la identidad nacional tomando como autóctono todo lo relacionado a los Pueblos Originarios y utilizarlo así como fuente de creación. Se expondrá como diversos profesionales europeos que se escaparon de la Segunda Guerra Mundial y se radicaron en diversos países de Latinoamérica fueron los primeros en utilizar lo regional para aplicarlo en distintas áreas del diseño. En cuanto a la Argentina, a fines de los años 70, experimentaba una búsqueda de identidad nacional y retorno a los valores tradicionales de su cultura, así lo expone la socióloga Susana Saulquin en *Historia de la moda Argentina* (2006). La autora relata los diferentes cambios que fue sufriendo la moda argentina como así también sus primeras aproximaciones con los recursos indígenas. Así es que Saulquin señala como comienza a surgir un grupo de diseñadores que buscaban rescatar el concepto de identidad nacional al utilizar elementos típicos de ciertas comunidades locales.

En cuanto al capítulo tres, se planteará como el auge que dicha tendencia tuvo en Argentina durante los años 70, se fue diluyendo durante la década del 90 debido al momento económico por el cual el país estaba atravesando. Con la crisis del año 2001, se revalorizó nuevamente lo autóctono y lo local en este caso para tratar de reconstruir la

identidad del país cuyo futuro parecía ser incierto. De a poco comenzaron a surgir proyectos de diseñadores de indumentaria que mimetizaron ciertos recursos étnicos en sus trabajos, resaltando técnicas ancestrales utilizadas por los indígenas, diseños tomados de algún grupo aborígen y alianzas estratégicas entre las comunidades y un diseñador. Varios utilizaron el color, mientras que otros aplicaron tramas en sus diseños, texturas, símbolos, entre otros.

Hay quienes además, trabajaron mancomunadamente con grupos o comunidades de aborígenes creándose así una relación de mutua necesidad. Así lo expone Mariana García (2008) en la nota periodística que le hace al diseñador Martín Churba. Por un lado la comunidad con la que el trabajó, logró mejorar las terminaciones de sus trabajos para poder comercializarlos recuperando así la artesanía textil y devolviéndole su valor. Mientras que por otro lado, Churba pudo obtener un producto con un diseño más enriquecedor por las características originales de la comunidad con la que se alió.

Sucede en muchos casos que la aplicación de ciertos recursos étnicos en el trabajo de algunos diseñadores no se realiza tomando en cuenta el significado que los mismos tienen para las comunidades sino que se emplean por el simple hecho de estar de moda. Debido a ésto para el capítulo cuatro, se analizarán a nivel textil e indumentaria la característica de tres etnias nacionales para comprender que es lo que se está empleando para enriquecer un diseño, y no utilizarlo simplemente como resultado de una tendencia más dentro del mundo de la moda. Para lograr un análisis más concreto y frente a la gran cantidad de etnias que habitaron el suelo argentino, se procederá al análisis de tres comunidades aborígenes correspondientes al norte, centro y sur del país respectivamente. En este caso se analizarán los tintes utilizados por Wichís, los símbolos de los Mapuches y la textura de los Onas.

Los Wichís son conocidos por la utilización de fibras naturales para la fabricación de artesanías logrando su coloración final con procesos artesanales de teñido. Al estar en constante contacto con la naturaleza por la zona selvática donde habitaban y ser un

pueblo que practicaba la horticultura y la recolección de frutos, los recursos tintóreos los extraían de dicho entorno. Los teñidos se basan en plantas que se encuentran en la zona siendo el marrón, rojo, negro y gris los principales colores que las mujeres Wichís manejan para los tejidos (Fiadone, 2005).

En cuanto a los Mapuches y sus diseños geométricos eran utilizados tanto por hombres como mujeres en accesorios, mantas, monturas de caballos y prendas típicas distinguiéndose el poncho principalmente. Para ambos casos se destaca el uso de fajas con las cuales sujetaban sus atuendos. Éstas tenían motivos geométricos en sus bordes dejando el centro para símbolos figurativos que tenían carácter de serie. En cuanto a las mantas utilizadas por los hombres tenían una simbología más compleja logrando así identificar la posición socio-económica del hombre, cuantas mujeres tenía, de dónde provenía, etc. (Mege Rosso, 1990, pp. 30,32).

Llegando al sur del país se situaron los Onas, cuya vestimenta y textura de la misma fue fundamental para protegerse del clima hostil de su entorno. Los animales que cazaban eran utilizados tanto para abrigo como para construir su vivienda, siendo los más preciados por la suavidad de su piel el guanaco y zorro. Toda la familia se vestía de igual manera, con largas capas de piel dejando un hombro descubierto y llevaban mocasines hechos de cuero para soportar las largas caminatas cuando se desplazaban de un lugar otro. Las prendas eran realizadas por las mujeres con los tendones de los animales que cazaban.

Finalmente en el capítulo cinco, se explicará como se realizó la línea de prendas en *denim* que fusiona las principales características a nivel textil e indumentaria de las tres etnias previamente analizadas. De cada una se tomará el recurso mas simbólico, en este caso se escogió el color de la comunidad Wichí, los motivos geométricos de los Mapuches que se agruparán bajo el término de estampa y la textura de los Onas. Cada decisión de diseño será argumentada con los autores analizados en el capítulo anterior.

Capítulo 1: Nuevo estilo: Cambios sociales y globalización

Hoy en día, se podría decir que las sociedades están atravesando por un período de unificación donde a simple vista el mundo lejos de estar fraccionado, convive de manera integrada bajo el dominio de la globalización, término constantemente presente y convertido en un fuerte condicionante de la vida cotidiana. A pesar de ser éste un término tan difundido, actualmente no existe una definición concreta, ya que es complejo en sí mismo y puede ser analizado desde diferentes ángulos a la hora de definirlo. Por ende solamente se tomarán los puntos que se consideran más relevantes para tratar de comprender este fenómeno.

Al realizar una primera aproximación a dicho concepto, su carácter es mundial comprendiendo a todos los países del mundo sin importar su nivel de desarrollo o económico, siendo claramente abarcativo (Esteves, 2000). Frente a esta afirmación, se la podría asemejar a un gran bloque, países interrelacionados y dependientes unos con otros donde las barreras solamente parecen ser geográficas. Por ende ningún país puede desarrollarse de manera individual de los demás, por lo contrario las economías, culturas y políticas de los países interactúan unas con otras formando una comunidad de carácter mundial.

1.1 Alejamiento de un mundo moderno

Por más que existan diferentes definiciones acerca de la globalización, todas coinciden en que hay una fusión y co-relación de diferentes componentes que hacen al desarrollo del mundo, siendo éstos de carácter económico, político, social, medio-ambientales, relacionados con la cultura, entre otros (Romero, 2002). Los mismos serían las diferentes áreas donde se encuentra presente la globalización, en funciones relacionadas al comercio, las finanzas y otros servicios que se le brinden a la sociedad, trayendo aparejada una igualdad entre estos sectores. El concepto de equidad, producto de la interrelación de países previamente mencionado, concluye en una homogeneización de

productos, primer y gran efecto de la globalización. Ésto significa la poca modificación que los bienes de consumo sufren en los países donde se comercializan, si necesitasen grandes cambios para ser introducidos en otra región o país dejarían ya de pertenecer a dicha categoría.

Olmo Arriaga (2005), ejemplifica la idea anterior con el caso de la marca de indumentaria española *Zara*. Surge en los años 80 y rápidamente se vuelve de carácter internacional, revolucionando el mundo de la moda por proponer un sistema de venta a gran escala, de manera rápida siendo la clave de su éxito. *Zara* nunca diseñó moda pero logró expandirla a casi el mundo entero llevando las colecciones de los principales diseñadores a las personas.

En lo que respecta al rubro de la confección textil, las empresas son continuamente reemplazadas por otras, de ahí su carácter efímero debido principalmente a que resulta difícil mantener constante la ventaja competitiva como por ejemplo el bajo costo del empleo. Ésto ha modificado el armado a nivel internacional del sector, donde sociedades que en un principio eran líderes en la exportación, ahora resultan insignificantes frente al actual mercado. También es cierto que firmas que comenzaron siendo pequeños negocios familiares, se convirtieron en las principales cadenas de distribución de moda a escala mundial y son comúnmente llamadas en el rubro de la industria *killers* debido a su tamaño, liderazgo del sector y volumen de distribución. Además de la firma española *Zara* mencionada anteriormente, se destaca la norteamericana *Gap* creada en el año 1969, el emporio sueco *H&M*, la firma norteamericana *Abercrombie & Fitch* entre otras. Todas ellas comenzaron su liderazgo en los años 70 y 80 distinguiéndose por la venta de moda para ser consumida masivamente a más de 33 países (Barreiro, 2004).

Otros resultados de la globalización son el adelanto tecnológico, sumado a un uso indiscriminado de recursos naturales y consumo en exceso, fomentado por los grandes países que interactúan entre la globalización y la pobreza que sufre el mundo.

A su vez, Beck (1998) plantea diversas ramas de la globalización que abarcan diferentes técnicas de comunicación, del medio ambiente, económicas, laborales, culturales, sociales entre otras. Si estos conceptos se aplicaran de manera mundial, se podría asemejar al mundo a una gran fábrica cuyo engranaje principal es el consumo y los pilares que la sostienen son la materia prima, mano de obra barata y tecnología. En cuanto al primer pilar mencionado, el mundo posee los recursos naturales necesarios para ser utilizados por cualquier empresa, aunque su uso indiscriminado trae la nefasta consecuencia de los desastres ambientales con una gran contaminación por parte del sector industrial sobretodo de los países más poderosos. Dichas fábricas emiten gases que hacen que se altere la capa de ozono, ocasionando desordenes climáticos que provocan desastres naturales con consecuencias a nivel económico y social.

La industria de la indumentaria no está ajena a éstos efectos ya que la misma fomenta la utilización de recursos naturales generando desechos que producen un gran impacto ambiental. Las tendencias de moda ecológicas por ejemplo, que están teniendo tanto auge en los últimos años, tienen la característica principal de la obtención de fibras naturales para la confección de prendas. Muchas de estas fibras sin embargo, provienen de cultivos donde se les aplicaron productos químicos altamente nocivos o han sido fabricadas con procesos que dañan la naturaleza no cumpliendo con la premisa inicial de la tendencia.

Al retomar el paralelismo del mundo como gran fábrica, otro concepto que se destaca es la mano de obra. La pobreza del mundo es la herramienta de la oferta, es decir que la industria de la economía global necesita de recursos humanos que sean baratos. Dicha economía, tiene la producción de los países líderes en localidades que posean mano de obra barata en naciones en vías de desarrollo. Países como Bangladesh, Túnez y Sri Lanka son lugares donde se confeccionan prendas para exportación siendo estos países del Tercer Mundo (Chossudovsky, 2002, p.84-85).

Un informe de la organización española *SETEM*, en su campaña *Ropa Limpia* expone que la mayoría de las trabajadoras, ya que estas fábricas toman en los puestos de trabajo mayoritariamente a mujeres, en Marruecos cumplen jornadas laborales de 14 horas con un sueldo menor a 100 euros por mes. En otros países como Bangladesh, la situación es más grave ya que los sueldos varían entre los 24 y 36 euros por mes sumado a una gran cantidad de accidentes de trabajo, como incendios en las fábricas, que han matado a muchas personas en los últimos años (Pelta, 2011). Con estos ejemplos, se deduce que la mayoría de los trabajadores forman parte de una mano de obra intensiva con condiciones laborales flexibilizadas, haciendo que las mega-industrias busquen su capital humano allí principalmente por la gran reducción de costos que posee.

Con respecto al concepto de tecnología previamente mencionado en relación a la globalización, el desarrollo laboral tiene una gran dependencia de la misma sobretodo en lo referido a la informática, electrónica, comunicaciones y demás. Los avances tecnológicos han provocado enormes cambios en las áreas de producción de bienes y servicios, las relaciones entre las personas, hasta en la forma de coordinar u ordenar diferentes procesos. La industria de la indumentaria ha sido favorecida con dichos avances tecnológicos con claros ejemplos como la producción de nuevos hilados y fibras (*Lycra®* de *DuPont*, tejidos inteligentes y cómodos al uso), desarrollos en la maquinaria (corte láser, tizadas digitales), en los sistemas de venta (*quick response*), métodos de producción que permiten crear series cortas en poco tiempo, entre otros.

Como se había planteado anteriormente al realizar una comparación del mundo con una gran fábrica, el eje principal que queda por analizar es el consumismo. El consumo tiene su irrupción en la sociedad con la producción masiva de bienes y servicios donde los productos finales eran más fáciles de producir que de vender por ende las grandes empresas se abocaron a fortalecer los sistemas de comercialización con diferentes herramientas del marketing y publicidad (Carrasco, 2007). La publicidad por ende,

convierte al consumismo en una simple imagen exterior, donde importa lo de afuera, es decir, el envase más que el bien en sí mismo.

En una entrevista realizada por la periodista Ytuarte (2010) a la socióloga Susana Saulquin, describe a una sociedad industrializada en la década del 80 donde había una clara cultura de objeto transformado en bien y reproducido de manera incesante. Este auge de producción constante trajo concatenado el consumo exacerbado, fomentado por los medios de comunicación que constantemente enviaba mensajes a la sociedad para que ésta adquiriera los productos y servicios que las empresas elaboraban.

Los medios de comunicación a su vez son contratados por las grandes corporaciones a nivel mundial, cuyos ingresos se basan principalmente en el equilibrio de dos factores importantes. Por un lado todos los elementos significativos de la comunicación, con sus diversos soportes y contenidos, y por otro lado tener el dominio de la opinión pública mundial imponiendo modelos estéticos cada vez más obsoletos (Prieto de Pedro, 2005).

Actualmente el consumo de la moda en sí radica en agotar los productos y cambiarlos inmediatamente por otros debido a los avances en los modos de producción, una ágil circulación de la mercadería, inversión en el sector fabril, el incremento del poder adquisitivo de las sociedades, un individualismo exagerado, entre otros factores que si bien forman parte de un mundo desarrollado, son a su vez distantes a una parte significativa del planeta.

En relación al consumo y la industria de la indumentaria, cada vez más las grandes firmas de moda están realizando diferentes estrategias para casi obligar a los consumidores a que adquieran sus productos. Una de ellas es la ágil rotación de stocks, generando constantes mini-colecciones cuya duración son escasas semanas en la tienda para luego dar paso a nuevas. Ésto no les da tiempo suficiente a los clientes para aprovechar y utilizar la indumentaria adquirida en tiempo estacional. En definitiva la adquisición de productos se conforma en un impulso por tener y a su vez cambiar como un único objetivo.

Frente a los conceptos expuestos hasta el momento, se puede deducir que la globalización tiende a homogenizar. Así lo sostiene Romero (2002), al plantear un amalgamiento de las economías del mundo, una disolución de distancias geográficas y la creciente formación de un mercado de carácter global.

Esta idea es a su vez apoyada por Beck (1998), quien sostiene que gran parte de la sociedad ha adoptado modos de vida, conductas, costumbres, hábitos y hasta símbolos de diversas culturas. Actualmente es común que en diferentes ciudades del mundo las personas vean los mismos programas de televisión, utilicen las mismas marcas o consuman los mismos bienes. De a poco se está gestando un mundo comercial unilateral, donde las culturas se suprimen para ser reemplazadas por figuras artificiales hechas de campañas de marketing y publicidad fomentadas por las grandes empresas. La sociedad antes de la crisis del año 2008, había generado maniobras de masividad y de homogeneización, donde los productos eran en su mayoría iguales hasta llevarlos a ser ordinarios, comunes y corrientes. Si bien esta estructura parece muy difícil de romper donde el concepto de individualísimo no tiene lugar, cada vez surge con más fuerza la idea de una revalorización local con una correspondiente vuelta a las raíces y a lo regional ante el crecimiento constante de la globalización.

La mega producción de productos iguales ha ido desgastado la disciplina del diseño, quitándole contenido y dejando solamente lo exterior. Se muestra una realidad homogénea basada en el control de símbolos que están en constante cambio, en una producción y consumo masivo que se ha expandido por todo el planeta fragmentando y deteriorando las diferentes culturas.

Sin embargo esta tendencia es aleatoria, puede extenderse o modificarse para contrarrestar estos efectos masivos, frente a la contaminación el desarrollo sustentable, ante un consumo exacerbado, la responsabilidad y solidaridad en un comercio justo. Pero por sobretodo, como una contra respuesta a la globalización, poner como eje la identidad, la diversidad cultural y la etnicidad para una diferenciación.

Precisamente se comenzará a analizar un nuevo surgimiento como contrapunto, un nuevo despertar con un afianzamiento cultural para tratar de romper con un bloque mundial globalizado y haciendo un rescate del pasado.

1.2 Étnico y global

Como se mencionó anteriormente, frente a un gran avance tecnológico sobretodo en comunicaciones, las distancias se han acotado, al instante se puede obtener cualquier información que se desee generando así un intercambio cultural. Frente al mismo, se está gestando una cultura de carácter global la cual Andrea Bisker, responsable de la agencia de tendencias *WGSN* para Sudamérica en una nota realizada por la periodista Benegas (2011) denomina *hipercultura*, siendo ésta el resultado de una fusión de distintas tendencias culturales. Así es que actualmente no es nada extraño que una prenda europea tenga un textil de origen andino, fusionado con características orientales. Lo que Bisker intenta demostrar es que las características culturales de cada sociedad están tomando importancia en la actualidad siendo las mismas personas quienes generan dicho intercambio. La idea de lo étnico, en relación a lo anteriormente expuesto, cumple un papel importante ya que las raíces de cualquier etnia hacen a la cultura de una sociedad debido a que forman parte de su pasado.

Una manera de descubrir nuevas y diversas culturas es a través de la comunicación, el incesante crecimiento de las diversas formas de interrelacionarse entre diferentes lugares del mundo, hace a la propagación de información que las personas utilizan sobre las características de diferentes culturas. Sin embargo, muchas veces puede resultar superficial la adopción las mismas siendo tan contradictorias unas con otras que pueden ser llevadas a un punto casi intrascendente (Amodio, 1996). Si bien lo expuesto por el autor es cierto, actualmente hay una clara revalorización por parte de la sociedad sobre las tradiciones aborígenes de las cuales se aprecian sus costumbres, creencias, artesanías, simbologías entre otras cuestiones.

Por más que haya un rápido avance en la unificación y globalización en términos mundiales, cada vez más se está comenzando a valorar la herencia natural, social y moral del mundo aborígen pero sobretodo su legado cultural. Este reconocimiento es el punto de partida no solo para mejorar el nivel de vida de los pueblos originarios, sino para lograr una inserción de dichos pueblos a la sociedad a través de su cultura (Deruyttere 2001, p. 2).

Esta fomentación por parte de la sociedad acerca de las diferentes culturas étnicas se expresa con una clara utilización de diferentes características de las mismas en diversos entornos como ritmos musicales, indumentarias típicas entre otros. Ésto favorece a una re invención de muchos objetos culturales propios, la creación de otros así como una re constitución de identidad frente a un nuevo panorama actual.

Hasta el momento se ha analizado el concepto étnico de manera abarcativa, donde la sociedad no adopta una cultura aborígen en particular sino más bien toma una multiplicidad de ellas creando lo que Canclini (1997) denomina una *hibridización*. El autor plantea: “El término “hibridización” no adquiere sentido por si solo sino en una constelación de conceptos. Algunos de los principales son: modernidad- modernización- modernismo-, diferencia –desigualdad...” (Canclini 1997, p.112)

Éstos actúan de manera independiente uno del otro, pero al mimetizarse generan nuevos hábitos y usos. La aparición de este nuevo concepto, es exactamente lo que se planteaba con el término *hipercultura* anteriormente mencionado, donde éste se ha ido gestando con otras tendencias culturales y realizando una convivencia multicultural dando como resultado un híbrido de carácter mundial.

Comenzando a realizar una aproximación al área de la moda y su relación con las culturas étnicas, casi llegando al fin del siglo XX empiezan a surgir, sobretodo en Sudamérica, proyectos que vinculan la moda con una pluralidad cultural, responsabilidad empresarial, cuidado del medio ambiente, etc. El bienestar personal se logra con el

cuidado del planeta, sus recursos y de las personas, en contrapartida al siglo pasado donde la comodidad residía en el consumo.

Entendiendo más en detalle qué papel cumple la cultura étnica en la actualidad frente a un mundo globalizado, se procederá a analizar como interactúa el concepto étnico con el mundo de la moda.

1.3 Entrecruce de caminos

Cada vez más las tendencias de moda suceden de manera acelerada, donde querer tener la última prenda de un diseñador o marca de indumentaria para estar a la moda, trae aparejado que conceptos tales como diseño, calidad, modos de producción pasen a un segundo plano debido a que lo que se busca solamente es tener lo que se está usando en el momento. Esta especie de círculo vicioso hace que la moda sea puramente efímera y no pareciera haber una solución posible frente a este sistema tan rígido.

Para muchos analistas de tendencias, sin embargo, estas macro-corrientes que impulsan los sentimientos y acciones de la sociedad muchas veces tienen una contra respuesta negativa denominada *contratendencia* (Morase 1993, p.2). Si bien en un principio se producían esporádicamente, hoy están surgiendo con más fuerza. Las causas de éstas son principalmente diferentes modos de escape a la globalización o como un accionar frente a una modernidad extrema, ambas relacionadas entre sí (Deleuze y Guattari 1995, p.2) por lo expuesto anteriormente al analizar las causas y consecuencias de la globalización. Ambos autores demuestran una coincidencia en los orígenes de las *contratendencias* debido a lo mimetizadas que están entre si tanto la globalización como la modernidad.

En este caso, la noción de lo étnico, claramente puede ser aplicada al término de *contratendencia*, donde la vuelta al pasado para una revalorización de las culturas ancestrales, es la respuesta a la modernidad, al consumo llevado al extremo, a la estandarización de productos entre otros componentes que hacen a la globalización.

Frente a la monotonía de ofertas con la que se encuentra el consumidor donde las ideas se agotan y la innovación es constantemente perseguida, lo étnico puede traer un cambio y romper con dicha estructura. Hay una convivencia entre el diseño y lo referido a la etnicidad donde, por un lado se aporta la técnica étnica es decir, el saber propio nativo, mientras que por otro lado está el aporte del diseño relacionado al modo de producción masiva con un saber occidental y cosmopolita. Ésto da como resultado tres conceptos diferentes, uno es el diseño con una cuota étnica, otro es un objeto de carácter étnico pero modificado y finalmente la simbiosis de ambos (diseño y étnico) donde coexisten respetando sus principales características enriqueciendo así el producto final (Jimenez Cano, 2005).

Con el auge de esta tendencia relacionada con los Pueblos Originarios y su respectiva relación con el diseño, son muchos los diseñadores y marcas que comenzaron a utilizar los recursos de alguna etnia del mundo en sus trabajos siendo ésta la otra cara de la moda, donde se busca privilegiar la calidad antes que la cantidad, el diseño principalmente y hasta en muchos casos la inclusión social y justa de las comunidades.

Esto último se ve reflejado en la marca *Warmi* fundada por Sylvia Torth, colombiana radicada en Europa. La marca francesa confecciona prendas hechas en lana con variados diseños y con el valor agregado de que muchas de ellas son tejidas por mujeres de dos pueblos cercanos a Bogotá. Con su marca, Torth pretende dar a conocer la cultura de su país rescatando métodos artesanales, cada vez más olvidados en la actualidad, y crear a la vez empleo para mujeres que viven en zonas rurales (Ruiz de Velasco, 2011). Con este ejemplo concreto, se intenta demostrar la necesidad de realizar una búsqueda donde se revaloricen las culturas ancestrales olvidadas a través del tiempo.

Justificando la idea expuesta anteriormente del concepto étnico como una *contratendencia* se plantea un escenario de recapitulación del pasado haciéndose a un lado del mundo actual y moderno. Se pretende descubrir lejanas culturas donde se

rescatan técnicas ancestrales, y lo artesanal en todas sus facetas desde las texturas, formas, olores, sabores y sonidos entre otros.

En el momento de poner en práctica la teoría, se necesita realizar investigaciones de diferentes técnicas, historias, símbolos, significados, para lograr rescatar la esencia ancestral de la cultura de la mejor manera posible. A su vez hay que tener en cuenta de qué manera este rescate cultural puede convivir con el escenario de la moda actual, tan reticente a estos cambios.

Esta investigación es la que Gabriella Cortese ha realizado durante los 20 años que lleva con su marca *Antik Batik* viajando por países como India, Asia y otros de América del Sur, para lograr conocer en detalle las características de bordados, colores y estampas pertenecientes a dichas culturas siendo tan comunes en las prendas de la firma francesa. Inicialmente, Cortese viajó a India, Bali más precisamente donde descubrió el *batik*, una técnica ancestral de la serigrafía y a partir de ese viaje decidió crear su marca donde lo artesanal sería el pilar fundamental de la misma sin que las modas pasajeras influyeran en ella (Escudero, s/f). Tanto este caso como el anterior de la marca *Warmi* son tomados para un análisis de cómo se emplea o comporta esta tendencia en el momento de ponerla en práctica, pero son muchos más los diseñadores y marcas internacionales que la utilizan en sus trabajos hoy en día.

Si bien hasta ahora se ha analizado dicha tendencia en sí misma, es importante conocer cuáles son las causas que llevan a ser aceptada por la sociedad. La razón en definitiva es la necesidad de plantear un quiebre, crear una alternativa a este esquema actual uniforme y lineal. Jimenez Cano lo explica de la siguiente manera:

El enajenado usuario urbano llega a reconocerse en lo étnico quizá por un atávico sentido de lo que es suyo o de lo que es humano. En la aldea global, donde crece la localidad, la búsqueda de lo humano y emocionalmente válido se muestra vigente no sólo por la aparición de nuevas tecnologías por humanizar sino por el desgaste de lo universal (Jimenez Cano, 2005, p. 1-2).

Si bien dicho auge de revalorización étnica tiene una difusión mundial, su desarrollo en Latinoamérica es sumamente importante al ser cuna de muchas civilizaciones aborígenes

con un gran pasado cultural principalmente en Centroamérica y el Cono Sur. Argentina es uno de los tantos países latinoamericanos donde los Pueblos Originarios son fundamentales en su cultura. Muchos diseñadores locales se dedican a exaltar este aspecto con el objetivo de mantener vivo ese legado cultural y mucho más hoy en día con esta moda difundida mundialmente. Entre ellos, se destaca Andrea Fuchs con su marca *Hijas de la Luna*. Andrea es diseñadora porteña pero desde hace un tiempo está asentada en Tilcara, provincia de Jujuy donde junto a un grupo de mujeres tejedoras fundaron la marca con el objetivo de rescatar los textiles andinos. Todos los diseños son realizados con métodos tradicionales desde el tejido hasta el teñido, donde el principal objetivo que tiene la diseñadora es formar parte del mundo moderno pero manteniendo intactas sus raíces. Otra marca que se distingue es *Pasión Argentina*, donde al mando de su fundadora Andrea Prado y su socio Amadeo Bozzi, trabajan mancomunadamente con mujeres de las comunidades Wichí y Toba para comercializar piezas de mobiliario y decoración incorporando a su vez textiles producidos por ellas rescatando las técnicas originarias (Cambariere, 2003). Al igual que Fuchs, el objetivo tanto de Prado como de Bozzi es unir el universo aborigen con el diseño moderno. Ambas marcas además del rescate cultural que realizan sobre las comunidades mencionadas, las integran a un comercio justo donde las ganancias se reparten como en una sociedad. Estos son tan solo algunos de los muchos diseñadores locales que utilizan el concepto étnico en su área de trabajo.

A pesar de que el proceso de globalización lleve a una homogeneización cultural y social, se debe marcar en los últimos años una revalorización de las comunidades étnicas ahondando cada vez más en conceptos como la diferenciación, individualismo y una mirada introspectiva por parte de las sociedades hacia sus raíces. Todo lo relacionado con lo local y regional adquiere un nuevo e inesperado valor para las personas que frente a procesos actuales de una pérdida de identidad, buscan ciertas cosas o garantías que les brinden seguridad. Saturadas por un sistema industrial de producción internacional

masivo sumado al avasallante avance de una cultura de homogenización fomentada por los medios de comunicación, hace que sea prioritario cambiar ciertos hábitos y modos de vida para no ser consumidos por dicho sistema dominante. Si bien parece difícil separarse de este actual escenario cuyos efectos influyen en aspectos diarios como el simple hecho de qué prendas usar cotidianamente, por momentos las sociedades buscan desprenderse de dicho frenesí con una vuelta a los orígenes y a lo autóctono para reafirmar su identidad. A pesar de que la revitalización de la cultura en general haya tomado un repentino auge, inevitablemente se expande de manera mundial, masificándose y formando parte del círculo comercial de la mano del diseño, las estéticas, las publicidades, las marcas y demás siendo un componente más dentro de los efectos de la globalización. Lo que se debe realizar es una resignificación fehaciente y responsable para que las culturas no se pierdan ni sean utilizadas por el mero hecho de ser un fenómeno que está de moda.

Si bien el auge que ha tenido esta revalorización de las culturas étnicas hace que sean asiduamente utilizadas en el campo de la moda local actual, este fenómeno tuvo sus inicios en Latinoamérica de la mano de profesionales que decidieron generar algo nuevo con lo que su entorno cultural les ofrecía. Ellos aplicaron características de la cultura latinoamericana en sus disciplinas y generaron un nuevo estilo que sirvió como excusa para realzar la identidad local del país en el que vivían y comenzar a fomentar el diseño latinoamericano inspirado en lo autóctono de cada región. El análisis de la fusión entre la cultura y el diseño y de qué manera dicha asociación llega a Argentina, será fundamental para comprender como los diseñadores de moda locales perfeccionaron las técnicas iniciadas por dichos profesionales y resignificaron a su manera las culturas de los Pueblos Originarios nacionales, no valoradas hasta ese momento.

Capítulo 2: Revalorización de la identidad nacional

Tal como se analizó en el capítulo 1, a lo largo del siglo XX el mundo estuvo enfrascado en la idea de una producción masiva, impulsando un consumo extremo que desgastó cada vez más las identidades culturales e indiferenció los productos hasta llevarlos a ser simples y ordinarios. Frente a dichas corrientes de homogeneización cultural, en los últimos tiempos han surgido nuevos procesos como una revitalización de las comunidades étnicas y una vuelta hacia lo regional. A su vez, mientras se ahonda la relación entre las sociedades se pueden observar tendencias hacia la diferenciación, el individualismo donde lo local toma un nuevo valor.

Esta expansión en la búsqueda de nuevas tendencias se da cada intervalo de tiempo como resultado de una saturación de información a la sociedad por parte de las corporaciones mundiales que manejan la opinión y el criterio de las personas imponiéndoles, por medio de la comunicación y de sus productos, estéticas a seguir (Porrúa, 2014). Hoy se intenta tener un mayor contacto con las tradiciones y lo originario buscando inspiración en cosas hasta ahora poco exploradas. Con esto no se intenta reemplazar la realidad actual, sino de tratar de encontrar un balance entre lo regional y lo global, que se priorice la cultura como la esencia de un desarrollo sustentable frente a un escenario mundial con un futuro incierto.

En este caso la reexaltación de las identidades tiene gran importancia para una sociedad con un alto porcentaje de habitantes indígenas, principalmente Latinoamérica. Países como Bolivia, Paraguay, México, Guatemala con sus comunidades étnicas han tenido un auge en los últimos años, siendo sociedades en las que la cultura y la identidad son componentes fundamentales que están siendo respetados cada vez más por las personas. Este rescate se expresa en la revalorización del uso de la lengua nativa, costumbres, hábitos, vestimentas, mezclándose en el mundo actual y moderno que de a poco se va alejando de lo masivo. El reconocimiento de las culturas originarias, ha

permitido la apreciación por parte de la sociedad hacia ellos brindándole la oportunidad de que su legado no se pierda en el tiempo (Arenas y Sonntag, 1995).

Argentina no es la excepción, ya que se ha acoplado a este proceso de resignificar la cultura de los pueblos originarios rescatando las técnicas y saberes ancestrales para aplicarlos en varias vetas del comercio (moda, decoración, arquitectura, diseño gráfico, turismo, gastronomía, etc.) manteniendo así la cultura inmaterial de dichos pueblos vigente en la actualidad.

2.1 Primeros encuentros

Si bien no hay una fecha exacta acerca de cuándo las culturas originarias y el diseño comenzaron a interactuar, ya que toda tendencia se va gestando de a poco y en silencio, se podría decir que hacia 1940 profesionales de diversas disciplinas empezaron a valorar el saber precolombino y la cultura criolla. Con una mirada estética y pensamientos modernos, arquitectos, artistas e intelectuales provenientes de Europa llegaron a la región escapándose de las guerras y se asentaron en diversos lugares de América Latina donde pudieron descubrir todo aquello que todavía no había sido valorado por los lugareños (Novik, 2011). A partir de su llegada y observación del entorno local, surgió un diseño moderno y actual cargado de conceptos locales y regionales aportados por la mirada del artista extranjero. La combinación del diseño y la cultura étnica influyeron entre sí más allá de los aspectos estilísticos y de lo innovador de dicha fusión, su relación logró un producto final desarrollado logrando armonizar la tradición urbana y la regional haciéndolas más interesantes.

Una mujer que decide dejar la Europa de la posguerra y explorar la cultura de Latinoamérica fue la italiana Lina Bo Bardi quien, luego que su taller fuese destruido en un bombardeo aéreo en 1945, conoció al periodista Pietro Maria Bardi con quien decide mudarse a Brasil y establecerse allí. En dicho país, descubrió su cultura y lo exótico de la flora abocándose a la investigación acerca de las maderas locales estando siempre

presente en sus trabajos lo autóctono del lugar. Con una mirada moderna traída desde Roma, su trabajo estuvo ligado al acercamiento del modo de vida popular y las tradiciones regionales derribando las barreras de las diferencias entre una cultura más elitista con una más popular. A su vez quien arribó a Argentina huyendo de la guerra fue la artista plástica Fridl Loss, recibida en la Academia de Bellas Artes de Viena llegó en la década del 40 a Buenos Aires junto a su marido Walter Loos, arquitecto. Juntos viajaron al Norte Argentino y Fridl descubrió el universo textil *Aymará* y los ponchos salteños siendo temas recurrentes de inspiración en sus trabajos (Novik, 2011). Al ser éste uno de los primeros casos con una vinculación nacional, será abordado en detalle en las páginas siguientes cuando se analicen las aproximaciones de las culturas aborígenes locales con la moda argentina.

Para esta época, la identidad latinoamericana comenzaba a ser reconocida en el ámbito internacional. En el año 1941 el Museo de Arte Moderno de Nueva York realizó un concurso de mobiliario llamado *Organic Design in Home Furnishings*, en el que fueron premiados los muebles diseñados por el mexicano Xavier Guerrero y su equipo. Su trabajo lograba ensamblar la manufactura, las formas y los materiales regionales de México con bajo costo para los campesinos mexicanos. La que participó en dicho concurso junto con Guerrero fue la arquitecta cubana Clara Porset Dumas quien se destacó como una de las profesionales que resaltó la cultura regional de su propio continente. Realizó una investigación local en México para el año 1936, donde interesada por su cultura decide asentarse en el Distrito Federal para comenzar a trabajar. Estudió arte y arquitectura influenciada por la escuela de diseño *Bauhaus* pero se especializó en diseño de mobiliario que fue el fuerte de su trayectoria. Estando en México desarrolló muebles basados en la estética mexicana prehispánica y colonial, además fomentó el desarrollo del diseño local, creando la primera exposición de diseño industrial y artesanías mexicanas. El objetivo de Porset siempre fue realizar productos artesanales nacionales pero producidos en serie. Con sus trabajos y conferencias logró fortalecer el

interés de los diseñadores de la época quienes, animados por un compromiso social, aplicaron en sus trabajos los rasgos modernos de la escuela *Bauhaus* fusionados con elementos tradicionales de su país (Museo Franz Mayer, 2006).

El conocimiento que las personas pueden tener acerca de su cultura, requiere una educación especial sumada a varios aspectos individuales, sociales y familiares que, en muchos casos, se dan en una parte minoritaria de la sociedad transformado así a la cultura en conocimiento de unos pocos. Por mayor esfuerzo que hagan las instituciones académicas o especialistas en el tema de acercar la cultura a las masas, al no estar presente en la vida diaria y en los quehaceres cotidianos de las personas, de a poco se va diluyendo hasta llegar a desconocer sus orígenes y raíces que en definitiva, es lo que forja la identidad de una sociedad (Bonfil Batalla, 2004).

Por lo tanto, la resignificación de la cultura regional permite que el patrimonio cultural se mantenga vigente y que la propia sociedad pueda revalorizarlo adaptándose a su vez, a estos tiempos modernos y de constante cambio. En este caso los profesionales de diversas disciplinas como los anteriormente mencionados, pueden ser el vínculo para acercar lo vernáculo y lo regional a las personas por medio de sus creaciones.

La cultura está en constante movimiento, se va transformando para adaptarse a las diferentes realidades y a su vez modificar las mismas. Los motivos de dicha versatilidad son variados relacionados a causas internas o externas, en este último caso, la interrelación que tienen diversas sociedades logrando que se adecue su propia cultura.

En general, participan ambos factores de manera tal que hacen que las culturas muten trayendo aparejado una consecuencia para las personas. Todas ellas han ido acumulando con el paso del tiempo distintos elementos que forman parte de su legado cultural como bienes, ideas, saberes, experiencias, etc. que los han ido incorporando a lo largo de su historia ya sea por haberlos tomado de otra sociedad o por ser propios. Muchos de estos elementos son actualmente utilizados en la vida diaria, otros se mantienen en la memoria de las personas mientras que otros forman parte del pasado o

se han olvidado completamente. Las causas de estas tres cuestiones no tienen una respuesta concreta sino que cada una tiene una explicación específica al poseer una historia propia (Bonfil Batalla, 2004).

Dicha pérdida gradual de cultura también se da en muchas comunidades indígenas que con el paso del tiempo, su interacción con la población y su participación en el sistema de comercio, hace que se modifiquen los trabajos originales perdiendo, en muchos casos, la esencia tradicional. Se debe destacar que la producción actual de textiles y artesanías de varias comunidades nativas están realizadas para la supervivencia de las familias, así es que en el trabajo diario realizan intervenciones con elementos contemporáneos al material, la técnica y la representación de los símbolos para comercializarlo al turismo. Sin embargo por más que dichas piezas se produzcan para fines comerciales, no dejan de tener la estética y la habilidad original desarrolladas por las mismas comunidades (Díaz Aconcha, 2010). Un ejemplo de esto es el trabajo de los tintes naturales que han sido reemplazados, en muchos casos, por anilinas cambiando así aspectos que definían la paleta de color aplicada en diversas artesanías. Muchas comunidades conservan el saber ancestral del tejido, pero paulatinamente han perdido la esencia del color en sus trabajos. Aquí surge el constante desafío de mantener dicha cultura presente para que los saberes, significados y costumbres no se sigan perdiendo y puedan recuperarse y resignificarse.

Latinoamérica es el fiel caso donde se puede observar lo plasmada que está su identidad en las vestimentas de sus diferentes pueblos, arquitectura, gastronomía y en el modo de ser de las personas. Si bien cada vez más se afianza la cultura local en el continente, fue un proceso lento que comenzó en un principio con los profesionales europeos (anteriormente mencionados) que fusionaron su disciplina con elementos de las culturas regionales, para que luego, este camino lo siguieran profesionales locales. Al retomar con la línea cronológica, hubo un periodo sin acontecimientos importantes en relación al diseño y lo local en América Latina hasta que en el año 1960 en Colombia surgió un

centro de investigación sobre la cultura ancestral andina bajo el nombre de *Programa de Artes y Textiles de la Universidad de los Andes*. En este caso, que la universidad local estuviese involucrada, permitió innovar las ideas y conceptos para probarlos y perfeccionarlos. Los trabajos aquí realizados sirvieron a la formación de un diseño con orientaciones artesanales, mostrando también una primera aproximación de las entidades educativas con la fomentación de lo artesanal. A su vez el gobierno, no estuvo ajeno a esto ya que con el Ministerio de Economía y Comercio fundó una entidad pública privada llamada *Artesanías de Colombia* y más tarde *Casa Colombiana* (Novik, 2011). Dicha marca fue la primera en utilizar herramientas y maniobras de una empresa comercial de diseño pero en el marco de la artesanía formando una identidad, realizando un análisis de mercado, determinando el lanzamiento de los productos a modo de colecciones y fomentando el consumo interno.

Colombia es el ejemplo de cómo se comenzó a integrar la artesanía y el saber local en el sistema económico donde el comerciante logra tener una participación en el mercado, además de generar un intercambio de saberes y conocimientos que faciliten el proceso artesanal para enriquecer el producto final. Latinoamérica busca constantemente abrirse paso al mercado mundial con proyectos de diseño de diversa índole faltándole todavía recorrer un largo camino hasta el objetivo final que es el reconocimiento en el mercado internacional. Muchos diseñadores de la región pretenden constantemente conectar lo ancestral con lo contemporáneo perfeccionando texturas, telas, enriqueciendo los detalles para lograr un producto que refleje la historia, la tradición y la naturaleza a la cual pertenecen. Utilizan lo autóctono como inspiración en relación a los paisajes, las culturas aún no exploradas e interactúan con ellas para otorgarle una nueva perspectiva.

Así es que muchas veces puede haber una reinterpretación en el modo de hacer las cosas, tomar elementos o saberes propios de la cultura y redefinirlos pero conservando las características locales. Cuando lo vernáculo es tomado como fuente de inspiración, Colzani (2014) no solo lo aplica a los saberes ancestrales sino también a lo actual

mencionando la arquitectura, la flora, comidas típicas, etc. tratando de realizar siempre algo creativo y distinto de cada región. Lo mismo sucede con las materialidades ya que, si bien la utilización de recursos locales favorece tanto al comercio, como a la industria de cada país; lo autóctono no se limita a la utilización de materiales originales del lugar sino que se pueden trabajar de diversas maneras con distintos recursos pero siempre manteniendo la premisa inicial. Sin embargo, por más que se utilicen materialidades diferentes o que las disciplinas en donde elementos de la cultura étnica se aplican sean diversas, hay similitudes en los trabajos realizados que se los pueden asociar a Latinoamérica por la influencia del color, detalles decorativos, contrastes de materiales gran presencia de texturas, entre otros. Sea un mobiliario, una prenda, una construcción o una estampa, sus creadores observan las mismas cosas y rescatan así los elementos más significativos de su cultura para plasmarlo de tal manera que generan un sello que los distingue, creando un nuevo estilo que los diferencia y que puede ser reconocido como propio. De esta manera se genera un diseño con identidad siendo: "aquel que coloca entre las variables en juego, en los procesos de configuración de objetos, esos rasgos distintivos, que representados en repertorios formales, materiales y técnicos, se transfieren a los objetos" (Porrua 2014, p.146).

El diseño en relación con lo regional es el punto de partida para cambiar el desarrollo moderno actual, creando así nuevas estructuras formando también la identidad ya que la capacidad humana de hacer, crear o proyectar surge con más fuerza en el propio territorio. La disciplina del diseño además en este caso, permite que por medio de la investigación e interacción con las diferentes comunidades, se pueda ahondar en temas relacionados al comercio justo, la hibridización, la cultura y el mestizaje, realizando proyectos que permitan preservar el patrimonio ancestral y cultural de la región.

Se podría afirmar que como consecuencia de la globalización, la unión entre el diseño y la identidad local, marcó nuevos horizontes económicos para varias partes de Latinoamérica dándole una mayor importancia a la diversidad cultural y la riqueza del

continente. Hoy en día todo aquello considerado regional es valorado por su exotismo y es apreciado para el consumo, siendo la nueva búsqueda de lo auténtico un reconocimiento de la mano de obra artesanal en la creación y fabricación de un producto. En un mundo globalizado, las ideas que rescatan lo ancestral y se mimetizan con lo actual, son tomadas con curiosidad y expectativa por la sociedad siendo un cambio innovador en el mercado con una mezcla de culturas que resultan atractivas para el público tan acostumbrado a la homogeneización de productos.

En América Latina ha ido surgiendo un elemento común en los proyectos vinculados a la ecología, y es la fuerte relación de las culturas ancestrales que han interpretado a lo largo del tiempo las premisas que hoy conforman la tendencia relacionada a la sustentabilidad: interacción con la naturaleza, cuidado del medio ambiente, respeto de la cultura y comunidades. Así es que cada vez más surgen manifestaciones en el continente perfiladas a la conservación tanto medioambiental como a la fomentación de la diversidad cultural.

A su vez, una revalorización de los diseños de las comunidades del continente latinoamericano se aproxima a una resignificación del valor de sus producciones que al ser realizaciones artísticas, han trascendido en el paso del tiempo formando hoy parte del patrimonio de Latinoamérica. Integrar diversos modos de expresión artística, significa la conformación de una nueva identidad cultural para el futuro teniendo el patrimonio artístico como base del conocimiento ya que toda cultura debe continuarse y no reiterarse (Accornero, 2007).

Al comenzar a hacer una aproximación acerca de la fusión del diseño y los pueblos aborígenes nacionales la anteriormente mencionada Fridl Loos, puede ser considerada como una de las primeras profesionales en el ámbito del diseño argentino que basó sus trabajos en la cultura de los Collas en Jujuy, revalorizando sus colores y textiles. Fridl dio inicio con su propuesta innovadora para ese entonces, a que muchos diseñadores locales luego siguieran sus pasos con la intención de rescatar parte de los saberes ancestrales

locales para plasmarlos en sus creaciones comenzando a tomar lo vernáculo como inspiración.

2.2 Pioneros argentinos

A principio del siglo XX, algunos artistas latinoamericanos comenzaron, de a poco, a revalorizar el arte aborígen a través del estudio de sus diseños en las artesanías que realizaban. Los datos obtenidos fueron plasmados en diversas disciplinas como el arte, la arquitectura, el teatro, la literatura y otros oficios tratando de plasmar una identidad local en los trabajos realizados. A causa del estallido de la Segunda Guerra Mundial, se frenó este proceder con las inmigraciones europeas que llegaron al continente latinoamericano quedando esta búsqueda limitada a un escaso grupo de artistas poco reconocidos en el ambiente (Accornero, 2007).

Parecía que había habido un retroceso frente al escaso avance que se había logrado en la cuestión de revalorar la cultura aborígen, hasta que arribaron al país importantes arquitectos y diseñadores de Alemania y Austria. Entre dicha oleada inmigratoria, llegaron a Buenos Aires a principios del 1940 luego de una pequeña estadía en Nueva York escapándose de la guerra el arquitecto Walter Loos junto a su esposa Fridl, artista y diseñadora graduada en la Escuela de Arte de Viena. La ciudad porteña cambió su suerte ya que ambos tuvieron éxito y reconocimiento en sus respectivas disciplinas, por un lado Walter se dedicó al diseño de mobiliario y construcciones con un gusto elegante y moderno por influencia de la escuela *Bauhaus* y la estética austríaca, mientras que Fridl se abocó al mundo de la moda generando nuevos estilos y propuestas en el mercado. El primer trabajo que la diseñadora realizó en el país fue con una de las sucursales de alta costura *Drecoll* situada en la calle Florida, donde la actriz Delia Garcés apreció sus diseños y se ofreció a ser su mecenas financiando luego la apertura de su primer local propio. Asentados de manera definitiva en la ciudad, realizaron un viaje por Salta y Jujuy donde Fridl quedó asombrada por los textiles norteños y los ponchos que utilizaban los

lugareños. Dicho viaje cambió el modo de trabajo y de diseño de Loos, ya que tomó los textiles barracanes (tejidos a telar típicos del Norte) y ponchos e impuso una moda completamente original para esa época que tenía elementos típicos de la cultura norteña intervenidos en las prendas con una línea innovadora y cuidada en los detalles. Su estilo tuvo una aceptación inmediata hasta llegar a diseñar una colección con los tejidos jujeños y ponchos para la tienda *Neiman Marcus* de Nueva York. El hecho de exportar esta nueva moda, le valió el reconocimiento de la editora de *Vogue*, Diana Vreeland, mientras que a su vez la revista *Women's Wear Daily* apodaron las reinenciones de los ponchos en túnicas para fiestas de gala como la *South American Way* (Lescano, 2010).

Es importante señalar que con este reconocimiento, Fridl logró introducir por primera vez la cultura regional en el mundo internacional de la moda comenzándose así a conocer las tradiciones locales fuera del país. Además la diseñadora logró conservar y respetar las características originales de la cultura Colla, dándole a su vez cierto aire moderno y contemporáneo para adaptarse a la demanda actual de ese entonces.

Fridl tuvo cuatro locales en Argentina, todo ellos con una impronta conceptual muy fuerte donde la fusión con elementos típicos locales estuvo presente destacándose el colorido de sus estampados con el estilo particular arquitectónico que tenía su marido. Además de su local en pleno centro porteño, se le sumó el de Mar del Plata donde la vidriera estaba construida en una caja de troncos. Pero el que más se distinguió fue el situado en *Galerías Pacífico* llamado *Rancho*, el cual tenía una armónica estética con boleadoras y ponchos como ornamentación. Por más que las ciudades donde tenía sus tiendas eran diferentes, los vestidos que diseñaba sea para todos los días, playa o *cocktail* tenían el estilo gauchesco y el colorido del Norte argentino siendo este último recurso su gran logro en el mercado ya que las mujeres argentinas, hasta el momento, eran reticentes a la utilización del color en sus prendas. En el momento de trabajar, los pasos a seguir eran sistemáticos: primero diseñaba las telas, su punto fuerte al ser diseñadora textil, luego se

las probaba sobre el cuerpo y hechas las correcciones se las mandaba a una modista para confeccionar las prendas de cada colección (Lescano, 2010).

Tuvo una clientela selecta desde la actriz Amelia Bence, la cantante Susana Rinaldi, la empresaria Amalia de Fortabat entre otras mientras que además de su trabajo particular, realizó el vestuario de once películas argentinas. En una entrevista realizada por Guerriero (2012) a la periodista de moda Felisa Pinto, contemporánea de Fridl, describe el trabajo de la diseñadora como: "Una investigación constante de sus diseños hace que los resultados sean despojados, nítidos, inteligentes como el plano más estricto de un arquitecto" (Pinto citado por Guerriero, 2012).

Loos, junto a su marido y otros profesionales venidos desde Europa, formaron el primer polo de artistas en la ciudad, aportando su mirada moderna traída del Viejo Continente para generar nuevas estéticas en el mercado local. En el caso de la diseñadora su propuesta fue innovadora, al ser la primera en el rubro de la moda en utilizar el tejido de telar como materia prima para la confección de prendas, además de empelar la cultura local como fuente de inspiración alejándose de la copia de tendencias europeas, algo común para ese entonces. Con los trabajos realizados y la incursión de Fridl al experimentar con nuevos materiales, les sirvió a la próxima camada de diseñadores para tomar y perfeccionar las técnicas que ella había comenzado en los años 40. Además este nuevo estilo funcionó como disparador a nuevas necesidades e inquietudes que tenía la sociedad sobretodo en el sector del diseño, donde se comenzó a realizar una búsqueda de la identidad nacional y una vuelta a los valores tradicionales.

Todo movimiento surge cuando se advierte un cambio, se comienza a notar que un período determinado llega a su fin en donde se debe registrar lo que pasó y buscar en el pasado pautas que permitan comprender el nuevo modo de transmitir la moda. A su vez se de realizar un búsqueda de nuevas formas de vestir que cumplan con las expectativas de los diferentes grupos sociales de cualquier sociedad. En este caso emplear la moda como medio para la conformación de una identidad nacional y como un reconocimiento

de los países, tanto americanos como europeos, beneficiaría a Argentina no solo a hacerse conocida sino a reactivar diversos sectores (económicos, sociales, etc.) que hasta el momento no estaban activos (Saulquin, 1990). Así es que con esta reutilización de los recursos étnicos en la moda nacional las propias comunidades aborígenes entraron dentro del sistema comercial, en muchos casos de manera independiente o de la mano de un diseñador, como la relación de las comunidades Collas con Fridl. Para lograr un estilo nacional se debe tener presente la contribución de la cultura aborígen con sus diseños como también la utilización de las tradicionales prendas criollas con sus accesorios sin dejar de lado los rasgos europeos que el argentino tiene incorporado.

El punto de inflexión a nivel nacional donde la utilización de los recursos étnicos en la moda se terminó de consolidar fue a principios de la década del 70, en una colección del diseñador Paco Jaumandreu en la Sociedad Rural Argentina. Su colección tuvo la particularidad de que una de sus modelos salió vestida con el atuendo del *Gaucha de Güemes* y bailó un malambo en medio de la pasarela. Sus prendas consistían en un vestido largo de *crêpe* negro con un pronunciado escote, poncho rojo y una rastra de plata. Este nuevo estilo tuvo éxito inmediato, que logró exportar sus creaciones a Estados Unidos donde impuso el estilo gauchesco en Nueva York. Allí triunfó de manera tal que se exhibieron y vendieron sus prendas en la tienda *Saks* (Lescano, 2004).

Tanto con Fridl como con el modisto Jaumandreu, Argentina comenzaba a hacerse conocida en el ámbito de la moda internacional siendo sus diseños el nexo para comunicar la cultura local de manera abarcativa, por un lado la cultura aborígen plasmada en los tejidos que presentaba Fridl y por otro el universo del gaucho de la mano de Paco, dos pilares fundamentales de la identidad nacional.

En Argentina a principio de los años 70 el Instituto *Di Tella*, un centro de investigación conocido hasta ese momento por ser la cuna de las vanguardias artísticas, comenzaba a perder su fama acusado por varios artistas y estudiantes del momento de extranjerizarse. A su vez grupos de jóvenes con ideales y compromisos firmes tenían nuevas inquietudes

que marcarían a fondo la década que recién comenzaba, donde la búsqueda de la identidad nacional, objetivo principal de muchos artistas, estaba asociada también a la moda con un repentino retorno al estilo autóctono. El estilo está estrechamente ligado a una concepción de lo propio, lo que sucedió en el país fue que dicha identidad no se fomentó porque se observaba las propuestas extranjeras de París principalmente, Italia o Inglaterra en lugar de aprovechar las propias raíces. Esta idea no sólo se aplicaba en la moda, en arquitectura por ejemplo el estilo colonial era desconsiderado, construyéndose en cambio estructuras con características parisinas o italianas cuando en verdad tendría que haber habido una fusión de lo colonial y lo español (Saulquin, 2006).

Luego de la colección de Paco Jamandreu, a fines de los años 70, las nuevas expresiones y estéticas fueron ganando otra vez protagonismo, con una ideología del rescate de lo local impulsado por las artes visuales, música y la moda en especial. Fue con la irrupción de la diseñadora Mary Tapia que este estilo quedó afianzado, la cual junto a su colega Manuel Lamarca realizaron colecciones anticipando dicha tendencia que ya había logrado el posicionamiento del poncho en todas sus versiones junto a los cinturones de tipo rastra criollo. Con estos diseñadores se retomaron los tratamientos de los tejidos locales, sobretodo con Tapia que era una experta en las diversas texturas de los materiales al estar en constante investigación acerca de lo local y lo autóctono.

De origen tucumano, Mary Tapia tuvo sus inicios en el año 1966, cuando expuso sus primeras creaciones con texturas del Norte argentino, audaces para ese entonces, con encajes y puntillas entrelazados en la urdimbre. Sin embargo, las prendas hechas con barracán en tela y lienzo de algodón, algunos bordados por lugareños del Norte, se expusieron en el primer desfile organizado por la propia diseñadora, donde los modelos pasaban cortos vestidos con texturas rústicas y reminiscencias locales. Con esta carta de presentación tan particular, Mary llamó la atención del público porteño por el uso de texturas y textiles latinoamericanos que la acompañarían a lo largo de toda su trayectoria. Así es que un año más tarde viajó a Villarica, Paraguay donde trajo de vuelta el *aho poí*,

un textil regional usado recurrentemente por ella al igual que el barracán norteño, siendo ambos sus materiales favoritos para trabajar (Pinto, 2011).

Pero el reconocimiento final fue en 1967, al pensar una propuesta que le resultase atractiva al director del *Instituto Di Tella* de ese momento Jorge Romero Brest, ya que el clima exacerbado de la época, más el del propio Instituto había hecho posibles todas las alocadas ideas que tenían sus amigos y colegas. Simplemente tuvo que retrotraerse a sus vivencias de pequeña y se presentó a Brest con un vestido realizado con telas de los *Collas* y con la premisa de hacer moda argentina. Jorge se interesó tanto con la idea como con el vestido al considerarlo una obra de arte. Le ofreció hacer un desfile en el salón principal del Instituto con el mayor despliegue posible, en el cual presentó su primera colección a la que llamó *Pachamama Pret-a- Porter* valiéndole el éxito y su consolidación en el mundo de la moda local. La colección hizo honor a su nombre teniendo al tejido barracán como eje principal y al poncho, con pantalones *oxford* realizados con el primer material (Schejtman, 2006).

Cansada de que se observaran las tendencias europeas en aquella época, sus trabajos estuvieron siempre ligados a la cultura local interviniendo las prendas con materiales típicos de las comunidades aborígenes o provenientes de la naturaleza local dándole siempre un estilo contemporáneo. La búsqueda que tenía por los textiles del Norte argentino se dio, al querer indagar los rastros que dejaron los antepasados Incas en los Diaguitas, Calchaquíes y Lules que fueron herederos de la cultura incaica. Siempre tuvo una atracción especial con la comunidad Colla y su relación con los colores, los cerros y las faldas típicas que las mujeres utilizaban. El tejido aborígen en si tuvo rasgos de la colonia, ya que los indígenas lo utilizaban como medio de expresión al no poder usar su propia lengua y poco a poco Mary se fue interiorizando sobre el tema. Su material fetiche fue el barracán, el cual estuvo presente en todas sus colecciones ya que quería lucir los tejidos, hacerlos conocidos, sacarlos de donde estaban y que no solo se vieran en los museos sino también en las prendas. Logró modificar los tejidos barracanes con

bordados de estilo francés creando prendas con aires folclóricos sudamericanos respetando lo rústico del material pero siempre de manera elegante. Su vínculo con lo ecológico rescataba la flora y fauna del país, donde pantalones de gamuza intervenidos con liebre o vizcacha se fusionaban a su vez con prendas hechas de fibra vegetal denominada *chaguar* (red vegetal tejida y pintada por los indígenas) traídas especialmente del Chaco. A su vez este estilo lo transfirió a la hora de presentar sus colecciones en los desfiles, todos con una impronta autóctona donde la música de los mismos eran chamamés, rancheras o tangos (Camps, 2006).

Las prendas de Tapia han sido objetos de culto para las generaciones que le siguieron de artistas, ya que además de lograr un estilo transgresor tuvo una postura de rechazo a las copias constantes e inmediatas por parte de la moda local sobre diseños extranjeros proclamando así una estética con valor propio y local que logró continuarla de manera constante a lo largo de su carrera.

Para Tapia la moda más reciente nunca terminaba de llegar a Buenos Aires, ya que recién a los seis meses se usaba en el país lo que ya habían vestido las europeas. Por otro lado, siempre tuvo admiración por el trabajo que realizaban las Collas del país, las mujeres del Paraguay o las Indias de *Zuletas* con los barracanes, tejidos, ponchos, guardas o tapices. Estos objetos estuvieron plasmados en su ovacionada colección previamente mencionada *Pachamama Pret-A-Porter*, en la cual las texturas anteriores se mezclaban con tejidos de la ciudad de Otavalo y tapices realizados por comunidades de Quito (Novik, 2011). Tapia tuvo su reconocimiento en el ámbito internacional, ya que su colección en 1973 fue convocada a Nueva York, donde se la expuso en el *Center for American Relations*. La misma, basada en las investigaciones realizadas por la diseñadora en sus viajes a Bolivia, Paraguay, Colombia y el Norte argentino, incluyó textiles y avíos adquiridos en el *Mercado de las Pulgas* de París. Fueron aplaudidos por el público europeo levitones de barracán, tapados de oveja negra proveniente de AbraPampa, La Quiaca, con botones y detalles en terciopelo, fajas maticas para darle

una nota de color y otros abrigos realizados en picote, una lana de color blanco o crudo, transformadas todas estas prendas en piezas únicas y con un alto valor comercial (Pinto, 2011).

El éxito de la diseñadora se basó en la manera natural y original con la que manejaba la identidad local en su estilo, plasmada en un tejido con rasgos étnicos transformándolo en una pieza única y atemporal. La delicadeza con la que logró integrar lo pesado y rustico del tejido con la fragilidad de la seda, el terciopelo y encajes, resaltó así el trabajo artesanal por un lado y la cultura local aborigen. Por otro lado, sus diseños realizados en barracán, aguayos y chaguas fueron el nexo para que la sociedad porteña conociera y tuviera un primer acercamiento a la cultura local, además de la inusual propuesta de utilizar dichos textiles como materia prima en el rubro de la moda.

Quien fue contemporánea a Tapia fue la pintora Medora Manero, la cual tuvo una visión diferente de la moda al estar relacionada con las artes plásticas. Interesada por las culturas indígenas de Latinoamérica, comenzó a incorporar elementos típicos en sus creaciones. Primero comenzó con la cultura mexicana rescatando sus colores, texturas y platería para intervenirlo en sus prendas hasta que descubrió el barracán y decidió mezclarlo con otros textiles como la seda natural. Para la década del 60, empezó a experimentar con materiales autóctonos transformando principalmente barracanes con un diseño espigado utilizado en la época precolombina, en gruesas capas de abrigo. Desde siempre quiso exaltar la identidad nacional a través de la moda étnica. Todos sus diseños tuvieron la impronta de las características de la Puna con un variado colorido, tanto los abrigos como las capas tenían cascabeles en lugar de botones al ser éstos su sello distintivo al igual que las etiquetas blancas y celestes con la inscripción: *Medora Manero, Argentina* (Saulquin, 2006). Sus prendas se comercializaron en Europa pero la diseñadora las identificaba con el nombre del país ya que el cliente europeo reconocía el diseño latinoamericano pero no lo diferenciaba. Medora intervino no sólo con los textiles típicos del Norte argentino, sino también con los avíos que terminaban de conformar sus

prendas como los mencionados cascabeles o pequeñas trabas de cuero y madera en reemplazo de los botones. Además logró transformar los estribos y bozales de plata de los caballos adquiridos en remates en auténticas piezas de joyería. También, de igual manera que Tapia, fusionó materiales de diversa naturaleza y textura al combinar lo autóctono con lo moderno sin perder la esencia original al destacarse el barracón fusionado con *paillettes*, sacos de puyo (o tela de manta) con plumas de avestruz y sedas naturales pintadas a mano. También diseñó, trajes de novia realizados con hamacas paraguayas blancas o vestidos de noche con hamacas colombianas multicolores (Bleistein, 1977).

Se debe resaltar que la diseñadora no utilizó dichos materiales al azar sino que fueron el resultado de una investigación acerca de las culturas aborígenes que realizó en sus reiterados viajes al Norte argentino y a otros países latinoamericanos. Profundizó su búsqueda en los saberes ancestrales de los Incas, cuyos herederos fueron los Collas, y se interiorizó de cómo se obtenían los tintes para los textiles y de qué plantas se extraían al igual que los significados de los diseños.

Estas diseñadoras, al igual que Fridl Loos, utilizaron tanto tipologías como materiales relacionados con la idea de identidad y de crear una moda que pudiera ser considerada argentina pero abordada desde diversas estéticas. Fridl lo hizo desde el lado de la experimentación con materiales no utilizados hasta el momento. En el caso de Mary Tapia, plasmó sus raíces tucumanas en cada pieza que realizó mientras que Medora Manero fue más experimental con los materiales utilizados.

Otro diseñador ya mencionado que siguió el mismo estilo tanto de Tapia como de Manero fue Manuel Lamarca, cuya conexión con la moda fue primeramente a través de las artes plásticas para luego incursionar en el área del diseño, formando parte también del grupo de artistas que buscaba resignificar las raíces locales sobresaliendo así como otro representante de esa época. Lamarca incorporó desde sus comienzos elementos

folclóricos en sus creaciones, los cuales se han destacado por las guardas pampas, los ponchos y bombachas de campo (Saulquin, 2006).

Si bien hasta ahora solo se han mencionado ejemplos de diseñadores que utilizaron elementos de la cultura nacional y los aplicaron en sus respectivos trabajos, se debe resaltar que no solo la disciplina del diseño de indumentaria adoptó esta resignificación de las raíces locales. Hasta ese momento, sólo se habían utilizado determinados materiales característicos de ciertas comunidades, pero nadie había pensado en incluir los diseños o dibujos típicos de los aborígenes en sus trabajos.

Es así que otros profesionales de diversas disciplinas se sintieron atraídos por las tradiciones indígenas y su auge en la sociedad en ese entonces, uno de ellos fue el diseñador gráfico y artista plástico Alejandro Fiadone que para fines de 1980 empezó su investigación para recuperar los diseños de las diferentes comunidades aborígenes del país. Su inquietud por dichos diseños comenzó al observar que en los libros había reproducciones de diseños de algunos países latinoamericanos como México u otros países de America Central pero no pudo hallar nada del resto de América ni mucho menos de Argentina. Así fue que se puso en contacto con el investigador Guillermo Magrassi que lo adentró al mundo de la antropología y al descubrir piezas de artesanías hechas por aborígenes locales, se dio cuenta de la riqueza del color, diseño de sus guardas y que nadie hasta el momento las había trabajado. El modo de trabajo del diseñador consistía en el estudio de la pieza original para luego plasmarla en dibujo a partir de una reconstrucción y un trabajo geométrico minucioso para finalmente ser utilizado en cualquier reproducción que se quisiera hacer (Díaz Aconcha, 2010).

Aunque el primer paso en fomentar el diseño latinoamericano con sus bases en las raíces locales haya sido dado por profesionales europeos, cabe destacar que este largo camino fue seguido por diseñadores locales. Ellos generaron nuevas creaciones en cada una de sus disciplinas. La idea de proponer trabajos con inspiraciones vernáculas, ha hecho que se afiance la identidad de los países del continente y a su vez se difunda para el resto del

mundo un diseño propio, distintivo y con materiales locales. En un momento donde lo que predomina es la fomentación de lo homogéneo, se rompen los límites y desaparecen las fronteras, se crea un diseño diferente formado por la diversidad de culturas resaltando algunas coincidencias ya que todas son parte de Latinoamérica. Éste es un avance para privilegiar la diferenciación y el individualismo frente al bloque globalizador uniforme. El diseño en este caso, es el vínculo de comunicación para realzar la identidad de los latinos a través de una revitalización de las comunidades étnicas y un auge en las tradiciones y culturas nacionales. Cada vez más hay una interconexión de muchas culturas que se relacionan y se dan a conocer por medio de la tecnología y lo rápido que se esparcen por el mundo, siendo uno de los efectos de la globalización previamente mencionados. Ésto hace que se utilicen símbolos e imágenes pertenecientes a diversas culturas sin tener noción sobre lo que ellos significan. Frente a ello, los profesionales anteriormente mencionados se abocaron a diseñar a conciencia investigando los recursos de las culturas locales logrando así una verdadera resignificación de las mismas. Para finalizar se puede concluir que la relación entre el diseño y la cultura comenzó tímidamente sin saber si tendría éxito o no debido a lo poco explorada que estaban las culturas latinoamericanas en ese entonces. Fue aceptado por la sociedad como algo nuevo y distinto a lo ofrecido hasta el momento llegando a su apogeo con el objetivo de rescatar la cultura local a través del diseño para también así realzar la identidad nacional. Esta fusión tuvo el reconocimiento internacional dando también a conocer al mercado exterior las raíces latinoamericanas. Si bien parecía que la utilización de elementos propios de la cultura regional iba a ser una constante en el mercado local, llegados los 90 el escenario nacional cambió favoreciendo, por el tipo de cambio, las compras y viajes al exterior. Sumado a ésto, la gran entrada de productos importados al país hizo que de a poco la resignificación cultural se fuera dejando de lado hasta casi quedar en desuso. Tuvo que llegar el año 2001 luego de la crisis que atravesó Argentina para que, con un país devastado económicamente, se realizara nuevamente una vuelta a las raíces.

Capítulo 3: Mundo étnico en el ambiente del diseñador de indumentaria argentino

En el capítulo anterior se analizó el surgimiento en América Latina de una recuperación y revitalización de las culturas locales. A través del diseño y de otras disciplinas, muchos profesionales nacionales realizaron una búsqueda en sus orígenes y utilizaron elementos autóctonos del país o saberes ancestrales de alguna comunidad y lo plasmaron en sus creaciones, tomando lo vernáculo como inspiración. En Argentina dicha exaltación tuvo su auge en los 70, con destacados diseñadores que supieron realzar la cultura nacional a través de sus diseños. Pero con la llegada de los 90, el contexto social y económico de Argentina era diferente al de ese entonces e hizo que este estilo se perdiera. La razón principal fue el modelo económico implementado en el país, conocido como *Plan de Convertibilidad*, en donde un peso argentino tenía el mismo valor que un dólar, lo cual permitió a la sociedad argentina tener ciertos beneficios. Resultaba más barato viajar y comprar en el exterior que en Buenos Aires, además tener una prenda hecha en Miami en ese entonces, era más sofisticado que una producida en el país. A este auge de consumo en el exterior se sumó a su vez la entrada de productos importados al país, lo que hizo que muchas fábricas nacionales cerraran sus puertas. (Reymundez, 2007).

Con este nuevo escenario todo lo relacionado a lo local y lo regional parecía no tener lugar en el país, donde el rescate de la cultura nacional que se había iniciado hacía 30 años de la mano de la diseñadora austríaca Fridl Loos con sus textiles jujeños, parecía haberse olvidado.

Pero las cosas no marcharon bien en el país y todo culminó con una profunda crisis en el año 2001 donde la industria nacional quedó devastada, la crisis financiera provocó que los ahorristas quedaran con sus cuentas bancarias *acorraladas* ya que los bancos retuvieron sus ahorros y el peso se devaluó cuatro a uno con el dólar. Luego de esta abrupta crisis, donde se carecía de moneda local, estabilidad económica e identidad, el país realizó una vez más una mirada para adentro, moviendo varias fuerzas y donde la sociedad tomó diferentes rubros. Ante la falta de trabajo las personas comenzaron a

crear prácticas laborales que les permitieran sobrevivir, por ejemplo pequeños emprendimientos de producción para hacer frente al desempleo y a un escenario de incertidumbre para el futuro. La disciplina del diseño estuvo relacionada con la crisis del 2001, debido a que muchas personas, en especial los diseñadores, tuvieron la capacidad de reconocer, analizar los problemas y detectar oportunidades para que con nuevas ideas, aparezcan soluciones como la invención de algo nuevo o poco utilizado hasta el momento. Así comenzó a relacionarse el diseño con la identidad nacional y las ideas basadas en los saberes de los Pueblos Originarios (Porrúa, 2014).

Es en este momento cuando se empieza a revalorizar el arte popular aborigen donde una producción pequeña y artesanal les brindaba a los micro-emprendedores una fuente de trabajo digna y dinero al instante. Así es que en las ferias porteñas comenzaron a aparecer símbolos y textiles nativos que enfatizaron la identidad de la mano de las culturas indígenas.

Muchos profesionales del diseño, frente a este escenario de crisis, realizaron una vuelta al pasado como una idea de refugio; indagar en los orígenes para buscar una valoración de las civilizaciones pasadas comenzando a generar una estética basada en lo vernáculo.

3.1 Etnia de autor

Los diversos cambios que trajo el diseño durante los años 70 para luego ser retomados en el 2001 con la crisis, plantearon la idea de un diseño con características autóctonas y estilo propio, que sirviera para realzar la identidad nacional y lograr así ser reconocidos en el mundo. Ésto trajo aparejado una nueva forma de producción alejada de lo masivo y más abocada a la personalización, con formas, materiales y colores asociados a lo local. Para la creación de nuevas propuestas, se realizaron investigaciones y búsquedas relacionadas a culturas antiguas regionales y sus saberes ancestrales. Hubo una clara necesidad también de ofrecer productos nuevos para quienes estaban agotados de los

productos de moda masivos ya que querían algo distinto, único y diferente de lo que se venía ofreciendo (Saulquin, 2006).

El hecho de plantear un nuevo diseño sumado a las nuevas inquietudes que tenía la sociedad, dio como resultado recuperar la cultura local y regional, principalmente la aborígen, para asociarla a lo nuevo y distintivo. Nuevas ideas comienzan a surgir con los diseñadores de moda locales que comenzaron a introducirse en el universo de los Pueblos Originarios y rescatar elementos propios de sus culturas.

Desde el rubro de la alta costura uno de los primeros en incorporar a su trabajo parte del mundo aborígen fue el diseñador santafesino Francisco Ayala, quien a través de sus creaciones logró introducir símbolos de diversas comunidades indígenas. Basado en las investigaciones realizadas por el ya mencionado diseñador gráfico Alejandro Fiadone, comenzó en el 2002 a realizar prendas que incluyeran imágenes de diseños de guardas u otros símbolos aborígenes pintados a mano en sus vestidos. El trabajo de Ayala se basó en poder combinar en sus colecciones textiles como el agüayo y el barracán para a su vez intervenirlos con cristales *Swarovski*, boleadores de gaucho y otros elementos propios de la cultura local. Sus creaciones además han sobresalido al realizar intervenciones exclusivas con los textiles principalmente pintarlos a mano, técnica que hasta ese momento nadie había utilizado y además fue el único que enfatizó la simbología de los diseños aborígenes más que los textiles propios de las comunidades. El nombrado diseñador declaró en una entrevista concedida a su colega Díaz Aconcha (2010) que aunque lo precolombino se ha puesto de moda no se tiene verdadero conocimiento de lo que se trata, simplemente se utiliza todo lo relacionado a lo aborígen sin ser conciente del significado que hay detrás (Ayala citado por Díaz Aconcha, 2010).

Se debe destacar de Ayala que fue uno de los primeros en esta época que logró fusionar la moda con las culturas aborígenes desde el rubro de alta costura siendo éste un nicho en el mercado de la moda que no suele relacionarse a dicha estética. Su modo de trabajo además es artesanal por las técnicas que utiliza en la ornamentación de sus vestidos

logrando piezas únicas tanto por los diseños precolombinos como por las terminaciones. Con sus colecciones logró acercar y difundir las culturas precolombinas a la sociedad de una manera innovadora pero sin perder su esencia. La relación que existió entre los diseños de Ayala y la investigación de Fiadone es un ejemplo en la cuestión previamente mencionada de las investigaciones que profesionales realizaron para generar nuevas ideas en el rubro de la moda. El investigador es muchas veces quien colabora con dicha búsqueda, mientras que el diseñador o artista utiliza la información y la rescata para usarla en sus propias producciones dándole la posibilidad de conocer sus raíces para poder presentar su trabajo final con verdadero conocimiento sobre lo que ha hecho. La mejor carta de presentación que puede tener un diseñador es mostrarse al mundo con algo diferente y único, siendo la cultura en este caso lo distintivo, al ser algo propio de cada sociedad. De a poco comenzó a haber un grupo de diseñadores en el país que empezó a realzar las raíces autóctonas y si bien algunos lo han hecho de manera oportunista, se ha empleado y aprovechado dicha resignificación nacional para tener una moda con características propias. Entre estas características, se destaca el diseño con identidad aborígen cuyo auge ha hecho que muchas comunidades resurjan y cobren protagonismo dándole trabajo a muchas de ellas, para lograr que tanto la artesanía como sus saberes no se pierdan.

Simultáneamente con Ayala, quienes decidieron plasmar en sus colecciones algunos elementos autóctonos como un contrapunto respecto de la crisis fueron los diseñadores Gaba Esquivel y Thomas Vasseur con el lanzamiento de su marca franco-argentina *Vasseur-Esquivel*. Precisamente en diciembre del 2001, los diseñadores presentaron su colección para el siguiente año. La misma estaba compuesta por reminiscencias de atuendos de gala gauchescos combinados con corsetería de alta costura, pantalones plisados con la morfología de la bombachas de campo *bataraza*, las típicas faldas que usan las *chinas* en el campo combinadas con abrigos unidos por piezas de platería inspiradas en los elementos de la yerra. Ese mismo año antes de crear esta colección

criolla realizaron un viaje a la provincia de Jujuy en un intento de seguir los pasos previamente iniciados por la austríaca Fridl Loos. Allí Thomas descubrió los atuendos de gala que llevaban los gauchos. Este fue el motivo principal para la línea que seguiría su marca de *pret-a porter* con inspiración criolla (Lescano, 2004). Ambos diseñadores fueron los primeros en aquellos años en llevar su trabajo a Europa, donde trataron de presentarlo en varios lugares para ser vendido pero aunque fue sin éxito inicialmente, siguieron insistiendo hasta contactarse con Kal Ruttenstein quien era el director de la tienda *Bloomingdales* en ese entonces. Éste se quedó fascinando con la colección inspirada en lo folclórico y decidió comprársela entera para exponerla la próxima temporada. Al estar la misma basada en lo autóctono y nacional y para que se identificara del resto de los productos exhibidos, todas las prendas de la marca *Vasseur-Esquivel* tenían la bandera argentina bordada a mano. Lograron finalmente el reconocimiento internacional hasta llegar con sus diseños a la tapa de la revista especializada en moda *Women's Wear Daily* (Lescano, 2002), la cual paradójicamente también le dedicó una nota a los diseños gauchescos de Fridl Loos hacía 60 años.

Este auge por lo autóctono, principalmente por lo aborigen, generó en muchos casos, el surgimiento de sociedades entre los diseñadores y las comunidades donde ambos fueron beneficiados. Por un lado el diseñador logra, con su acercamiento a un pueblo determinado, datos de primera mano que sin duda enriquecen su producto final; mientras que los indígenas por otro, en muchos casos mejoran su calidad de vida o simplemente mantienen vigente su cultura para que ésta no se pierda en el tiempo al transmitirle sus viejas técnicas al diseñador.

La venta de producciones aborígenes argentinas, para el año 2003 comenzaba a tomar auge en el comercio local donde se empezaba a revalorizar lo autóctono. Muchas fundaciones, ONG y asociaciones que fomentaban la artesanía aborigen de manera modesta y silenciosa, comenzaron a recibir tanto a turistas como a los propios porteños

que quedaban fascinados por los trabajos aborígenes que se exponían teniendo algunos desconocimiento acerca de lo complejo de la artesanía nacional (Guerriero, 2003).

Sucede muchas veces que los indígenas intercambian sin mucha organización sus trabajos, ya sea por poca plata, comida o ropa vieja. Les pagan casi monedas por un trabajo que les llevó días hacerlo para luego ser revendido el triple de su valor. Debido a esto surgió, la necesidad de contactarse con profesionales serios que estuviesen dispuestos a ayudarlos para ingresar en el mundo del *comercio justo* creándose así las alianzas previamente mencionadas.

Un ejemplo de dicha interacción es la que mantiene el diseñador Martín Churba desde el 2005 con la *Red Puna* y un grupo de tejedoras del Norte argentino donde juntos intentan rescatar el modo de producción artesanal de los tejidos típicos del Norte, recuperar su valor y el de las propias tejedoras. La organización agrupa a familias de la Quebrada y la Puna donde su principal objetivo es mejorar su calidad de vida desde la producción hasta la comercialización de artesanías. Su relación con el diseñador empezó cuando Martín buscaba talleres en el Norte argentino que se especializaran en la producción textil, mientras que la organización necesitaba de un diseñador que les aprobara un proyecto que iban a presentar en el Ministerio de Desarrollo Social para obtener un subsidio. Querían mejorar el diseño de sus productos ya que tenían problemas de terminaciones en las prendas o en las progresiones de los talles, por eso necesitaban de alguien especializado en el tema que los orientara en el camino y así fue que comenzaron a trabajar juntos (García, 2008).

El trabajo de Churba se ha destacado por su innovación y experimentación con textiles y nuevos materiales, por ende su encuentro con *Red Puna* le benefició en integrar a su trabajo la técnica artesanal del textil norteño, mientras que las tejedoras lograron que sus diseños tuvieran la calidad que ellas inicialmente buscaban. Estos textiles son considerados una joya para el diseñador y completamente naturales desde la materia prima hasta el tejido y el hilado. Lo que se busca principalmente con la asociación es no

sólo enriquecer la calidad sino también devolverle el valor a la artesanía. Si bien el trabajo del diseñador mantiene vigente el proceso de producción y el teñido artesanal, no incorpora el uso de los dibujos típicos para este tipo de tejidos, que representan elementos de los quehaceres diarios de la comunidad puneña; y los reemplaza por las intervenciones que lo caracterizan como el engomado de las telas por ejemplo (Servideo, 2009).

Con la transformación que Churba hace a los textiles se puede pensar hasta que punto cuando se utilizan elementos con una fuerte carga histórica, se puede intervenirlos o modificarlos de manera tal que no pierdan la esencia y el significado original que tienen para las comunidades.

Puede suceder que sin embargo haya una aceptación por parte de la comunidad sobre estas modificaciones, como lo explica una de las tejedoras que trabaja con Martín en una nota realizada por la periodista García (2008) en la que relata que al comienzo les costó aceptar las ideas del diseñador y sus ideas. Expresaba que si los diseños eran de ellas no entendía por qué había que intervenirlos con el diseño de otro, pero con el tiempo comprendieron que el diseñador hizo su aporte desde el punto de vista comercial. Asimismo Martín pudo lograr conectar ambos mundos, el moderno y el ancestral, siendo el último una constante fuente de inspiración ya que tiene todos los materiales en el país, sin tener que inspirarse en algo de afuera y lo más importante que es de su propia cultura.

Por más que el método de trabajo del diseñador pueda ser cuestionado en este caso, ambas partes se ayudaron mutuamente. Por un lado el diseñador obtuvo una excelente mano de obra con el aprendizaje e incorporación de técnicas nuevas a su trabajo; y la comunidad sobretodo las tejedoras, lograron que sus productos tengan terminaciones con la calidad necesaria para ser comercializados. Ésto se logró con talleres mensuales de capacitación donde se mejoraron las terminaciones de los trabajos formando así un sistema de trabajo y producción de manera profesional.

Se debe señalar que el diseñador ya ha tenido un acercamiento con otras comunidades aborígenes, donde tanto él como sus colaboradores se instalaron en los asentamientos indígenas de Santiago del Estero y estudiaron tanto sus textiles como los objetos de carpintería. Todos los datos que obtuvieron quedaron plasmados en su colección *Monte*, presentada en el primer desfile que realizó en Japón (Schejman, 2006).

3.2. Marca aborígen

Hasta el momento, se ha analizado cómo, desde la crisis que sufrió el país para el año 2001, la sociedad comenzó a revalorizar lo regional y lo autóctono para hacer frente a un momento de caos e incertidumbre a nivel nacional. De a poco se fue afianzando dicha resignificación en diversas disciplinas y profesionales de diversas áreas comenzaron a emplearla en sus trabajos. Sucede en muchos casos que son las propias comunidades las que se abocan al rescate de los saberes de sus antepasados para que los mismos no se pierdan, haciendo su producción de manera más artesanal y menos difundida al no tener ningún profesional del rubro que intervenga en su labor.

Tal es el caso de la marca *Hijas de la Luna*, fundada a fines de los años 90 cuya dueña y cara visible, Andrea Fuchs y un grupo de tejedoras formaron una cooperativa para mantener viva la producción del textil jujeño como la hacían sus ancestros y resignificar también las prendas típicas de lugar como los ponchos, gorros en punta y las *chuspas* (bolsas para transportar hojas de coca). Fuchs logró rescatar el tejido andino y realizarlo como lo hacían sus antepasados de manera artesanal al producir piezas en telar cuyo hilado es hecho a mano y extraído de los animales de la región con un teñido realizado con plantas autóctonas combinados con diseños precolombinos típicos de su cultura. Asentada en el Pucará de Tilcara en Jujuy, la marca se destacó hasta la actualidad por la producción de diversos productos tejidos de indumentaria, decoración y otros de uso cotidiano para los puneños como los costales, utilizados por los Collas en las llamas para

transportar sal, los cuales las mujeres tomaron y los readaptaron en forma de almohadones (Cambariere, 2003).

Es interesante ver como de a poco se fue formando una red que abarca diversas comunidades indígenas las cuales se han unido, a pesar de tener técnicas y saberes diferentes, para lograr mantener viva su cultura e historia. Quienes valoran sus producciones son los turistas extranjeros, su principal y mayor clientela debido a la habilidad y lo complejo que son estos tejidos de producir donde algunas piezas tardan semanas en realizarse sin ninguna intervención de maquinaria o tecnología más que la mano del hombre. Además se debe resaltar la nobleza de los materiales que son únicos como la lana de oveja, llama o pelo de vicuña, y las fibras naturales al igual que las flores y plantas que se utilizan para el teñido hacen que cada pieza sea inigualable.

Fuchs logró que los trabajos de la cooperativa se comercializaran en Buenos Aires y para el año 1999, crearon junto a la marca infantil *Cheeky* una línea de ponchos para niños. La diseñadora realizó un aporte a los tejidos que las mujeres realizaban al agregarle un buen uso del color, ya que hasta ese entonces predominaban en ellos los colores tierra y bordó. Antes de introducir el color al tejido, realizó una investigación sobre el uso del mismo en la época de la Conquista y el significado que tenían para la sociedad Incaica. Se dio cuenta que colores fuertes como el rojo, amarillo o azul fuerte eran destinados para la nobleza mientras que los más deteriorados y apagados pertenecían a las prendas viejas usadas por las clases más bajas. Para realizar el teñido en el tejido, las mujeres toman recetas ancestrales utilizando mordientes y sales para que el color se fije al mismo. Emplean diversas semillas, pétalos y cortezas de plantas regionales que luego se colocan en ollas de barro a calentar con leña. Este trabajo resulta ser arduo debido a que para teñir 2 kilos de de hilo muchas veces se utilizan 10 kilos de hojas (Cambariere, 2003).

Antes de empezar con el tejido se hace un pequeño ritual, donde el telar siempre se arma al aire libre, se coloca bajo un árbol, cerca del agua y antes de empezar a tejer se le

ofrecen unas hojas de coca a la Pachamama para guiar a la tejedora durante el proceso. El armado de un poncho, por ejemplo, dura aproximadamente veinte días y las terminaciones son siempre las mismas, flecos o pompones siendo éstos últimos muy comunes en el Norte para marcar a las llamas (Lescano, 2004).

Este ejemplo de cooperativa, muestra como no solo profesionales del diseño decidieron rescatar la cultura local frente a un escenario de crisis, sino que las mismas comunidades también quisieron hacerlo a su manera en ciertos casos para mantener vigente sus rituales y creencias con el paso del tiempo. Muchas de ellas lo hicieron como un modo de resistencia cultural en vez de un negocio comercial, ya que al realzar su cultura pudieron salir de un estado de aislamiento y abandono producto del sistema capitalista.

Se debe mencionar que este auge por las culturas de los Pueblos Originarios no solo se dio en Argentina sino que fueron varios países de Latinoamérica quienes lograron rescatarlas en la actualidad. Cada vez más las sociedades latinoamericanas comenzaron a conectarse con su pasado y sus raíces llamando la atención de otros países principalmente europeos que vieron con curiosidad dicho cambio. Tal es así que muchos de los productos típicos de las culturas latinas comenzaron a ser exportados y vendidos en tiendas de las principales ciudades del mundo por su carácter distintivo, artesanal y único. A su vez estos productos son realizados con materiales desconocidos para el extranjero o de una mejor calidad con características exclusivas. El caso de la tejedora puneña Marcia Alanoca, ejemplifica la idea anterior.

Ella comenzó a producir con elementos típicos de su cultura aymará para comercializarlos en el exterior con la ayuda e intermediación de organizaciones de *comercio justo*. Sus creaciones son realizadas con hilos de alpaca, típico de la región de Perú, y toma como fuente de inspiración la naturaleza de la región principalmente la cantuta, flor nacional del país. Sus diseños logran ser vendidos, gracias a organizaciones como *Alpaca Azul* o *Sumaq* en Estados Unidos, Canadá y Europa (Cicero, 2012).

Lo que resulta atractivo de las prendas de Marcia es la calidad del material que es la alpaca proveniente de los camélidos sudamericanos Huacayo o Suri cuya fibra ha sido valorada desde tiempos Pre-Incaicos por la calidad y propiedades del pelo. Al estar en contacto con el cuerpo le proporciona calor, es agradable y suave al tacto muy similar al *cashmere* pero con una diferencia considerable en el precio (Sol Alpaca, s/f).

El caso de Marcia se lo puede asociar con el de las tejedoras de la *Red Puna* anteriormente mencionadas. Muchas mujeres de Perú se abocaron a la elaboración de productos típicos de su región para comercializarlos pero antes recibieron una capacitación y asesoramiento en negocios impulsada por el *International Trade Center* (ITC) que les permitió además la comodidad de trabajar en sus casas (Cisero, 2012). Lo mismo sucedió con las tejedoras jujeñas que recibieron una preparación más profesional para la comercialización y exportación de sus creaciones como así también las terminaciones de las mismas.

La utilización de ciertos materiales para la elaboración de dichos productos es también lo que le resulta atractivo al extranjero, ya que la materia prima se consigue solamente en Latinoamérica y su proceso de obtención se realiza de manera artesanal siendo éste último, en muchos casos, el valor agregado que se le otorga al producto final.

Así trabaja la diseñadora catamarqueña Manuela Rasjido quien tiene su taller en los Valles Calchaquíes desde la década del 70, donde se la reconoce por la producción de ponchos con cortes modernos, vestidos para la noche y abrigos con los colores típicos de los Valles fusionando lo contemporáneo del diseño sin perder la identidad de su cultura. La labor de Manuela comienza con la obtención del vellón, para octubre en tiempo de esquila los lugareños le reservan las ovejas con lana blanca o con tonalidades grises que son más fáciles de teñir. Ella adquiere la lana y la lleva a su taller donde trabaja en conjunto con un grupo de personas que ella misma formó. Allí dos de ellas hilan y tejen para luego sumergir el tejido en grandes pailas con el objetivo de ser teñidos con tintes vegetales y minerales. Cuenta con la ayuda de señoras mayores del lugar que son las

únicas que saben como teñir a la vieja usanza. Su modo de trabajo siempre fue lograr un producto final con identidad pero que a su vez tuviera diseño y calce en el cuerpo. Para lograrlo comenzó a investigar en su pueblo de Santa María que tiene una gran carga cultural con lugares arqueológicos y hallazgos de piezas precolombinas. Éstos funcionan como principal fuente de inspiración para el armado de sus colecciones ya que nunca copió un símbolo o guarda de las mismas. Al querer transmitir con sus diseños la cultura ancestral de los indígenas, Rasjido investigó acerca de las diferentes técnicas de telares, hilados y teñidos, lo mismo para la utilización del color indagando en métodos milenarios de tintura no solo con los vegetales sino con minerales y óxidos extraídos de la montaña (Fernández Irusta, 2013).

Se debe considerar que la manera de producción artesanal como la que utiliza la diseñadora y que tanto auge ha tenido, trajo aparejada una concientización por parte de la industria productiva sobre diversas normas y certificaciones que de a poco han comenzado a emplear. Las mismas fueron creadas para medir el impacto del medio ambiente, la salud de los trabajadores del área, la utilización de determinados elementos en la producción, entre otros (Saulquin, 1999). Muchas veces no es sencillo para la industria que se cumplan durante la elaboración de productos, con los principios ecológicos. Estas cuestiones en la producción artesanal no suceden ya que los materiales empleados son naturales y el procedimiento para lograr un producto final es más corto que si el mismo se realizara de manera masiva.

Al retomar el tema desarrollado anteriormente sobre las sociedades entre un profesional y comunidades indígenas, las mismas abarcan otras disciplinas además de la moda, que se interesan por rescatar lo regional.

Tal es el caso de Andrea Prado con su marca *Pasión Argentina*, donde comercializa piezas de textiles fusionadas con objetos y muebles urbanos encargando los tejidos a comunidades catamarqueñas, Wichis y Diaguitas, quienes envían semanalmente su producción y reciben el dinero en una cuenta bancaria. Su marca es considerada

responsable socialmente, ya que los ingresos que la misma obtiene puedan ser devueltos a las comunidades. Su principal elemento en sus trabajos son los tejidos y las tejedoras que lo realizan donde se trata de unir lo precolombino con el diseño contemporáneo. La idea de su marca, nació al haber visitado una comunidad Wichi donde Prado se quedó asombrada por lo complejo de sus textiles pero horrorizada por las condiciones en las que vivían. Además eran estafados en el intercambio de sus productos por ende decidió hacer algo para ayudarlos. Su marca tuvo tanto éxito que los productos se comercializan actualmente en varios países de Europa interesados no solo por la calidad de los mismos, sino por el aspecto social que involucra a la marca. Las comunidades, al trabajar mancomunadamente con empresarios ya establecidos en el mercado, se ven beneficiadas en varios aspectos principalmente el económico ya que comienzan a mejorar su calidad de vida, logran una independencia económica y llegan a tener algunos pequeños ahorros. Pero la confianza para ellos es un tema delicado, al comienzo suelen ser reservados para transmitir sus conocimientos o para adentrarse en el mundo del comercio, esto es algo comprensible si uno se remonta a su pasado. A pesar de ello, el rescate de lo artesanal y lo regional, al estar tan de moda lo indígena, está más relacionado a una resistencia que a un emprendimiento comercial, debido que al reforzar la propia cultura se puede salir de la marginación y la pobreza a la cual han sido condenados (Ahlgrimm, 2004).

3.3. Análisis de caso

Con el objetivo de analizar si la tendencia relacionada a la utilización de recursos étnicos en la moda ha crecido en estos últimos 3 años, se procedió a un análisis de corpus en este caso de la revista especializada en moda *Para Ti*. El fin de dicho análisis fue verificar cómo las marcas de moda nacionales han ido construyendo el concepto étnico desde el punto de vista simbólico, es decir a través de diferentes estilismos. Se escogió dicha revista, ya que es el referente en el sector de la moda y la más emblemática del país con

una continuidad de 90 años de ediciones ininterrumpidas. Se seleccionará la edición especial de colecciones debido a la gran variedad y cantidad de publicaciones y producciones de moda que la revista presenta por cada nueva temporada. Se tomaron las ediciones de invierno 2010 y 2013 para comprobar si el objetivo principal a analizar mantiene su continuidad a través de estos años. El intervalo entre ambas ediciones, se realizó para observar qué sucedió con la tendencia en dicho lapso de tiempo, si hubo cambios o una evolución o involución de la misma.

Para llevarlo a cabo, se realizó una interpretación personal sobre lo que es el estilismo étnico en cuestión. En este caso esta compuesto por los conceptos de estampas, textura y color. Éstos son tomados ya que posteriormente se procederá al análisis de tres etnias nacionales que se caracterizan por tener dichos recursos a nivel textil e indumentaria.

Una de las escogidas es la comunidad Wichí que se caracteriza por tener en sus textiles teñidos como el marrón, rojo, negro y gris principalmente ya que al estar en constante contacto con la naturaleza por la zona selvática donde habitaban y ser un pueblo que practicaba la horticultura y la recolección de frutos, los recursos tintóreos los han extraído de dicho entorno (Fiadone, 2005).

Bajo la idea de estampa, se analizará los diseños geométricos de la comunidad Mapuche ya que en sus artesanías y tejidos haya presencia de dicho recurso como adorno, para mostrar su la posición jerárquica que la persona tenía, para diferenciarse del sexo opuesto, entre otras cuestiones (Alvarado, 1998).

Finalmente la comunidad Ona será abordada desde el recurso de la textura ya que al ser una etnia que habitó el sur argentino, su vestimenta tenía gran presencia de pelo de animal para protegerse del frío.

Las variables que se analizaron fueron estilismo y étnico. En cuanto a estilismo, es una manera de juntar prendas y accesorios para que se muestren atractivos con el objetivo de venderlos. Los estilismos pueden ser realizados únicamente con prendas o agrupando

otros productos que demuestren una gama de color o coherencia al unirlos (Buckley Mc Assey, 2011).

En el caso de la variable étnico, es un adjetivo comúnmente usado por diseñadores de moda para calificar a prendas inspiradas en atuendos indígenas de Sudamérica, África, Próximo y Lejano Oriente, islas del Pacífico, entre otros. (Boucher, 2009).

Tabla 1: Análisis de la Revista *Para Ti* edición 2010.

Año	Estampa	Color	Textura
2010	3	9	2
Producciones totales:			30
Producciones con estilismo étnico			4
Total de la revista con producciones étnicas:			13,33%
Campañas Totales			200
Campañas con estilismo étnico			0
Total de la revista con campaña de inspiración étnica:			0%

Elaboración propia.

Tabla 2: Análisis de la Revista *Para Ti*, edición 2013.

Año	Estampa	Color	Textura
2013	14	26	5
Producciones totales:			50
Producciones con estilismo étnico			8
Total de la revista con producciones étnicas:			16%
Campañas Totales			300
Campañas con estilismo étnico			7
Total de la revista con campaña de inspiración étnica:			2.33%

Elaboración propia.

Según los datos de los cuadros anteriores, se puede analizar que en el año 2010 la tendencia no estaba tan presente en las marcas ya que no hay ninguna campaña que presente los recursos analizados previamente (0%). Además, tan solo unas pocas producciones de moda tienen estos conceptos de estampa, textura y color en su estilismo (13.33%).

Pasados dos años, es otro el análisis ya que hay marcas que realizaron campañas con dicho estilismo (2.33%) a diferencia de datos anteriores donde no había presencia de dicha variable. A pesar de este número la diferencia no es tan amplia. Si lo es en el caso de las producciones, ya que varias de ellas utilizaron dichos recursos (16%).

Luego de este análisis, se puede observar que la tendencia fue creciendo paulatinamente estos años llegando a tener más presencia en los medios, aunque todavía las marcas no plasman una imagen de campaña fuerte con dichos recursos, prefieren que sus prendas se mimeticen con otras en las producciones de moda.

Para finalizar, se puede concluir que en los últimos 40 años ha habido una revalorización de la cultura regional principalmente en Latinoamérica donde a través de diversas formas se retomaron usos, costumbres y elementos propios de los antepasados. Mientras el consumo exacerbado llevó a la saturación y homogeneización de productos, surgió la necesidad de algo nuevo y distinto frente al avance industrial y las tendencias masivas.

Con el desarrollo de los grandes emporios empresariales presentes en todo el mundo y sus excesivos presupuestos destinados a saturar de información a las sociedades, comenzó una contra-respuesta valorizando lo regional y artesanal en relación a las investigaciones y búsquedas locales (Saulquin, 2006).

Esta revalorización cultural tomó como eje principal las culturas indígenas de la región, siendo éstas muy utilizadas en la Argentina y en otros países de Latinoamérica con una fuerte herencia aborigen. Ya sea de la mano de un diseñador o de las propias comunidades, saberes y costumbres característicos de los Pueblos Originarios se representaron por medio de las propias técnicas ancestrales de producción artesanal y de los símbolos y diseños característicos de cada cultura en particular. Todos estos elementos han tenido un significado para las comunidades por ende se deben conocer en profundidad y ser empleados con respeto a la hora de utilizarlos para que no sean un simple objeto o dibujo que se incluye en una prenda por estar de moda.

Capítulo 4: Simbologías y significados textiles

Como se analizó en los capítulos anteriores, ha surgido una resignificación por parte de la sociedad respecto de las culturas originarias. Una de las principales causas es el actual escenario a nivel mundial donde prima el consumo en exceso impulsado, entre otras cosas, por corporaciones que invierten enormes presupuestos en ofrecer a las personas productos que son adquiridos y cambiados rápidamente por otros. Éstos son, a su vez, producidos de manera masiva y homogénea sin diferenciación alguna donde se valora su apariencia exterior más que el producto en sí mismo. Frente a dicha situación, la sociedad ha comenzado a buscar en las culturas regionales, la individualidad y la diferenciación como contrapunto a un mundo globalizado y homogéneo. Ésto se da a través de un acercamiento a los saberes ancestrales y a la reivindicación de todo lo relacionado con lo nativo principalmente en Latinoamérica siendo una región con una fuerte impronta aborígen. Muchos profesionales de diversas disciplinas han tomado elementos particulares de diferentes étnias y las incorporaron en sus respectivos trabajos para generar un producto con características nuevas, originales y no exploradas hasta el momento.

El rescate de las culturas del continente, es una valorización histórica de las producciones de los antepasados como manifestaciones artísticas que han perdurado en el tiempo y forman parte del patrimonio cultural de América Latina. Se debe tratar de no abusar de dicha resignificación en el sentido de utilizar de manera excesiva la reproducción de símbolos u otros elementos por el simple hecho de que es una tendencia que esta en auge en este momento (Accornero, 2007). Conocer el verdadero significado de dichos elementos propios de una cultura, es la correcta revalorización y rescate de la misma.

En el caso de Argentina, no se conocen todavía con exactitud el concepto de los símbolos empleados por los indígenas, pero la utilización de figuras en diferentes objetos reiteradas veces deduce el empleo de ciertos signos específicos para comunicar ideas

concretas. A esto se le debe agregar que las culturas de los Pueblos Originarios argentinos estuvieron dentro de la cultura global de América Latina, por lo cual muchos símbolos solían repetirse entre las diferentes comunidades del continente (Fiadone, 2006).

Debido a la cantidad de etnias que poblaron la Argentina y para lograr un análisis más completo y específico sobre su cultura, se analizarán tres de las mismas que unan el norte, centro y sur del país. En este caso se escogió a la comunidad Wichí, Mapuche y Ona.

4.1-El color como protagonista (Wichís)

Al realizar una primera aproximación sobre la comunidad, se denomina Wichí a las personas que hablan los diferentes idiomas Wichí, (*Wichi-Ilmates*) una lengua sudamericana que pertenece a la lengua *matako-maká* (Masón ,1950). Su territorio abarcó inicialmente el oeste de la provincia de Formosa, noroeste de Chaco, este de Salta y el sudoeste de Jujuy. Fue un pueblo que habitó principalmente los bosques y se dedicó a la caza, recolección de frutos y la pesca. En cuanto a la organización de las tareas cotidianas, existió una acentuada división del trabajo por género, donde la alfarería realizada en barro y el enlazado de *yicas* (típicos bolsos Wichís) eran tareas femeninas. Ambas actividades estuvieron relacionadas, no solo por ser realizadas por mujeres sino por crear un objeto contenedor al manipular materia prima por medio de movimientos circulares. Fabricar uno de esos bolsos consta de un proceso largo y complejo, se deben seguir una serie de pasos y gestos tradicionales que deben ser realizados en días, lugares y condiciones especiales a modo de ritual. Se obtienen diversos tipos de bolsos, donde las categorías son internas dentro de la comunidad, es decir las que no son comercializadas son los bolsos cuadrangulares enlazados y otros con forma de hamaca. Actualmente en algunas localidades de Formosa, muchas mujeres adultas siguen

fabricando dichos bolsos de manera tradicional al igual que los *cacharros* aunque éstos últimos no tan asiduamente como las *yicas* (Montani, 2008).

En cuanto a los textiles utilizados por dicha comunidad, la información es escasa pero se destacar el uso del *chaguar* para la fabricación de los mismos así como de otros objetos tejidos. El *chaguar* es una planta alimenticia de fibra textil que se encuentra en el actual territorio del chaco salteño y que ha sido usado desde los inicios por los Wichís. De por sí tanto el cultivo como el proceso de producción de la planta ha sido hasta la actualidad una actividad netamente femenina. Reunidas en pequeños grupos las mujeres salen al monte a cosechar la planta, desfibran la hoja, la hilan para formar la materia prima la tejen y tiñen de manera artesanal (ver figura 1, Cuerpo C). La fibra se limpia y se deja secar al sol casi dos días, para comenzar luego con el hilado al unir hebras que se tuercen utilizando las manos. Luego que la fibra está hilada se forman ovillos que se tiñen de diversos colores producto de frutos y plantas que la naturaleza les brinda dando como resultado tintes en la gama de los negros, grises, y marrones. A dicha paleta de color, se le suma el hilo natural o blanco comúnmente llamado *pelaj* mientras que otras telas de *chaguar* poseen un color anaranjado. En el caso del rojo y el azul suelen ser utilizados aunque no asiduamente están presentes (Von Koschitzky, 1992). Los colores mencionados muestran una paleta de color oscura y apagada, muy probablemente por la presencia de ciertos elementos naturales que existen en la zona.

Al ser un pueblo semi-nómada, necesitaban de algún elemento que pudiera contener sus pertenencias y las piezas recolectadas en la caza, de ahí surgen bolsos rectangulares (*yicas*) tejidos con *chaguar*. Cada diseño tiene su propio nombre y su significado dependerá tanto la forma como el color en cuestión. Siempre primó el geometrismo en los diseños al estar asociados con elementos afines al entorno natural en el que convivían como frutos, manchas de felinos y sus pisadas, patas, orejas, escamas, etc. Para ellos lo que más se utilizaba eran las líneas rectas o una sucesión de escalonados. En cuanto a los tejidos Wichís empleados como textiles, eran también realizados con fibras vegetales

resistentes y elásticas cuya función era doble, por un lado de protección debido a que preservaban el cuerpo de laceraciones que podrían llegar a sufrir en el bosque y por otro simbólica, ya que cada pieza tenía un diferente significado. Comúnmente utilizaban faldas para todos los días y camisetas que se empleaban para ocasiones especiales como las guerras o cacerías (Fiadone, 2006).

Respecto al proceso de teñido, forma parte también del trabajo de las recolectoras del *chaguar* quienes buscan elementos naturales del lugar como puede ser leña, pedazos de madera, cortezas de tallos, frutos, hojas, resinas entre otros. Cada uno de ellos dará un color diferente, aunque previamente han tenido un tratamiento especial de secado o molienda dependiendo el mismo (ver figura 2, Cuerpo C). Lo que se tiñe son los hilos ya terminados no las fibras porque los productos finales pueden llegar a decolorarse. Además en muchos casos, se suelen utilizar mordientes o modificadores del color que suelen ser barro o cenizas. De acuerdo el material que se emplee, se logran tintes con diferentes intensidades y tonalidades que serán distintos de los empleados con algún mordiente (Arenas y Suarez, 2012).

Se debe mencionar que los datos sobre el color en los textiles Wichís son escasos, en este caso la información utilizada es sobre una investigación etnobotánica realizada por la *Sociedad Argentina de Botánica (SAB)*, en diversos asentamientos Wichís de las provincias de Salta y Formosa con entrevistas y observaciones directas durante el proceso tintóreo por parte de las mujeres del lugar.

Como se mencionó anteriormente, la paleta de color utilizada por la comunidad es en su mayoría oscura sin algún color que se resalte siendo en general homogénea.

Del Quebracho colorado o *Chyelhyuk* en idioma Wichí se obtiene un marrón rojizo o rojo dependiendo de la cantidad que se utilice al extraer la madera o la resina. Para obtener colores de la misma gama, también se suelen emplear la corteza del *Lapacho*, la cual da un tinte más rojizo, mientras que de la corteza del tallo o raíz de la *Tusca* también se obtienen marrones rojizos.

En cuanto a las variedades de amarillos, éstos se obtienen de las hojas del *Ancoche*, una variedad más intensa mientras que con su corteza se logran colores *beige* o marrones claros. De la especie denominada *Abreboca*, se consiguen tanto con sus hojas como con su corteza, colores que varían desde el amarillo al anaranjado. Lo mismo sucede con la *Oreja de Palo* y con la corteza del *Duraznillo*. Para la gama de grises y negros, de la madera del *Palo Azul* se obtiene un negro intenso, mientras que del fruto del *Guayacán* o *Wo'yoyuk* se logra un color negro grisáceo hasta un azulado. Del *Algarrobo negro*, tanto de su corteza de raíz como de la raíz misma, se obtiene un negro claro mientras que del *Palo Mataco* o *Inokw* se obtiene un tinte negro intenso. Finalmente para lograr otros colores no tan recurrentes en los trabajos de los Wichís, se de mencionar los azules verdosos extraídos del *Palo Santo* así como el anteriormente mencionado *Guayacán*, del cual se obtiene de sus frutos, azules de una tonalidad más clara a oscura (Arenas y Suárez, 2012).

Aquí solamente se mencionan algunas de las especies utilizadas para el teñido, si bien la lista es más extensa se tomaron los principales recursos naturales para que abarquen la mayor gama de colores posibles. Todos los elementos utilizados son característicos de la zona los cuales, en algunos casos, no sólo se utilizan para el teñido sino para realizar otros trabajos como en madera, tarea realizada por los hombres. De las semillas de los árboles y sus ramas, las mujeres producen diversos objetos como collares, cinturones y otros ornamentos entrelazados con el *chaguar* para brindarle resistencia al producto.

El tratamiento de la fibra vegetal y la elaboración de las mallas de telas según Von Koschitzky (1992) estaban directamente relacionados con el ciclo de vida de la mujer especialmente en la relación entre una abuela y su nieta siendo la primera su mentora en el arte de hilar. Cuando la mujer elegía a su compañero de vida, le obsequiaba un *hilu*, un bolso tejido por ella con un dibujo único realizado solamente para su futuro marido. Dicho ciclo se cerraba cuando la mujer se convertía en abuela para transformarse en la persona

de confianza y maestra de su nieta, finalmente cuando una mujer fallecía se la sepultaba con sus instrumentos de hilado.

4.2-Rústica estampa (Mapuches)

Como el objetivo de este punto es analizar a la comunidad desde el punto de vista textil no se realizará una descripción extensa de la misma, sino mencionar algunos datos para realizar una aproximación general.

El significado de la palabra mapuche es *gente de la tierra, nativo*. Si bien esta denominación es general son también llamados *Araucanos*, que fue el nombre que les dio el hombre blanco cuando llegó a América o que en muchos casos se utiliza para nombrar al mapuche que habitó en el sur del actual territorio chileno. En cuanto a su distribución geográfica abundan las teorías acerca de su verdadera ubicación, la más difundida abarca el sur de Chile y luego su expansión por la actual Patagonia argentina llegando al norte de Cuyo, sur de la provincia de Córdoba, Santa Fe y toda la provincia de Buenos Aires. Su economía se basaba en la caza principalmente, junto con la recolección de frutos que les brindaba su entorno natural y el trabajo de la tierra. Siempre los grandes asentamientos se situaban en extensas áreas de recolección, de hecho los conquistadores intentaron instalar allí sus ciudades o construir fuertes en busca de minas o lavaderos de oro y mano de obra para producción (Lobos, 2008).

En cuanto a su organización social, estaban bajo el mandato de un cacique o *lonco*, vivían en comunidades de familias, donde el hombre podía tener varias esposas pero solo los de clase social más alta debido a que en el momento de la unión, el hombre debía pagarle al padre de la mujer generalmente con ganado, tejidos o platería. Mientras que el hombre se ocupaba del ganado, la mujer se quedaba en la casa ocupándose de los hijos, tejiendo o recolectando leña y frutos (Espósito, 2008).

Debido a la gran cantidad de símbolos que utilizaban los Mapuches en sus tejidos para representar la flora, fauna, sus dioses entre otras características propias de su cultura,

solamente se tomarán algunos casos que se consideren los más representativos y relevantes para poder aplicarlo a la línea de prendas final.

El uso del textil para los Mapuches fue muy importante más allá de la función práctica, ya que por más que hubiera diversas tipologías de tejidos (mantas, fajas, vinchas, etc.) todas eran funcionales y realizadas con los mismos materiales. Lo que variaba era la simbología y eso las hacía únicas y diferentes entre sí por su variedad de formas y colores. Un textil mapuche debía ser pensado antes de ser realizado desde su punto de vista simbólico y funcional. Su textilería agrupa diversos conocimientos complejos en varios planos, donde primeramente se reúnen todas las técnicas relacionadas a la manufactura. Luego se encuentran los contenidos culturales propios que se comunican mediante sus símbolos y por último la visión estética que poseen para cada trabajo. El textil y la mujer mapuche tuvieron desde siempre una conexión especial ya que era ella la única que se encargaba de diseñarlo y confeccionarlo. Si bien todas las mujeres de la comunidad tejían, no muchas sabían su verdadero significado ya que diversos códigos simbólicos eran concebidos solamente a las más virtuosas. El resto simplemente los copiaba de manera sistemática debido a que los tejidos luego eran exhibidos socialmente (Mege Rosso, 1990).

Lo que más se debe destacar de la industria mapuche es tanto el uso del textil como la platería, siendo famosos sus ponchos y mantas, no sólo por su resistencia e impermeabilidad, sino como objetos de comercio e intercambio en la cordillera. Los tejidos eran realizados en telares sin tener a la vista el diseño ya que las mujeres se lo debían aprender de memoria, al ser éstos generalmente geométricos y escalonados. Un diseño utilizado frecuentemente es la denominada *cruz pampa* aunque también solían incluir dibujos de animales o flores pero siempre con la característica del geometrismo (Lobos, 2008).

La aplicación de dichos diseños se realizaban en prendas como ponchos o peleros donde la tejedora repartía los motivos de manera tal para diferenciar la ocasión de uso y el

estrato social al cual pertenecía su portador. Los más recurrentes eran plantas, animales, figuras fantásticas y las figuras geométricas previamente mencionadas organizadas de manera esquemática sobre la superficie del tejido (Alvarado, 1998).

Inicialmente los materiales utilizados eran lana de camélidos teñidos de manera natural con colorantes de origen vegetal y mineral, pero la incorporación de la oveja traída por los conquistadores devino en cambios con todo el sistema de producción textil. El hecho de poder criar sus propios animales que le proveían de la materia prima necesaria, le dio nuevas oportunidades de desarrollo a la comunidad para la elaboración de textiles con procesos de elaboración más sencillos y prácticos. La producción de tejido se utilizaba principalmente tanto para prendas de vestir, artefactos de la casa, como para las monturas de caballos (Alvarado, 1999). Cada símbolo y su correspondiente utilización dependían de las tipologías en las que se aplicara, pero aún sin conocer el significado de los mismos dentro del tejido, se puede decir mucho tan solo por la calidad de su materia prima empleada.

En cuanto a indumentaria se debe encontrar la faja como sostén de prendas cuyos colores y diseños poseen una gran carga simbólica al estar relacionada con los ciclos de vida de la mujer o acontecimientos especiales en la vida del hombre. En relación a su diseño general es siempre en sentido horizontal donde debe haber un borde y un centro, el primero se emplean formas geométricas mientras que en el segundo predominan figuras propias de su cultura de manera seriada (ver figura 3, Cuerpo C). Cada parte de la composición debe tener el mismo color y símbolos específicos de acuerdo a quien lo use. Por ejemplo el diseño central del *trarúwe* (utilizadas únicamente por las mujeres fértiles) representa a un hombre o mujer arrodillado (*lukutuel*) en actitud ceremonial. Es una figura antropomorfa, con rasgos humanos pero también vegetales. Luego hay un cambio de figura dentro del diseño de la faja que simboliza al árbol *temu*, el cual posee poderes mágicos cerca de las aguas y la flor denominada *rayen*. Ésta última representa a todas las especies sin distinción alguna. Se la simboliza con el capullo de la misma en la parte

superior, el tallo realizado con líneas oblicuas estando una de ellas desviada y con pequeño brote en el extremo. Las mantas o *makuñ* utilizadas exclusivamente por los hombres cumplían una doble función ya que algunas se usaban para cubrir únicamente, mientras que otras transmitían un significado. Mediante los diseños se podía deducir la clase social a la que pertenecía su portador, si tenía una o varias mujeres e incluso a que zona pertenecía si era del valle, de la precordillera o trasandino. Los diseños incluían al *arrayán*, símbolo masculino por sus ramas torcidas y el *wirim* o sendero que adquiere la forma de líneas escalonadas que representan el camino que transita la vida de la persona (Mege Rosso, 1999).

Todas las representaciones eran realizadas en forma geométrica mediante la técnica de la *desarticulación* que consiste en pasar las formas tridimensionales a planas o bidimensionales. En el caso de las fajas masculinas, eran más sencillas y no tan resistentes como las de las mujeres. Las figuras del *Wirim* o *hui* anteriormente mencionadas, son fajas de diversos colores construidas por franjas o bandas en sentido vertical que representan los senderos de la vida de su portador. Tiene bordes imperfectos ya que no representa caminos realizados por el hombre sino sendas naturales con accidentes geográficos. Existe otro tipo de *wirim* que se aplica a los ponchos masculinos donde se toma al símbolo *praprawe* (el cual analizará más adelante) como principal referencia y se construye el diseño de forma escalonada. Su significado se relaciona con el éxito personal y un acercamiento a las franjas cósmicas más elevadas (Fiadone, 2007). Hasta el momento todos los diseños descritos sobresalen por su geometrismo, en relación a este tipo de símbolos se deben mencionar las imágenes o figuras escalonadas. La principal diferencia entre los *wirim* y estas figuras, es que las primeras forman una franja vertical con bandas o líneas que no se tocan, mientras que las escalonadas ocupan grandes superficies sin la delimitación propia de las franjas. Además los diseños encadenados están relacionados a cuestiones genealógicas mientras que los *wirim* son temas más personales. El origen de los diseños encadenados se les atribuye a los

antepasados de la comunidad quienes fueron los fundadores de las primeras familias. Cada uno de ellos tomó algunos símbolos rupestres como propios del linaje y lo aplicaron primeramente en mantos de cuero para diferenciar un clan de otro y posteriormente a los textiles utilizados por todos los miembros de la comunidad. En dichos diseños predominaban imágenes laberínticas con figuras en forma de cruz y antropomorfas que indicaban el camino que debían seguir los espíritus para alcanzar su última morada (Casamiquela, 1987).

Dicho concepto fue común en los pueblos indígenas de Centroamérica donde aparecen símbolos parecidos en la indumentaria con un significado similar, asociado al poder de ciertas personas dentro de las comunidades. Una de las tantas variedades de diseños encadenados, es la denominada *cruz Pampa* muy popularizada en la actualidad y utilizada por las personas del campo, cuyo origen fue la unión o conjunción de gran cantidad de motivos encadenados producto de la unificación de diversas culturas. Es decir que al tomar como punto de partida significados semejantes, ya sea una persona con poder o miembro de alguna estirpe, se llegó a un significado único bajo la idea de *persona importante* (ver figura 4, Cuerpo C). Como resultado de una propagación de símbolos utilizados tanto por indígenas como por criollos, el diseño encadenado terminó siendo utilizado como un elemento estético en toda la región patagónica. El fin principal de la *cruz Pampa* fue resaltar una cultura definida como la pampeana pero que a su vez fusionaba elementos indígenas con hispanos y criollos (Fiadone, 2007).

Se destaca este símbolo como uno de los pocos que ha perdurado dentro de la cultura de la sociedad ya que ha sido utilizado asiduamente sobretodo en atuendos del campo, lo cual ayudó a que estuviera siempre en la mente de las personas y lo relacionaran con la cultura nacional.

Al retomar la idea de los diseños encadenados, dentro de dicha clasificación se debe señalar la figura cruciforme denominada *chertejen*, una cruz que se reitera vertical y horizontalmente generando un entramado de formas comparadas con las antropomorfas.

Era un signo superior a los usados como distintivo familiar pero que se complementaba como emblema de poder y mando diferenciando a las personas de más autoridad dentro de los clanes. Puede que a partir del *chertejen* haya existido un tipo específico de poncho con diseños cruciformes que estuvieran reservados únicamente para los caciques u hombres sabios de los diversos clanes (Echeverría Baleta, 2005).

Otros dibujos realizados por las tejedoras eran simples franjas de color algunas más o menos anchas siendo la única decoración de los *pontros*, mantas que servían simplemente para abrigar. Ya en un estadio más elaborado de diseño se encontraban las *lamas*, unas mantas o alfombras utilizadas por cualquier miembro de la comunidad, por ende las temáticas plasmadas en sus símbolos eran generales. En cuanto al diseño por ejemplo predominaban elementos simbólicos básicos con líneas paralelas en toda la base, líneas en zig-zag a lo largo, complementadas con triángulos y cruces en algunos casos o rematadas con alguna figura de forma vegetal que se repetían. En el caso recién mencionado las paralelas representaban la tierra, las zig-zag remitían a las venas y los triángulos a los corazones que simbolizaban a un hombre o mujer. Los dibujos realizados por las tejedoras brindaban información y saberes a través de las *lamas* para ser transmitidos socialmente. En el ejemplo anterior se logra interpretar conocimientos o recetas medicinales, todo esto a través de las leves decodificaciones que logra tener la pieza. Entre la variedad de tipologías que utilizaban los mapuches había un accesorio tejido que utilizaban los jinetes a modo de alforja para llevar sus pertenencias en los viajes denominada *kutama*. Los diseños utilizados en dichas bolsas eran meramente decorativos sin el objetivo de transmitir un mensaje específico. Se destacaron por su geométismo con representaciones variadas ya sean lineales o encadenadas (Erize, 1990).

Al continuar con la descripción de diseños geométricos, se encuentra la *huilloz*, un espiral que se encierra en si mismo. Si bien la forma original era circular, resultaba difícil de plasmar con el tejido por eso se adaptó de manera rectangular (ver figura 5, Cuerpo C).

Al aparecer se solía colocar a ambos lados de la cabeza de *lukutuel* en las fajas ceremoniales masculinas con diferentes variantes y combinaciones. Su representación es el camino utilizado por los místicos para viajar al más allá por un camino lleno de dificultades y aciertos.

Otro signo que representa el camino para la elevación a un plano espiritual es el *praprawe* con una forma al igual que las demás puramente geométrica y balanceada. Era comúnmente aplicada en fajas utilizadas para diferentes rituales y ceremonias donde se logra acceder al cosmos en distintos niveles simbolizados en este caso por los escalones del signo (Casamiquela, 1988).

Para finalizar se deben rescatar algunas figuras varias que manifestaban ideas generales o que servían de complemento junto con otros diseños para expresar mensajes más concretos. Su significado varía ya que al haberse perdido el verdadero origen se les otorga uno nuevo, ya sea por una similitud o comparación con otras figuras de objetos o seres que compartan características similares. Entre la variedad que existen se mencionan las más comunes como las figuras *dentadas* mencionadas por los propios mapuches como pan de azúcar ya que parecen pequeños cuadrados de azúcar juntos, es un dibujo sencillo de realizar siendo el primero que las tejedoras experimentadas les enseñaban a las aprendices. Las cruces son otro tipo de figuras relacionadas al centro de *Mapu*, lugar donde se asienta la comunidad y se representaban con una cruz y un cuadrado en el medio a modo de escalonado. Otros símbolos comúnmente usados eran los ondulados y zig-zag ambos relacionados al pasaje entre los niveles cósmicos sea el natural y el sobrenatural. Este estilo de diseños era empleado en las fajas femeninas en toda su superficie para representar los linajes de cada familia (Fiadone, 2007).

Se resalta la utilización de la faja como un accesorio común para ambos sexos al ser uno de los pocos objetos que logra poner a la par tanto al hombre como a la mujer. Un hecho interesante de acentuar dado que siempre se ha realzado la figura masculina en las comunidades por sobre la mujer.

Las líneas oblicuas o *wisiwel* eran también utilizadas tanto en fajas como en ponchos pero su ejecución era dificultosa. Entre ellas se encuentran los triángulos con sus vértices enfrentados que representaban las estrellas. La disposición de los mismos tenía la forma de un reloj de arena de los cuales salían agregados de rectángulos horizontales. Estas figuras tenían una gran similitud a algunas cerámicas de las culturas del noroeste argentino (Magrassi, 1986).

Las figuras de los rombos con un vértice más largo que otro han sido comunes en los diseños mapuches, es un dibujo de geometría simple pero con numerosos significados ya que de acuerdo a como se dispusieran en la tela variaban tanto las formas como su concepto. Éstas podían ser cabezas de guanaco u ojos de serpientes entre otras donde su aplicación se daba en la decoración de textiles y cueros. Dentro de la categoría de los rombos, se encuentran las que tenían *patas*, que representaban a las arañas haciendo alusión a una leyenda mapuche sobre el origen de las mujeres teleras e hilanderas (Casamiquela, 1987).

4.3-Sensaciones táctiles (Onas)

Antes de comenzar con el debido análisis, se debe destacar que el nombre propio de dicha etnia no es Ona sino Selk´nam. Ésto se debe a un malentendido que se dio a través de la historia donde el significado de la palabra ona es *norte*, la cual era una expresión utilizada por los Yamana, vecinos de los Onas. Ellos llamaban a la Isla Grande *Ona-sin*, que significaba *Norte -País* como así también al Canal Beagle, *Norte –canal*. El misionero inglés Thomas Bridges, al haber convivido con los Yamaná, se referían a los Selk´nam como Onas y desde ese entonces dicha palabra se aceptó como su nombre. En relación al entorno geográfico que habitaron fue el archipiélago fueguino donde predominaban gran cantidad de islas e islotes muchos formados únicamente de piedra. El territorio abarcaba tanto bosques como playas con una predominación de fauna marítima como ballenas, focas, pingüinos y peces al estar rodeados de agua. Con un clima

inhóspito con fuertes nevadas y vientos, los Onas habitaron casi todo el territorio de la actual provincia de Tierra del Fuego tomando también parte del territorio chileno. El estilo de vida que llevaban, es considerado el más antiguo de la humanidad, el de la era de piedra. Se caracterizaban por ser cazadores principalmente, aunque también recolectaban lo que el entorno natural les proveía. Como tantos otros grupos indígenas, sufrieron la colonización del hombre blanco que llegó en las últimas décadas del siglo XIX y la primera del XX. Muchos de ellos murieron a causa de las enfermedades traídas por los europeos como la tuberculosis o sarampión mientras que otros los embarcaron y se los llevaron de vuelta a Europa para su venta como esclavos (Chapman, 2002).

Ya a partir del siglo XVI varios navíos europeos comenzaron a recorrer las costas del sur donde asesinaron a miles de ballenas, lobos marinos, pingüinos y otras especies para comercializar aceites y pieles. También robaron hombres jóvenes y mujeres a pesar de la amabilidad de los Onas al ayudarlos en naufragios o a construir nuevos navíos. Cada hombre era el jefe de la familia, conformaban grupos de entre 12 y 40 personas donde había una gran libertad e igualdad en las normas pero eso no significaba que cada miembro del grupo hiciera lo que quisiera. Las leyes no estaban escritas pero se sabían y respetaban. Sus viviendas eran precarias, las construían en la tierra con ramas puestas en forma de cúpula y cubrían con pasto, barro y cuero de foca. Dormían sobre un cúmulo de hierbas todos juntos con sus perros para preservar el calor. Las de mayor envergadura eran las denominadas *marna* o grandes cabañas que se utilizaban para ceremonias como la iniciación de jóvenes quienes tenían su cuerpo pintados de blanco y negro con líneas y puntos (Magrassi, 1989).

En cuanto a su organización social era sencilla, no constituían grandes grupos para formar tribus ni siquiera tenían un jefe o una persona que representara una autoridad para ellos mas que el hombre a cargo de cada clan. Lo mismo sucedía con sus moradas ya que no vivían en un sitio constantemente o por largos períodos de tiempo. Era una raza nómada que siempre estaba en movimiento al vivir de la caza y la pesca por ende

no tenían afianzado un sentimiento o apego a la tierra en la que habitaban. Esto también se debía a lo escaso de los recursos que el entorno les proveía para alimentarse, razón por la cual debían buscar constantemente nuevos lugares. Pasaban poco tiempo en sus asentamientos y se movían gran cantidad de veces al año (Gallardo, 1910).

Es importante destacar el entorno natural en el que habitaban los Onas, debido a que son factores condicionantes para el uso de la indumentaria. Más allá de la función simbólica que la misma puede llegar a tener para otras comunidades, como lo fue para los Mapuches por ejemplo con una gran carga simbólica en sus atuendos, en este caso en particular las prendas eran funcionales donde cumplían la función de protección. La simbología que tenían, era representada en los rituales y ceremonias que realizaban.

Tierra del Fuego se caracteriza por un clima muy frío con fuertes vientos que se acentúan sobretodo en verano sumado a las fuertes lluvias que ocurren en la misma época del año. En invierno es azotada por grandes tormentas de nieve, generando así un clima húmedo. Al encontrarse ubicada en el extremo sur del continente americano, tiene contacto con dos aguas de océanos, por ende posee un clima oceánico donde las diferencias entre el verano y el invierno no son tan acentuadas. Lo que se resalta es que en verano hay mayor cantidad de recursos naturales para ser utilizados como alimentos ya sean plantas o aves, pero el clima y la temperatura anual no varían demasiado. Al sur se ubicaban los cazadores marítimos llamados *canoeros* mientras que al norte estaban los cazadores-recolectores terrestres que utilizaban como área de caza estepas, parques y bosques (Borrero, 2007).

Teniendo en cuenta el entorno natural hostil con el que convivían, las prendas que debían utilizar tenían que ser fuertes, robustas, de textura suave y abrigada para proteger y aislar sus cuerpos del frío, siendo éste último recurso el que se analizará desde el punto de vista textil e indumentaria.

Se debe considerar sin embargo que las prendas utilizadas por los Onas, no son consideradas como indumentaria ya que su función de protección es parcial, al estar los

cueros colgando tan solo del hombro y después todo suelto, lo cual permite que el frío ingrese al cuerpo dejando pocas partes aisladas (Gusinde, 1982).

En cuanto a los cazadores marítimos, utilizaban tanto para pescar como para trasladarse el *anam*, una canoa confeccionada por cortezas de *lenga*, las cuales eran manejadas por las mujeres. Ellas remaban y nadaban mientras que los hombres iban en la proa en busca de la comida. Para combatir el frío estando en el mar cubrían su cuerpo con aceite y grasa animal, las mujeres por su parte utilizaban un cubre sexo de piel de ave. Cuando el clima era más hostil toda la familia se colocaba una capa de piel de foca que los envolvía desde el hombro a la espalda. En el momento en que les tocaba trasladarse de un lugar a otro las mujeres se abrigan con grandes faldas de piel desde los senos hasta debajo de las rodillas. Además tanto ellas, como hombres y niños utilizaban largas capas o tapados de piel cosidos desde los hombros a los pies hechas de zorro principalmente aunque también de guanaco o cururo (Ver figura 6, Cuerpo C). A pesar de tener los pies cutidos, todos usaban mocasines realizados en cuero para resistir las grandes distancias y a los cazadores se los diferenciaba por llevar tocados de piel llamados *Kóchil* mientras que las mujeres utilizaban collares y pulseras hechos de hueso, conchas marinas, plumas unidos con tendones de animal (Magrassi, 1989).

Cuando viajaban, la mujer llevaba en sus espaldas al niño recién nacido sujetado de manera segura en una especie de cuna hecha de cuero suave en forma de esterilla sumado además, a las cosas de la casa atadas en pesados cueros. Los Onas estaban completamente ligados a la tierra por la caza, principalmente del guanaco como así también de zorros y varias aves de la región. Los que habitaban el norte de la isla cazaban roedores de diversas clases. En cuanto a la pesca tenía una menor importancia para ellos. Cazaban focas o lobos marinos y aprovechaban cuando alguna ballena se quedaba varada. Si bien cada animal tenía un pelaje y piel diferente, casi todos eran utilizados como prendas para cubrirse. Las grandes capas o mantas eran realizadas con la piel del guanaco al igual que la envoltura de las mujeres, el tocado masculino, los

cubre- sexos, sandalias y polainas. Todas estas prendas y los cobertores eran cosidas tanto con los tendones como con los nervios del animal usando agujas hechas de hueso. Además con el cuero se realizaban bolsas para transportar alimentos. En cuanto a los animales empleados para la indumentaria, se destacaba el roedor *tucu-tucu* aunque no era de los favoritos para los Onas ya que hacía falta gran cantidad de pieles para formar la prenda debido a su pequeño tamaño. Además de ser laborioso coser la piel para formar una capa o cobertor, la misma era delgada y no abrigaba demasiado. En cuanto al zorro, era muy buscado por su pelaje incluso más que el del guanaco por ser suave y abrigado para las mantas. También era utilizado para armar las bolsas que llevaban los hombres colgadas del hombro que a su vez hacían de cubre-sexo cuando no tenían las capas puestas. Solamente utilizaban de él la piel, no lo comían por una cuestión de respeto ya que devoraba a los cuerpos humanos que estaban mal enterrados. La foca era también valorada como material de vestimenta tanto por sus pieles como sus cueros, mientras que de las aves usaban las plumas para decorar tocados o accesorios (Chapman, 2002).

La piel del animal que más utilizaban para cubrirse era la del guanaco, aprovechando el lomo y laterales, la cual conseguían con técnicas de caza a distancia utilizando arco y flecha mientras que otros instrumentos como raspadores hechos en piedra les servían para quitarles la piel tanto del guanaco como de otros animales de la región. Del guanaco utilizaban no solo su pelo para cubrirse, sino también el cuero del mismo para armar sus rudimentarias tiendas, de manera tal que fueran transportables y sus huesos para realizar los arpones que utilizarían en el agua para cazar (Bornero, 2007).

Al ser el guanaco uno de los preferidos por los Onas se debe complementar la descripción de la vestimenta, con la utilización de guanacos chicos para la realización de las capas cubriendo los cuerpos desde la espalda hasta debajo de las rodillas dejando solamente un hombro a la intemperie. En el caso de las mujeres se la ataban con tiras mientras que los hombres se lo ceñían bajo el hombro derecho, siempre con el pelaje

hacia fuera (Ver figura 7, Cuerpo C). En cuanto a la confección de las prendas, era una tarea realizada únicamente por la mujer, donde a diferencia de los Mapuches, no necesitaban de alguna iniciación o aprendizaje de las mujeres más sabias de la familia para realizarlas. Tanto los cueros de vestimenta como los de las viviendas eran pintados de rojo *akei*. Además las mujeres confeccionaban bolsas hechas también del cuero de foca para juntar agua y otros alimentos en la recolección diaria (Beauvoir, 1915).

Eran hombres fuertes, de cabeza grande, pelo negro y largo, ojos pequeños con una gran vista que les permitía ver a grandes distancias. Se debe desatacar que las pieles eran además una fuente de intercambio con otras etnias de la zona como los Alcalufes y Yoganos, siendo las más apreciadas para la transacción la piel de nutria y guanaco. Se las intercambiaban por alimentos principalmente como así también por tabaco y alcohol (Caballero, 2003). La introducción en su modo de vida de estos dos últimos elementos demuestra las influencias del hombre blanco sobre los indígenas.

Muchas de estas culturas han sufrido el maltrato y dominio del hombre que se impuso sobre ellas y las sometió a su voluntad ya que los indígenas no tuvieron la capacidad suficiente para defenderse llegando a ser exterminados en muchos casos. En la actualidad por más que sus costumbres estén de moda y haya una revalorización de su cultura, son muchos los que todavía padecen la pobreza y la exclusión por parte de la sociedad. Se encuentran en un estado de marginación donde sus reclamos no son escuchados y es así como de a poco algunas culturas se han olvidado hasta perderse. Por lo tanto con esta investigación se pretende, a través del diseño, que su legado se mantenga vigente.

Concluido el análisis desde el punto de vista textil e indumentaria de las tres etnias nacionales, se procederá a la utilización de los datos anteriores para plasmarlos en una línea de prendas. Cada decisión de diseño que se emplee en la misma, será justificada en base a toda la información previamente analizada para lograr un producto que fusione las características de las tres comunidades resignificando así sus saberes y culturas.

Capítulo 5: Propuesta de línea de prendas

En este capítulo, se presentará la propuesta de diseño de indumentaria basada en las características a nivel textil e indumentaria de las tres etnias previamente analizadas. La misma está dirigida al público femenino, fusionando elementos y materialidades contemporáneos con la tradición y diseño de las comunidades Wichís, Mapuches y Onas. Tal como se mencionó anteriormente, el avance de nuevas tendencias que se gestan a partir de cambios que producen las sociedades, genera una constante producción industrial a nivel mundial para satisfacer el consumo indiscriminado por parte de las personas. El sistema de la moda se ha plegado a este modo de fabricación masiva para volverse obsoleto creando una constante novedad para su rápida compra. Pero como contra-tendencia comienza a surgir de a poco un diseño con identidad local. Es decir que frente a la una estética homogénea y estandarizada de productos, se plantea la diversidad, lo regional y la etnicidad en las cosas.

Ésto significa un cambio en el diseño de indumentaria, al modificar sus componentes y resignificarlos en el terreno local, con la cultura propia de cada país donde se busque así un equilibrio entre lo global y lo regional. Con la línea de prendas que se plantea en este Proyecto de Graduación, se pretende acercar el diseño a la cultura vernácula para lograr un producto final moderno con características propias locales como valor agregado.

Es importante que los profesionales de la industria hagan una vuelta a los orígenes apreciando más lo rica que es la cultura nativa para tomarla como parte de su trabajo, sea como fuente de inspiración o revalorizando alguna técnica artesanal. Con ésto se lograrían creaciones con identidad propia sin la necesidad de acudir a modelos o tendencias del exterior para realizar su trabajo.

En el caso puntual de la línea de prendas de este Proyecto, se resignificó a través del diseño la característica a nivel textil e indumentaria de tres etnias nacionales, del norte, centro y sur del país respectivamente. La elección de las mismas se realizó luego de investigar cuales de los grupos indígenas nacionales tenían recursos interesantes para

analizar en su indumentaria. Además se quiso buscar la manera de realizar un recorrido por medio del diseño de toda la Argentina, por lo tanto se escogieron grupos indígenas ubicados de manera tal que abarcaran el norte, centro y sur del país.

5.1 Toma de Partido

La línea de prendas pertenece a la temporada primavera-verano 2014, está dirigida al público femenino y consta de diez conjuntos. Se debe establecer primeramente cual es la diferencia entre colección y línea ya que ambas pueden llegar a prestar confusión.

En cuanto a la colección, es un grupo de prendas dirigido a una temporada específica, con materiales particulares, que respeta un hilo conceptual y una coherencia interna. En cuanto a la fuente de inspiración, está relacionada a una tendencia o tema que le resulte atractivo al diseñador. Siempre tienen constantes y variables, significa que habrán determinados elementos de diseño (color, textura,) que se repetirán y eso mantendrá la relación de la misma junto con la inspiración escogida por el diseñador. Dentro de la colección se encuentra la línea o el rubro, que se refiere a la ocasión de uso (formal o informal, noche, *cocktail*, *streetwear*,), el usuario (hombre, mujer, niños) y materialidad (jeanería, punto, cuero). También dentro de la colección se encuentra la serie que son variaciones de las prendas donde se modifican sus colores, formas, largos modulares y demás (Renfrew, 2010).

Realizadas las diferencias, una línea se encuentra dentro de una colección y determina su ocasión de uso. En este caso la ocasión de uso es informal, para el día, *casualwear*, compuesta por diez conjuntos cada uno de dos o tres tipologías como remeras, camisas, chalecos, shorts, polleras, vestidos y abrigos tipo poncho. La idea será imitar la morfología de la última tipología, siendo una prenda típica de los Mapuches, pero no habrá tantos en la línea para que sea una prenda exclusiva y además se pretende que el cuerpo no quede tan cubierto. Por esta razón es que también, se decidió no incluir pantalones largos en la línea.

En cuanto a la moldería, a partir de los trazados base de cada prenda se realizarán las transformaciones necesarias por medio de recortes y superposiciones principalmente. A alguna prenda se le acortará el largo modular para tener mayor variedad de tipologías.

En cuanto a la materia prima a utilizar, la línea será realizada en *denim* principalmente y se complementará con otras telas, como tejidos de *punto* para las remeras. Se escogió el *denim* como tela principal debido a que es un textil que generalmente se utiliza para prendas informales, y permite además que se le realicen distintos tratamientos superficiales. Éstos últimos, son diversas acciones que no modifican la dimensión del textil pero si su apariencia, en el caso del *denim* sería el desgastado, teñido, lijado, blanqueado, *stone wash* y demás. Para la línea de prendas se utilizaran *denim* de distintas onzas (medida mundial en la que se expresa el peso de dicho tejido). Para las tipologías de camisas principalmente se utilizará *denim* más liviano de 6.4 Onzas (Oz.) ya que debe ser un tipo de tejido ligero y fresco permitiéndole movimiento a la zona superior del cuerpo. En el caso de prendas que requieran una mayor caída y peso como los chalecos, faldas y shorts, se utilizará un *denim* de 10 Oz.

Por el lado de la composición del tejido, será de algodón con un pequeño porcentaje de poliéster para las prendas de 10 Oz mientras que 100 % algodón para las de 6 Oz que es lo más predomina en el mercado y rígido ya que no habrá tipologías que necesiten de la elasticidad de la tela para adherirse al cuerpo. Los colores serán índigo y gris ambos *apto tenido* debido a los tratamientos superficiales que se le realizarán, principalmente de desteñidos para lograr variedad de colores. Los mismos están ligados a los comúnmente utilizados por la comunidad Wichí, siendo éste uno de los recursos previamente analizados.

Para tener diversidad en los textiles escogidos se utilizará para las remeras tejidos de punto, cuyos colores tendrán la coherencia planteada inicialmente para la línea. Las remeras en este caso serán sencillas ya que el objetivo es que complementen y acompañen al resto de las prendas realizadas en la línea.

Las terminaciones interiores de algunas prendas como shorts, faldas y chalecos serán con un envidado de costuras para que quede un producto final de mejor calidad y excelencia en caso de que en algún momento se llegara a comercializar. Los avios a utilizar serán resistentes y de metal por lo pesado del material, como cierres y remaches metálicos ubicados éstos últimos en los extremos de los bolsillos de shorts y faldas, e hilo de poliéster para pespunte ya que es más grueso y remarca mejor las costuras.

5.2-Justificación de elecciones de diseño

Las prendas están inspiradas en las etnias nacionales, específicamente tres de ellas de las cuales se tomó y analizó el elemento más significativo a nivel textil e indumentaria para resignificarlos luego en la línea. En este caso se tomó el color utilizado por los Wichís, los diseños geométricos de los Mapuches y la textura de los abrigos de los Onas. En cuanto a la paleta de color, está directamente relacionada con la primera variable, por ende se realizó un tratamiento de teñido al tejido para modificar su aspecto original y obtener así colores como el rojo oscuro, marrón oscuro y verde oscuro aunque éste último en menor medida. Si bien los Wichís utilizaban una mayor variedad de tintes, se tomaron los más representativos y que a su vez coincidieran la mayoría con los empleados por las otras dos etnias para lograr fusionar armónicamente todos los recursos en la línea. El teñido se realizó con anilinas sintéticas para lograr que la pieza tenga una mejor terminación y tomar solamente el concepto original de cada etnia para plasmarlo con un sistema de producción contemporáneo.

El rol del color será una constante en la línea, donde los colores predominantes serán el marrón y rojo mientras que el verde oscuro aparecerá en menor medida como en los detalles. En cuanto a éste último, acompañará a los otros para brindarles un acento de color a las prendas ya que es una paleta de color cálida, pero con dominantes de colores oscuros (ver figura 1, p.81). Los Wichís utilizan elementos que la naturaleza les provee para realizar los teñidos en sus tejidos ya sean cortezas de árboles, semillas, plantas o



Figura 1: Diseños pertenecientes a la línea de prendas. Fuente: Elaboración propia.

raíces varias con lo cual los colores obtenidos se sitúan en la gama de los tierra, madera y otras variedades relacionadas al entorno natural.

El tratamiento de la tela se realizó primeramente destiñendo la misma hasta llevarla al color blanco con el objetivo de que los colores se prendan con mayor facilidad al tejido.

En algunos casos se utilizó hasta dos anilinas diferentes en la tela para lograr un color lo más parecido posible a los originales utilizados por los indígenas. Tal es el caso del verde oscuro que se formó primero sumergiendo la tela en anilina amarilla y luego en verde brillante, para dar con una tonalidad cálida. Después y con el objetivo de obtener un color asociado con los tintes tierra, se introdujo al tejido en anilina marrón durante unos instantes dando como resultado un matiz verdoso oscuro. Otra pieza con la que se utilizaron dos anilinas fue con la del rojo oscuro que se combinó con marrón para lograr una homogeneidad en toda la paleta.

En relación a la segunda variable, los diseños de los Mapuches, son en su mayoría geométricos y escalonados los cuales son más fáciles de realizar. Para este caso, se los

aplicará en la línea por medio de la moldería, a través de recortes y superposiciones. Los mismos estarán en partes localizadas de las prendas como en la espalda o en una delantera y también en un sector de la pierna. Con el molde de la tipología se dibujará el diseño y se sustraerá para formar un recorte. En otros casos se aplicará sobre la prenda, pero siempre a contrarotación de la superficie donde se colocará, para resaltar el contraste. Otra manera de plasmar estos recursos geométricos será por medio de pespuntos también resaltando de la superficie y con un hilo más grueso para que sobresalga el diseño (ver figura 1, p.81).

En el capítulo anterior se analizó que al ser los diseños realizados para su aplicación en los tejidos, les resultaba muy difícil a las mujeres mapuches plasmarlos de manera fehaciente debido a sus curvas y formas orgánicas. Es por eso que decidieron geometrizar todas las formas, para que resultara más fácil realizarlas en el telar.

En cuanto a la tercera variable, la textura utilizada en los abrigos de los Onas, se intentará imitar el aspecto de la misma por medio de un tratamiento superficial del *denim*. Como se mencionó en el capítulo previo, los Onas utilizaban las pieles de diferentes animales y cada una de ellas tenía un grosor diferente. Para este caso se tomarán tiras de *denim* y se sacará el hilo de la trama formando así una especie de flecos. Se harán por un lado cantidad de dichas tiras y se colocarán juntas para que se resalten sobre la superficie de la prenda. Por otro, de un retazo de denim teñido se realizará el mismo procedimiento para que queden flecos más largos (ver figura 1, p.81). En cuanto a este recurso, será trabajado de manera individual para luego ser aplicado a ciertos sectores de las prendas, ya que se realizan de manera artesanal, para que no desforme la pieza original. Ambas texturas, serán realizadas una vez teñidas de marrón claro, dado que el color de la piel de los animales empleados para los abrigos como el guanaco y el zorro principalmente son de la gama de los marrones claros. La premisa original fue tratar de la manera más fidedigna lograr el color de su pelaje y que la sensación de su suavidad del mismo, sea generada por los flecos.

Se debe mencionar que en todos los figurines, la textura anterior fue realizada en negro por más que verdaderamente sean en color. Dado que era un detalle que necesitaba precisión en el trazado de los flecos, se decidió realizarlo en negro para que se destaque y distinga dentro de cada prenda en la que fue realizada. Lo mismo sucedió con los detalles de los pespuntos, para que sobresalgan en las prendas por ser un recurso ornamental al formar parte de los diseños de los Mapuches.

Las prendas también se complementarán con accesorios como vinchas, pulseras y collares realizados también en *denim* con la aplicación de algunos de los tres recursos anteriormente mencionados realizados en menor escala.

En vista general la línea es bastante homogénea, donde las constantes serán el color, la textura y los recortes que representan las características de las etnias analizadas previamente. En cuanto a las variables serán los largos modulares de las prendas, modificando el largo de mangas de las camisas y las faldas.

Se debe aclarar que en la elaboración de los figurines se trató de plasmar de la manera más fehaciente tanto los colores como las texturas inspiracionales con los elementos artísticos pertinentes.

El objetivo principal de la línea fue tomar ciertos aspectos de la cultura de las comunidades aborígenes utilizadas por ellos desde sus inicios, transmitidas de generación en generación y resignificarlas. Este último concepto se realizó con la introducción de elementos contemporáneos y modernos como las propias telas y las anilinas sintéticas, para obtener un producto moderno con diseños de la cultura indígena local.

Conclusiones

Mediante la realización del Proyecto de Graduación, se pudieron observar varias cuestiones a cerca del rol que tiene el diseño de indumentaria en la sociedad.

Al indagar en algunas causas que provocaron un contrapunto respecto de una reciente revalorización del pasado y la cultura por parte de las personas, se pudo observar a la globalización como una de las principales, teniendo a su vez una estrecha relación con el sistema de la moda. Ésto se debe al gran consumo que realiza la sociedad y que hace que los productos se desarrollen en escala mundial para ser consumidos de manera rápida y masiva adaptándose a las tendencias globales. Frente a estos constantes y bruscos cambios ya sea por una continua reposición de mercadería o por inversiones en el sector, dichos productos carecen de contenido, se vuelven similares y estandarizados, dándole más valor a su apariencia exterior que a otros factores como el diseño y la calidad principalmente.

El rol de la publicidad fomenta este círculo vicioso, donde los principales emporios de la moda mundiales invierten enormes presupuestos en campañas publicitarias saturando de información a las personas para incitarlos a consumir sus productos.

El avance de la tecnología es otro factor influyente dentro de la globalización, ya que hoy en día se está al tanto de lo que sucede en el mundo en cualquier instante donde tanto imágenes, tendencias, artículos y estilos se esparcen con mayor rapidez de manera global. El comercio, los diversos medios de comunicación y las nuevas tecnologías, son factores que contribuyeron a que la cultura tenga una mayor libertad cruzando cualquier frontera. Se pueden observar así desde cualquier parte del mundo, la cultura de los otros con sus creencias, modos de vida, hábitos, costumbres y vestimentas.

Esta despersonalización que tienen los productos de indumentaria actualmente, es lo que llevó a abordar dicho Proyecto de Graduación desde el lado de la cultura donde lo autóctono y lo regional, como características únicas y propias de cada país, sea el nexo hacia la individualidad y vuelta a los orígenes.

Al investigar si existía alguna relación entre la moda y la cultura, se descubrió que desde hace ya varias décadas se ha utilizado a la cultura regional como elemento de trabajo en la disciplina siendo los primeros en incursionar sobre el tema europeos exiliados en varios países latinoamericanos por las guerras. En esta parte del trabajo, se comenzó a visualizar el eje principal que tiene el Proyecto de Graduación donde el diseño y lo regional comienzan a fusionarse. Si bien este recurso fue empleado por varios profesionales de la disciplina, por momentos se llega a perder el verdadero significado o esencia de lo autóctono en pos de seguir una tendencia o por el simple hecho de que estén de moda usarlos. En muchos casos, ciertos elementos propios de la cultura local ya sea una técnica ancestral, la utilización de materiales típicos o símbolos de algún grupo aborigen, poseen un significado o código que debería ser investigado para conocerlo si se desea aplicar en algún trabajo relacionado al diseño. Así se haría un uso correcto y a conciencia de ciertos componentes propios de una cultura, al ser éste un territorio vasto, rico para explorar y explotar dentro de la disciplina.

Además y en relación a la idea anterior, se pudo descubrir la relación cercana que el diseñador latinoamericano ha tenido con su propia cultura, donde quiere ahondar en sus raíces, perfeccionarlas, rescatar antiguos métodos ancestrales pero que a su vez tengan un equilibrio con el contexto contemporáneo al utilizarla en productos nuevos e innovadores.

Cuando la propuesta conceptual o de inspiración, está basada en tomar elementos de una cultura para desarrollarlos en el diseño, o bien se utilizan y aplican de manera tradicional o se modifican. En este último caso, se cambian ciertos aspectos tales como la intervención de materiales o la utilización de otros completamente nuevos pero conservando la idea original que se tiene sobre ella. De esta manera se logra una resignificación de la cultura, en el caso de la línea de prendas pertenecientes a este Proyecto, con la introducción de materiales y técnicas de producción modernas. Pero, por más que ciertos aspectos se modifiquen, el significado original de la misma sigue intacto.

Es interesante que el diseñador comience a valorizar sus raíces y cultura al explorar nuevas técnicas y saberes para enriquecer aún más la disciplina y lograr crear un diseño con identidad propia sin necesidad de estar pendiente acerca de lo que sucede afuera para imitarlo.

En relación al concepto de resignificar, siendo éste el eje principal del Proyecto y la relación con el diseñador, es una herramienta útil ya que amplía los conocimientos y brinda información para luego poder diseñar con mayor libertad. Siempre detrás de la fase creativa del diseño, se encuentra la fase de investigación y mucho más si se trata de resignificar una cultura debido al rigor histórico que la misma implica. Se debe tener en claro qué se va investigar de ella ya que es muy abarcativa y consta de varios aspectos. Además dependiendo de lo que se elija, los datos no serán fáciles de conseguir ya que muchos de ellos se han perdido con el paso del tiempo por no haberse transmitido de generación en generación.

En este último caso, cuando la investigación se basa en algún grupo étnico que esta por desaparecer o ciertas técnicas se dejaron de utilizar y sólo quedan en la memoria de algunos miembros de la comunidad, se logra recuperar y consolidar la identidad cultural de la comunidad indígena. Así se los distingue frente a otros, ya que el diseño final refleja sus tradiciones y cultura, además comienzan a ser revalorados y conocidos por la sociedad al utilizar el producto final como un medio de comunicación.

Por otro lado es interesante resaltar, la relación que ha tenido el diseñador argentino con la cultura. Al investigar sobre la historia de la moda en el país, surgieron datos que expresaban que si bien ya para los años 70 algunos diseñadores locales empleaban elementos típicos regionales, este proceso gradualmente se fue perdiendo hasta llegar la crisis económica del año 2001. Fue un período de gran incertidumbre para el país que parecía haber perdido su identidad frente a la gran falta de empleo que sufrían los argentinos con un panorama económico desolador. Pero fue por dicha crisis donde la sociedad hizo una retrospectiva y una revalorización de sus raíces con la creación de

micro-emprendimientos, sean de indumentaria o de otras disciplinas que estuvieran relacionados a la cultura local resaltando sus principales rasgos y símbolos. De a poco se fueron perfeccionando para insertarse en un sistema de venta más elaborado mientras que por el lado de los diseñadores reconocidos, en su afán de realzar la identidad del país, comenzaron también a utilizar lo vernáculo como fuente de inspiración. Algunos lo hicieron rescatando técnicas artesanales, textiles típicos de culturas aborígenes mientras que otros tomaron ciertos elementos característicos y los fusionaron con una estética más moderna. Muchos tuvieron un éxito tal que expusieron sus diseños en el exterior y aquí es cuando otros países comenzaron a reconocer la cultura nacional, a mirarla con interés y agrado.

Por otro lado y en relación al término de identidad con este Proyecto de Graduación, se valorizó lo importante que es la misma para un pueblo, el hecho de conservar aún hasta hoy sus raíces, costumbres, creencias y saberes. Si bien por ejemplo, la comunidad Wichí para incluirse en el circuito comercial actual, realiza sus artesanías de manera más seriada y con materiales modernos como las anilinas, aún sigue conservando el proceso de teñido artesanal para sus tejidos. En el caso de los Mapuches, se resalta el hecho de poder transmitir mensajes por medio de los textiles y sus símbolos donde cada uno de ellos tiene su significado especial. La manera en que disponen las formas, diseños y el uso de color, son un medio de manifestación de su cultura, creencias religiosas y su cosmovisión. Para el caso de los Onas, lo que se analizó como recurso fue un elemento funcional, es decir la textura de sus abrigos que les permitía aislar su cuerpo del frío. Resultó un desafío poder plantearlo como un elemento estético dentro de la línea de prendas ya que no era una característica decorativa para ellos.

Un aspecto que se debe destacar, es lo mucho que se aprendió sobre la cultura local en general ya que los Pueblos Originarios son un elemento más dentro de las tradiciones nacionales. Al comenzar a investigar sobre ciertos recursos aborígenes, como los símbolos utilizados por ellos y su significado, se pudo observar cuan relacionados están

con algunas étnias latinoamericanas. Por ejemplo el caso de la civilización incaica, un vasto imperio cuyo dominio abarcó parte del suelo argentino que dejó sus raíces y tradiciones en las comunidades del norte del país y éstas las adoptaron como propia.

Otro detalle que se descubrió, fue el gran sentido estético que tienen las comunidades para combinar de manera armónica tanto figuras y colores, lo cual puede llegar a resultar un enriquecimiento para la disciplina ya que tienen mucho para aportar desde el lado del diseño. Con sus técnicas se logran cosas interesantes y hasta nuevas para el mercado, ya que las herramientas de diseño con las que se cuentan en la actualidad, no se pueden lograr productos o colores como los que ellos realizan. Ésto podría significar que ambas partes trabajasen mancomunadamente, así como la cultura indígena se fusiona con el diseño, incentivar que más diseñadores integren a su trabajo a las comunidades aborígenes.

Si bien en la actualidad existen casos de este tipo de sociedades, promover la formación de otras beneficiaría a ambas partes. Por el lado del diseñador, lograría un producto distintivo, poco común en el mercado donde no necesariamente se deben tomar los materiales típicos de la cultura, eso ya quedó demostrado en la línea de prendas realizada en el Proyecto. Podría ser ciertos recursos y revalorizarlos desde la mirada del diseñador insertando a la disciplina en la responsabilidad social. Por el lado de las comunidades indígenas, mantendrían viva su cultura, lograrían que sus trabajos fueran valorados y formarían parte de un sistema de producción y venta responsable.

El hecho de utilizar a la cultura nacional como fuente de inspiración otorga variedad de alternativas para diseñar y trabajar al ser la misma tan vasta y con cantidad de elementos interesantes para investigar desde el punto de vista social e histórico. Además crea una idea de pertenencia que logra aunar a la sociedad con la identificación de ciertos símbolos característicos de la propia cultura local.

A lo largo de este Proyecto algunos de los conceptos que se han repetido fueron precisamente identidad y cultura nacional analizando cuan relacionadas ambos están y

de qué manera interactúan con las personas. Se puede concluir que cuando una cultura está presente en la sociedad, se logra la identidad de la misma donde sus raíces y costumbres están vigentes. Así es que la cultura se percibe en algunas representaciones que pueden ser concretas, como una prenda típica, o abstractas relacionadas a cuestiones simbólicas y a significados más profundos que pertenecen a las raíces. Mientras que la identidad nacional se relaciona con la idea de pertenencia sobre las tradiciones locales, es decir el hecho de formar parte de un territorio o una comunidad.

Luego de haber investigado sus creencias, costumbres y la relación de las mismas con el paso del tiempo resulta claro que desde sus inicios, han mantenido presente su cultura hasta la actualidad a pesar que el hombre los haya dominado en el pasado. Su legado ha perdurado y han consolidado su identidad hasta hoy, defendiendo sus raíces siendo lo único y lo más importante que tienen. El hecho de que la mayoría de ellos hoy en día no estén dentro de la vorágine consumista ni del gran sistema creado por la globalización, que produce muchas veces que las personas se olviden de los valores tradicionales y las raíces, hace que prime una mayor valoración por sus costumbres y prácticas ancestrales. Para finalizar, lo que se intentó con la línea de prendas presentadas en el Proyecto, fue determinar cómo se pueden aplicar ciertos recursos de la tradición indígena local, resignificándolos pero manteniendo su verdadero valor de una manera distinta a la habitual. El detalle de la introducción de elementos y materiales modernos como el *denim* sumado a un diseño contemporáneo, logró que se crearan prendas que reflejen de igual manera parte de la cultura local argentina. Se espera que con este Proyecto y su pequeño aporte, pueda expandir más los límites de la disciplina donde haya un mayor abanico de posibilidades de inspiración para los diseñadores. Así se podrá lucir y destacar la cultura nacional para lograr tener un diseño con identidad propia.

Lista de referencias bibliográficas

- Accornero, M. (2007). *El rol del diseño y los sistemas simbólicos en América Latina*, (1° ed.). Córdoba: Brujas, pp.:11-12.
- Ahlim, D. (2004). *Pasión Argentina: en busca de un capitalismo alternativo y rentable*. Disponible en: <http://www.mujeresdeempresa.com/perfiles/perfiles041101.shtml>
- Amin, S. (1998). *El capitalismo en la era de la globalización* (1°ed.). Barcelona: Paidós p.: 75.
- Alvarado, M. (1998). *Recursos y procedimientos expresivos en el universo textil Mapuche: una estética para el adorno*. Boletín del Comité Nacional de Conservación textil,3,43-55.Disponible en: www.memoriachilena.cl/archivos2/pdfs/MC0035075.pdf, pp.:44, 45, 46.
- Alvarado, M. (1999).*La tradición textil Mapuche y el arte del tejido*. 26° Muestra Internacional de la artesanía tradicional. Disponible en: www.memoriachilena.cl/archivos2/pdfs/MC0035080.pdf.
- Amodio, E., Mato, D., Montero M. (1996). *América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones sociopolíticas*. Caracas: ALAS - Universidad Central de Venezuela – UNESCO, pp.: 61-62.
- Arenas, N. y Sonntag, H. (1995). *Lo Global, Lo Local, Lo Híbrido. Aproximaciones a una discusión que comienza*. Disponible en: <http://www.unesco.org/most/sonntspa.htm#PRESENTACION>
- Arenas, P. y Suarez M. (2012).*Plantas y hongos tintóreos de los wichis del Gran Chaco*. Boletín de la Sociedad Argentina de Botánica (47),1-2. Disponible en: www.scielo.org.ar/svielo.php?pid=S1851-23722012000100017&script=sci_arttext.
- Barreiro, A. (2004). *Moda y Globalización. De la estética de de clase al estilo subcultural*. Revista Internacional de Sociología, 62, (39), 139-166. Disponible en: <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/266/281>, pp.:144,145.
- Beauvoir, J. M., (1915). *Aborígenes de la Patagonia: Los Onas, Tradiciones, Costumbres y Lengua* (1°ed.).Buenos Aires: Continente, pp.:121, 136.
- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización?..Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (1°ed.). Barcelona: Paidós, pp.: 28, 40, 71-72.
- Benegas, L. (2011). *Anticipar lo que vendrá*. Recuperado el: 24/10/2011 de <http://www.parati.com.ar/nota.php?ID=12533>
- Bleistein, S. (1977). *Un estilo lujo y exótico, siempre audaz y desconcertante*. Disponible en: <http://www.medoramano.com.ar/nota.17html>
- Bonfil Batalla, G. (2004). *Pensar nuestra cultura*. San José: ILAM. Disponible en: http://www.ilam.org/viejo/ILAMDOC/sobi/Guillermo%20Bonfil_Pensarnuestracultura-Pat.pdf, pp.: 152-153,155.

- Borrero, L. A., (2007). *Los selk'nam (Onas): Evolución cultural en Tierra del Fuego* (1°ed.). Buenos Aires: Galerna , pp.: 28, 29, 35, 80, 82.
- Caballero, H. (2003). *Fundamentos Sociológicos de la medicina Primitiva* (1° ed.). Bogotá: Kipres , p.:135.
- Cambariere, L. (2003). *Tejidos de historia*. Recuperado el 17/05/2003 de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/m2/10-242-2003-05-17.html>
- Canclini, N (1997). *Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. Estudio sobre las culturas contemporáneas*, 3 (5),109-128. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600507>.
- Carrasco, A (2007). *La sociedad de consumo: origen y características*. Jaem: Eumed. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2007a/acr.htm>
- Casamiquela, R. M. (1987). *El arte rupestre en la Patagonia* (1° ed.). Neuquén: Siringa libros, pp.:64-65,71.
- Casamiquela, R. M. (1988). *En pos del güalicho* (1° ed.). Buenos Aires: Fondo editorial Rionegrino-Eudeba , pp.:197.
- Cerna, M. y Vargas, H. (2007). *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Edición electrónica gratuita. Disponible en: www.eumed.net/libros/2007c/334, p: 20.
- Chapman, A. (2002). *Culturas tradicionales - Patagonia: Fin de un mundo: Los selk'nam de Tierra del Fuego* (1° ed). Chile: Tecnología Uno, pp.: 13,22, 99, 124-125, 158-159.
- Chossudovsky, M (2002). *Globalización de la pobreza y nuevo orden mundial* (2°ed). México: Siglo veintiuno editores, pp.: 84-85.
- Cicero, G. (2012, 24 de junio). *Perú de exportación*. La Nación revista, sección estilos, p: 52.
- Colsani, G.(2014). *Entramado: moda y diseño en Latinoamérica*, Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 47, 151-162. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, pp.: 152,153-155.
- Deleuze G., y Guattari, F., (1985). *El Antiedipo: Capitalismo y esquizofrenia* (1° ed.). Buenos Aires: Paidós. Citado en: Novik, L. (2009). *Moda ética en Sudamérica*. Chicago: LASA. Disponible en: <http://lasa.international.pitt.edu/members/congresspapers/lasa2009/files/NovikLaura.pdf>
- Deruyttere, A (2001). *Pueblos indígenas, globalización y desarrollo con identidad: algunas reflexiones de estrategia*. Washington: BVSDE. Disponible en: <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd27/puin2.pdf>
- Díaz Aconcha , C. (2010). *Pueblos Originarios y Moda Porteña. Variaciones sobre una relación productiva*. Proyecto Profesional. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo. Disponible en: http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/70%20Aconcha.pdf

pp: 31, anexo: 1,4-5

Echeverría Baleta, M. (2005). *Kai Ajnun. El milenar arte tehuelche de los quillangos pintados*. (s/ed.) Río Gallegos: Edición del autor. pp.: 27.

Erize, E. (1990). *Mapuche, volumen 6*. Buenos Aires: Yepun pp.:23

Escudero, L. (s/f). *Los veinte años de viajes de Antik Batik*. Disponible en:
<http://www.vogue.es/moda/news/articulos/antik-batik-cumple-20-anos/16312>

Espósito, M. (2008). *Arte textil Mapuche* (1° ed.). Buenos Aires: Guadal, p.: 25.

Esteves, E (2000). *Globalización y empresas globales*. Revista venezolana de análisis de coyuntura, 6 (2), 269-270. [Revista en línea] Disponible en:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36460210>

Fernández Irusta, D. (2013, 28 de abril). *Hilos de la tierra*. La Nación revista, pp.: 30-31.

Ferrer, A (1999). *La Globalización, la crisis financiera y América Latina*. Publicado en Comercio Exterior, 49,(6),527-536. México D.F.: Eumed. Disponible en:
<http://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/ferrer-global.htm>

Fiadone, A. (2006). *El diseño indígena argentino* (1° ed.). Buenos Aires: La Marca, pp.:33-34,205.

Fiandone, A. (2007). *Simbología Mapuche en territorio Tehuelche* (1° ed.).Buenos Aires: Maizal ediciones, pp.:106-107, 108-110, 112, 114, 120, 121.

García, M. (2008), *Algo se está tejiendo*. Revista Viva, suplemento sociedad, pp.: 14, 16.

Gallardo, C. (1910). *Tierra del Fuego Los Onas* (1° ed.)Buenos Aires: Cabaut y Cia editores, pp.: 207-208

Guerriero, L. (2012). *Retrato de una dama*. Recuperado el 20/01/2012 de:
<http://www.lanacion.com.ar/1441274-retrato-de-una-dama>.

Gusinde, M (1982). *Los indios de Tierra del Fuego: partes 1-2 Los Selk´nam*. Buenos Aires: Centro Argentino de Etnología Americana, pp.: 191,199-200.

Jimenez Cano, F (2005). *Diseño mío de tierra mía. Colombia étnica y creación*. Colombia: Revista Concepto, edición 3 (fragmento). Disponible en:
<http://www.jimenezcano.com/PDF/ColombiaEtnicaCreacion.pdf>.

Lescano, V. (2002). *Allez les gauchós*. Recuperado el 25/08/2002 de:
<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-345-2002-08-26.html>

Lescano, V. (2004), *Followers of Fashion, Falso diccionario de la moda* (1°ed), Buenos Aires: Interzona, pp.: 19,21-24.

Lobos, O. (2008). *Los Mapuches* (1°ed.).Buenos Aires: Del Sol, pp.: 8-9,22.

- Magrassi, G., Berón, M. y Slavsky, L. (1986). *Los primeros artistas*. Citado en: *Mito, magia y tradición*. Cuaderno de Historia Popular Argentina (12). Buenos Aires: Centro Editor de América Latina. pp:6.
- Magrassi, G. (2005). *Los aborígenes de la Argentina: ensayo socio-histórico-cultural* (1°ed.) Buenos Aires:Galerna, pp.:11,12,21-22, 23, 27-28.
- Mason, J. A. (1950). *The Languages of South American Indians*. Citado en: Montani, R. (2008). *La etnicidad de las cosas entre los Wichis del Gran Chaco* (provincia de Salta, Argentina).Berlín: IAI. Disponible en: www.iai.spk-berlin.de/fileadmin/dokumentenbibliothek/Indiana/Indiana_25/Indiana_25_117-142_Montani.pdf, pp.:121,122.
- Mege Rosso, P. (1990). *Arte textil Mapuche* (1° ed.).Chile: Museo de Arte Precolombino, pp.:8-9,44-45.
- Museo Franz Mayer. (2006). *El diseño de Clara Porset: Creando un México moderno* (1°ed.). México: Distrito Federal, p.p.: 47,63,166.
- Novik, L. (2009). *Moda ética en Sudamérica*. Chicago: LASA. Disponible en: <http://lasa.international.pitt.edu/members/congresspapers/lasa2009/files/NovikLaura.pdf>
- Olmo Arriaga, J. L. (2005). *Marketing de la moda* (1° ed.). España: Eunisa, Ediciones Internacionales Universitarias, pp.:57-58.
- Pelta, R. (2011). *Moda sostenible, moda que cuestiona*. Barcelona: Monográfica. Disponible en: <http://www.monografica.org/01/Art%C3%ADculo/904>
- Porrua, G. (2014). *Diseño con identidad local. Territorio y cultura, como eje para el desarrollo y la sustentabilidad*. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 47, 141-150. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, pp.: 143, 145,146.
- Prieto de Pedro, J. (2005). *Excepción y diversidad cultural*. Disponible en: <http://www.oei.es/cultura/ExcepcionJPrieto.pdf> , p.:24.
- Renfrew, C. y Renfrew E. (2010). *Creación de una colección de moda* (1° ed.) Barcelona: Editorial GG, pp.: 156,160.
- Reymundez, C. (2007). *Diseño argentino: nacido con dolor*. Disponible en: <http://www.revistatravesias.com/numero-68/articulos-principales/diseño-argentino-nacido-con-dolor.html>
- Romero, A. (2002). *Globalización y Pobreza* (1° ed.).Colombia: Editorial universitaria Universidad de Nariño, pp.: 5, 15, 18,55.
- Ruiz de Velasco, S. (2011). *En su punto justo*. Recuperado el 24/11/011 de <http://smoda.elpais.com/articulos/en-su-punto-justo/444>
- Saulquin, S. (1990). *La moda en Argentina* (1° ed.). Buenos Aires: EMECE, pp. : 269-270

- Saulquin, S (1999). *La moda, después* (1° ed.). Buenos Aires: ISM, pp.: 164,166.
- Saulquin, S (2006). *Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor*, (1° ed). Buenos Aires: Emece, pp.:169, 230.
- Schejman, N. (2006). *Lo autóctono copó la moda vernácula (y vende)*. Recuperado el 09/04/2006 de: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-2923-200604-10.html>
- Servideo, A. (2009), *Red Puna y Martín Churba: más que un encuentro de moda*. Creación y producción en Diseño y Comunicación, Ensayos de la Imagen, 24, 97-99. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.
- Sol Alpaca, (s/f). Disponible en: <http://www.solalpaca.com/thealpacastore>
- Von Koschitzky, M. (1992). *Las telas de malla de los Wichis/Mataco: Su elaboración, su función y una posible interpretación de los motivos*. Buenos Aires: Centro Argentino de Etnología Americana, pp.:59-60,71,80.
- Ytuarte, S. (2010). *Lo autoritario de la moda quedó para el siglo XX*. Recuperado el 05/10/2010 de http://www.mundotextilmag.com.ar/noticias/textil/_943_33.html

Bibliografía

- Accornero, M. (2007). *El rol del diseño y los sistemas simbólicos en América Latina* (1° ed.). Córdoba: Brujas.
- Aguerrondo M., y Gordillo L. (2006). *Interiores de Buenos Aires* (1° ed.). Buenos Aires: Papers editores.
- Ahlim, D. (2004). *Pasión Argentina: en busca de un capitalismo alternativo y rentable*. Disponible en: <http://www.mujeresdeempresa.com/perfiles/perfiles041101.shtml>
- Albuerne, I. y Díaz y Zárate, V. (1999). *Diseños Indígenas argentinos* (2° ed.), (ed. rev.). Buenos Aires: EMECE.
- Aldunate, C. (1986). *Cultura Mapuche* (2°ed.). Chile: Ministerio de Educación, Departamento de Expresión Cultural.
- Alduante, C., Hidalgo, J., Mege Rosso, P., Niemeyer, H., Schiappaccasse, V. (1996). *Culturas de Chile. Etnografía. Sociedades indígenas contemporáneas y su ideología* (1° ed.). Santiago de Chile: Andrés Bello editorial.
- Alvarado, M. (1998). *Recursos y procedimientos expresivos en el universo textil Mapuche: una estética para el adorno*. Boletín del Comité Nacional de Conservación textil, 3, 43-55. Disponible en: www.memoriachilena.cl/archivos2/pdfs/MC0035075.pdf
- Alvarado, M. (1999). *La tradición textil Mapuche y el arte del tejido*. 26° Muestra Internacional de la artesanía tradicional. Disponible en: www.memoriachilena.cl/archivos2/pdfs/MC0035080.pdf.
- Amin, S. (1998). *El capitalismo en la era de la globalización* (1° ed.). Barcelona: Paidós.
- Amodio, E., Mato, D., Montero M. (1996). *América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones sociopolíticas*. Caracas: ALAS - Universidad Central de Venezuela – UNESCO.
- Arenas, N. (1997). *Globalización e identidad latinoamericana*. Nueva Sociedad (147) , 120-131 [Revista en línea]. Disponible en: www.nuso.org/upload/articulos/2568_1.pdf
- Arenas, N. y Sonntag, H. (1995). *Lo Global, Lo Local, Lo Híbrido. Aproximaciones a una discusión que comienza*. Disponible en: <http://www.unesco.org/most/sonntspa.htm#PRESENTACION>
- Assuncao, F. (1997). *Pilchas Criollas* (1° ed.). Buenos Aires: Emece.
- Avendaño, S. (2000). *Usos y costumbres de los indios de la Pampa* (1° ed.). Buenos Aires: Elefante Blanco.
- Barreiro, A. (2004). *Moda y Globalización. De la estética de de clase al estilo subcultural*. Revista Internacional de Sociología, 62, (39), 139-166. Disponible en: <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/266/281>
- Beauvoir, J. M., (1915). *Aborígenes de la Patagonia: Los Onas, Tradiciones, Costumbres y Lengua* (1° ed.). Buenos Aires: Continente.

- Beck, U. (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización* (1° ed.). Barcelona: Paidós.
- Benegas, L. (2011). *Anticipar lo que vendrá*. Recuperado el: 24/10/2011 de <http://www.parati.com.ar/nota.php?ID=12533>
- Bengoa, J. (2000). *Historia del Pueblo Mapuche* (6° ed.), (ed. rev.). Santiago de Chile: LOM.
- Bleistein, S. (1977). *Un estilo lujo y exótico, siempre audaz y desconcertante*. Disponible en: <http://www.medoramanero.com.ar/nota.17html>
- Bonfil Batalla, G. (2004). *Pensar nuestra cultura*. San José: ILAM. Disponible en: http://www.fundacionilam.org/ilam.org/ILAMDOC/sobi/Guillermo%20Bonfil_Pensarnu_estracultura-Pat.pdf.
- Borrero, L. A., (2007). *Los selk'nam (Onas): Evolución cultural en Tierra del Fuego* (1° ed.). Buenos Aires: Galerna.
- Caballero, H. (2003). *Fundamentos Sociológicos de la medicina Primitiva* (1° ed.). Bogotá: Kipres.
- Cambariere, L. (2003). *Tejidos de historia*. Recuperado el 17/05/2003 de <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/m2/10-242-2003-05-17.html>
- Canclini, N (1997). *Culturas híbridas y estrategias comunicacionales. Estudio sobre las culturas contemporáneas*, 3 (5), 109-128. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600507>.
- Carrasco, A (2007). *La sociedad de consumo: origen y características*. Jaem: Eumed. Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2007a/acr.htm>
- Calvo, M. (1992). *Secretos y tradiciones mapuches* (1° ed.). Chile: Andrés Bello editorial.
- Casamiquela, R. M. (1987). *El arte rupestre en la Patagonia* (1° ed.). Neuquén: Siringa libros.
- Casamiquela, R. M. (1988). *En pos del gualicho* (1° ed.). Buenos Aires: Fondo editorial Rionegrino-Eudeba.
- Centro Cultural Recoleta, 2000, *Fridl Looos, Perfil de una Creadora*. Catálogo de exposición. Buenos Aires.
- Cerna, M. y Vargas, H. (2007). *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Edición electrónica gratuita. Disponible en: www.eumed.net/libros/2007c/334.
- Cereceda, V. (1987). *Aproximaciones a una estética andina: de la belleza al Tinku*. Citado en: *Tres Reflexiones sobre el pensamiento andino*. La Paz: HISBOL.
- Chapman, A. (2002). *Culturas tradicionales - Patagonia: Fin de un mundo: Los selk'nam de Tierra del Fuego* (1° ed). Chile: Tecnología Uno.

- Chossudovsky, M (2002). *Globalización de la pobreza y nuevo orden mundial* (2° ed), (ed. rev.).México: Siglo veintiuno editores.
- Cicero, G. (2012, 24 de junio). *Perú de exportación*. La Nación revista, sección estilos.
- Colombres, A. (2008). *América Como civilización Emergente* (1° ed.)Buenos Aires: Amargod.
- Colsani, G. (2014). *Entramado: moda y diseño en Latinoamérica*, Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 47, 151-162. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.
- Deleuze G., y Guattari, F., (1985). *El Antiedipo: Capitalismo y esquizofrenia* (1° ed.). Buenos Aires: Paidós. Citado en: Novik, L. (2009). *Moda ética en Sudamérica*. Chicago: LASA. Disponible en: <http://lasa.international.pitt.edu/members/congresspapers/lasa2009/files/NovikLaura.pdf>
- Deruyttere, A. (2001). *Pueblos indígenas, globalización y desarrollo con identidad: algunas reflexiones de estrategia*. Washington: BVSDE. Disponible en: <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd27/puin2.pdf>
- Díaz Aconcha , C. (2010).*Pueblos Originarios y Moda Porteña. Variaciones sobre una relación productiva*. Proyecto Profesional. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación Universidad de Palermo. Disponible en: http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/70%20Aconcha.pdf
- Echeverría Baleta, M. (2005). *Kai Ajnun. El milenar arte tehuelche de los quillangos pintados*. (s/ed.) Río Gallegos: Edición del autor.
- Ellwood, W. (2007).*Globalización* (1° ed.)Barcelona: Intermón Oxan ediciones.
- Erize, E. (1990). *Mapuche, volumen 6* (s/ed.) Buenos Aires: Yepun.
- Escudero, L. (s/f). *Los veinte años de viajes de Antik Batik*. Disponible en: <http://www.vogue.es/moda/news/articulos/antik-batik-cumple-20-anos/16312>
- Espósito, M. (2008). *Arte textil Mapuche* (1° ed.). Buenos Aires: Guadal.
- Esteves, E. (2000). *Globalización y empresas globales*. Revista venezolana de análisis de coyuntura, 6 (2), 269-270. [Revista en línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36460210>
- Fernández Irusta, D. (2013, 28 de abril). *Hilos de la tierra*. La Nación revista.
- Ferrer, A. (1999). *La Globalización, la crisis financiera y América Latina*. Publicado en Comercio Exterior, 49, (6), 527-536. México D.F.: Eumed. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/ferrer-global.htm>
- Fiadone, A. (2004).*Mitogramas* (1° ed.)Buenos Aires: La Marca
- Fiadone, A. (2006).*El diseño indígena argentino* (1° ed.). Buenos Aires: La Marca.
- Fiadone, A. (2007).*Simbología Mapuche en territorio Tehuelche* (1° ed.).Buenos Aires:

Maizal ediciones.

- Frigolé, J. y Roigé, X. (2006). *Globalización y localidad: perspectiva etnográfica* (1° ed.). Barcelona : UBe.
- Furlong, G. (1992). *Entre los Tehuelches de la Patagonia* (1° ed.). Buenos Aires: Theoria.
- Gisbert, T. (1992). *Arte textil y mundo andino* (2° ed.), (ed. rev.). Buenos Aires: TEA.
- Gonzalez, R. (1974). *Arte, estructura y arqueología: Análisis de figuras duales y antropomorfas del Norte argentino* (1° ed.). Buenos Aires: Nueva Visión.
- García, M. (2008). *Algo se está tejiendo*. Revista Viva, suplemento sociedad.
- Gallardo, C. (1910). *Tierra del Fuego Los Onas* (1° ed.) Buenos Aires: Cabaut y Cia editores.
- Guerriero, L. (2012). *Retrato de una dama*. Recuperado el 20/01/2012 de: <http://www.lanacion.com.ar/1441274-retrato-de-una-dama>.
- Gusinde, M. (1951). *Hombres primitivos en Tierra del Fuego: (de investigador a compañero de tribu)* (1° ed.). Sevilla: Escuela de estudios hispanoamericanos de Sevilla
- Gusinde, M (1982). *Los indios de Tierra del Fuego: partes 1-2 Los Selk´nam*. Buenos Aires: Centro Argentino de Etnología Americana.
- Hirsch, S. (2008). *Mujeres indígenas en la Argentina: cuerpo trabajo y poder* (1° ed.). Buenos Aires: Biblos.
- Jimenez Cano, F. (2005). *Diseño mío de tierra mía. Colombia étnica y creación*. Colombia: Revista Concepto, edición 3 (fragmento). Disponible en: <http://www.jimenezcano.com/PDF/ColombiaEtnicaCreacion.pdf>.
- Le Compte, C. (2003). *Argentine Indinas* (1° ed.). Buenos Aires: Consorcio de Editores.
- Lescano, V. (2002). *Allez les gauchós*. Recuperado el 25/08/2002 de: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-345-2002-08-26.html>
- Lescano, V. (2004). *Followers of Fashion, Falso diccionario de la moda* (1° ed.). Buenos Aires: Interzona.
- Lipovetzky, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos* (1° ed.). Barcelona: Anagrama.
- Lobos, O. (2008). *Los Mapuches* (1° ed.). Buenos Aires: Del Sol.
- Magrassi, G., Berón, M. y Slavsky, L. (1986). *Los primeros artistas*. Citado en: *Mito, magia y tradición*. Cuaderno de Historia Popular Argentina (12). Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Magrassi, G. (2005). *Los aborígenes de la Argentina: ensayo socio-histórico-cultural* (1° ed.) Buenos Aires: Galerna.
- Mason, J. A. (1950). *The Languages of South American Indians*. Citado en: Montani, R. (2008). *La etnicidad de las cosas entre los Wichis del Gran Chaco (provincia de*

- Salta, Argentina*). Berlín: IAI. Disponible en: www.iai.spk-berlin.de/fileadmin/dokumentenbibliothek/Indiana/Indiana_25/Indiana_25_117-142_Montani.pdf,
- Mege Rosso, P. (1990). *Arte textil Mapuche* (1° ed.). Chile: Museo de Arte Precolombino.
- Mendez, P. (2009). *Los tejidos indígenas en la Patagonia Argentina: cuatro siglos de comercio textil*. 26,233-265. Berlín: Ibero-Amerikanisches Institut [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/2470/247016492013.pdf>
- Museo Franz Mayer. (2006). *El diseño de Clara Porset: Creando un México moderno* (1°ed.). México: Distrito Federal.
- Nardi, R. (1990). *La araucanización de la Patagonia. Citado en: Culturas indígenas de la 243 a 271. Sociedad Estatal Quinto Centenario. España: Turner.*
- Novik, L. (2009), *Moda ética en Sudamérica*. Chicago: LASA. Disponible en: <http://lasa.international.pitt.edu/members/congresspapers/lasa2009/files/NovikLaura.pdf>
- Olmo Arriaga, J. L. (2005). *Marketing de la moda* (1° ed.). España: Eunisa, Ediciones Internaciones Universitarias.
- Pelta, R. (2011). *Moda sostenible, moda que cuestiona*. Barcelona: Monográfica. Disponible en: <http://www.monografica.org/01/Art%C3%ADculo/904>
- Porrua, G. (2014), *Diseño con identidad local. Territorio y cultura, como eje para el desarrollo y la sustentabilidad*. Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, 47, 141-150. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.
- Prieto de Pedro, J. (2005). *Excepción y diversidad cultural*. Disponible en: <http://www.oei.es/cultura/ExcepcionJPrieto.pdf>
- Proa Fundación, (s/f). *Hijos del viento. De la Araucania a las Pampa*. Disponible en: www.proa.org/exhibiciones/pasadas/transicion/mapuche/exhibicion_fr2.html
- Renfrew, C. y Renfrew E. (2010). *Creación de una colección de moda* (1° ed.) Barcelona: Editorial GG.
- Reymundez, C. (2007). *Diseño argentino: nacido con dolor*. Disponible en: <http://www.revistatravesias.com/numero-68/articulos-principales/disenio-argentino-nacido-con-dolor.html>
- Romero, A. (2002). *Globalización y Pobreza* (1° ed.). Colombia: Editorial universitaria Universidad de Nariño.
- Rossi, J. J. (2005). *Diseños Nativos de la Argentina*. (3° ed.), (ed. rev.). Buenos Aires: Galerna.
- Rossi, J. J. (2007). *Los Wichis (Mataco)*. (2° ed.), (ed. rev.). Buenos Aires: Galerna.
- Ruiz de Velasco, S. (2011) *En su punto justo*. Recuperado el 24/11/011 de <http://smoda.elpais.com/articulos/en-su-punto-justo/444>

- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de indumentaria* (1° ed.) Buenos Aires: Paidós.
- Saugy, C. (1981). *Cultura mapuche en la Argentina* (1° ed.). Buenos Aires: Instituto Nacional de Antropología.
- Saulquin, S. (1990). *La moda en Argentina* (1° ed.). Buenos Aires: Emece.
- Saulquin, S. (1999). *La moda, después* (1° ed.). Buenos Aires: ISM.
- Saulquin, S. (2004). *Jeans, la vigencia de un mito*. Buenos Aires: Nobuko.
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor* (1° ed.). Buenos Aires: Emece.
- Schejman, N. (2006). *Lo autóctono copó la moda vernácula (y vende)*. Recuperado el 09/04/2006 de: <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-2923-2006-04-10.html>
- Segovia, L. (s/f). *Nosotros, los Wichí*. Edición electrónica gratuita. Disponible en: <http://www.nuestrasabiduria.com/nosotros-los-wichi.html>
- Serrano, V. (s/f). *Ciencia Andina* (2° ed.), (ed. rev.). Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Servideo, A. (2009), *Red Puna y Martín Churba: más que un encuentro de moda*. Creación y producción en Diseño y Comunicación, Ensayos de la Imagen, 24, 97-99. Buenos Aires: Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo.
- SETEM, (s/f), *Campaña ropa Limpia*. Disponible en: <http://www.setem.org/site/es/federacion/campana-ropa-limpia>
- Sol Alpaca, (s/f). Disponible en: <http://www.solalpaca.com/thealpacastore>
- Sonderegger, C. (2003). *Manual de Iconografía Precolombina y su análisis morfológico* (1° ed.). Buenos Aires: Nobuko.
- Stern, G. (2005). *Aborígenes del Gran Chaco* (1° ed.). Buenos Aires: Ediciones Fundación Antorchas
- Tamagno, L. (1997). *De lo étnico a la ciudad y el mundo*. Trabajo presentado al V Congreso de Antropología social, realizado en la Plata, Argentina en Julio-Agosto de 1997. Disponible en: <http://www.naya.org.ar/congresos/contenido/laplata/LP4/21.htm>
- Taranto, E. (2007). *Manual del Telar Mapuche* (1° ed.) Buenos Aires: Editorial Maizal.
- Taullard, A. (1949). *Tejidos y Ponchos de Sudamérica* (1° ed.). Buenos Aires: Editorial Guillermo Kraft
- Veneziani, M. (2007). *La imagen de la moda* (1° ed.). Buenos Aires: Nobuko.
- Von Koschitzky, M. (1992). *Las telas de malla de los Wichis/Mataco: Su elaboración, su función y una posible interpretación de los motivos*. Buenos Aires: Centro Argentino

de Etnología Americana.

Wilson, A. (2002). *Textilería Mapuche. Arte de mujeres* (1° ed.). Santiago de Chile: Ediciones SEDEM

Ytuarte, S. (2010). *Lo autoritario de la moda quedó para el siglo XX*. Recuperado el 05/10/2010 de http://www.mundotextilmag.com.ar/noticias/textil/_943_33.html