

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

Muy Caro, prendas nacionales

La producción de la indumentaria
fomentada por el diseño de autor 2019

Del Grosso Carolina

95200

Diseño Textil y de Indumentaria

Creación y expresión

**Diseño y producción de objetos, espacios e
imágenes**

18/02/20



Facultad de Diseño
y Comunicación

Agradecimientos

A mis padres que me dieron la oportunidad de poder realizar mis estudios en el establecimiento que yo deseaba, el apoyo incondicional en todo momento que me dieron económicamente, sentimentalmente y moralmente.

A mis hermanos que siempre me apoyaron cuando los necesite.

A mis amados nonnos que sin ellos no sería la persona que soy hoy, en especial a mi nonna, que es mi motivación día a día en todo momento y mi inspiración rectora para el proyecto *Muy Caro*.

A mi profesor Alejandro Ogando y mi mentor Gustavo Lento, que me guiaron en el camino maravilloso del diseño de indumentaria.

Y por último pero no menos importante, a Facundo Enriquez por sus palabras de motivación, y apoyo en todo momento, a Rosa Sacheta, Elsa Garcia, Julia y Elvira por hacer que mis proyectos cobren vida, sus palabras de aliento y sus enseñanzas.

Índice

Introducción	5
Capítulo 1: El rubro del diseño de indumentaria	13
1.1 Producción de indumentaria nacional	13
1.2 El lugar del diseño de indumentaria en Argentina	14
1.3 La industria textil nacional	15
1.4 El diseño de autor y el diseño emergente	18
1.5 El rol del diseño de autor	19
1.5.1 García Bello.....	20
1.5.2 Mia Soifer	21
Capítulo 2: Diseño sin contaminación ni trabajo forzoso	23
2.1 Contaminación textil en el país	23
2.2 Trabajo forzoso en Argentina	27
2.3 Marcas cómplices	31
2.4 Etiquetas de composición	34
Capítulo 3: Abastecimiento de industrias y cooperativas en el país	39
3.1 Crisis en el sector de la industria textil	39
3.1.1 Empresas Textiles	41
3.1.2 Cooperativas	44
3.2 Problemáticas del sector.....	48
3.2.1 Incentivos a la industria textil nacional	51
3.3 Importación y exportación textil en Argentina	53
Capítulo 4: Análisis de casos	56
4.1 Juliana García Bello	56
4.2 Factores éticos en el sector	58
4.2.1 AMOSAR.....	65
4.2.2 MOLA	66
4.3 Cooperativa	67
4.4 Los valores del diseño	70
Capítulo 5: <i>Muy Caro</i>, colección cápsula, respuesta hacia la fomentación de la industria textil, confección y diseño	74
5.1 Concepto de la marca.....	74
5.2 Paralelismo inspirador: Antonio Berni	76
5.3 Persona portadora de sentido.....	77
5.4 Textiles	78
5.5 Silueta.....	80
5.6 Tipologías	81
5.7 Colorimetría	83
Conclusiones	85
Lista de Referencias Bibliográficas	92

Bibliografía..... 96

Introducción

El siguiente proyecto titulado *Muy Caro, prendas nacionales*, pertenece a la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria, y se enmarca dentro de la categoría de creación y expresión. El mismo consiste en una colección de seis conjuntos confeccionados con textiles recuperados de industrias nacionales, algunas quebradas y otras actualmente funcionando, con el objetivo de promover el trabajo legal en la confección y la poca contaminación. Una propuesta creativa, novedosa y original, cuya finalidad es incentivar el abastecimiento de indumentaria realizada en el país.

En lo referido a la línea temática que presenta el proyecto, es diseño y producción de objetos, espacios e imágenes, ya que en este proceso están involucrados de modo directo, intereses de la sociedad dentro de la crisis laboral, específicamente en este caso, industria textil, sector indumentaria. Se analiza el retroceso que tiene la Argentina en el sector y los avances que se pueden realizar, y a la vez se proponen ideas de cambio y unión entre los diseñadores.

En plena crisis económica en Argentina, comenzando el año 2019, la autora Carolina Del Grosso comenzó con una serie de cuestionamientos que la llevarán a desarrollar el siguiente Proyecto de Graduación. A partir de un viaje que realiza a Trelew, provincia de Chubut, se encuentra que donde había un polo industrial textil, hoy sólo quedan galpones abandonados y dos industrias en pie. En los años anteriores, la producción de la indumentaria vivió altibajos que perjudicaron su crecimiento, siendo la importación uno de los factores que más negativamente influyó. Resumidamente, la producción de indumentaria en Argentina fue perdiendo fuerza. En la actualidad, el circuito de la indumentaria se encuentra en una desvalorización industrial, legal y ecológica. Industrialmente, para la fabricación de los productos, existe una precarización de la materia prima. Abundan los textiles de baja calidad al no contarse con capital para invertir en maquinarias modernas. La confección de las prendas empezó a tener un costo ético. A causa de obtener una prenda a un costo bajo, los talleristas son víctimas de precarias condiciones laborales y trabajo forzoso. Estos mismo talleres producen

desperdicios textiles que contaminan al medio ambiente, muchos de los textiles son fabricados de tal forma que son altamente contaminantes por químicos, utilizados en el teñido, estampa y tratamientos que se le da a la tela, que son perjudiciales para la salud del obrero que lo fabrica y el usuario que lo consume. Todo esto conlleva a un sector desvalorizado en su producto, y un consumo que perjudica a la industria.

Yeal Kim (presidente de la Fundación ProTejer), comentó que el problema fundamental es la falta de demanda, que proviene del hecho de que los consumidores perdieron poder adquisitivo. “El argentino gasta cada vez menos en alimentos y bebidas, así que imagínese en todo lo que es indumentaria. En este contexto, las marcas en lugar de seguir la tendencia de moda, tratan de reutilizar los remanentes de stock que les habían quedado. Todos están perdiendo dinero”, resume el directivo, que es presidente de la compañía textil Amesud. Por lo tanto, este PG analiza en profundidad como se fue desarrollando la pérdida de valor económico de la industria textil argentina durante todos estos años, se analizarán las formas de resistencia en una sociedad de consumo aparentemente ignorante hacia la confección de las prendas, y el golpe ecológico que estas mismas producen. Entonces la pregunta problema que se plantea, es ¿Cómo desde el modelo productivo se puede fomentar la producción de indumentaria en Argentina?.

En este proyecto el objetivo principal es el desarrollo una colección compuesta por tres looks, en la cual se utilizarán textiles de fabricación nacional, algunos de los cuales serán reciclados para materializar las prendas. En la selección de los avíos, cierres, botones, etc. se incentivara la compra de los mismos en mercerías nacionales. Todo con el fin de incentivar un cambio en el consumo de la sociedad argentina, ateniéndose a las pocas herramientas con las que hoy en día cuenta el país. Por consiguiente, es necesario informar sobre el abastecimiento de telas que las industrias y cooperativas textiles realizan en Buenos Aires, cuántos textiles aproximadamente se producen en nuestro país, qué textiles son de producción nacional, dónde es el centro de distribución de los mismos y cuánta importación tiene el sector.

Por otra parte, es necesario evidenciar proyectos en Argentina que tomen como raíz la problemática de la contaminación textil y en la producción. No se puede dejar a un costado la problemática mundial que conlleva la actividad de la producción de los textiles, los tratamientos que reciben, lavados, teñidos, estampa y terminación, la confección de la prenda, el desperdicio que se causa en la mordería y la cantidad de prendas que producen, ya que estaríamos hablando probablemente, de una de las industrias más contaminantes del mundo.

El factor innovador que contempla este proyecto es promover la industria nacional creando un impacto mínimo en la ecología, valorar el trabajo digno y construir un rubro textil e indumentaria valorada, todo esto sin dejar de lado la importancia de lo artesanal y el diseño de autor.

Para realizar el siguiente trabajo se produjo una búsqueda de antecedentes de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, mayoritariamente de disciplinas similares o iguales a la de origen, referidos a una búsqueda similar.

Antecedentes

Se seleccionó primero el *Diseño independiente en Argentina* de la autora Bastiani, María Virginia (2011). María realizó un análisis de la problemática que enfrentan los diseñadores de indumentaria independientes para dar a conocer su producción en el mercado y venderla. Su objetivo principal del mismo, es dar a conocer el modo en el que los diseñadores de indumentaria de autor de Argentina idearon y lanzaron sus marcas, analizo las estrategias de comunicación desarrolladas para la inserción de sus emprendimientos en el mercado, como también las dificultades que estos debieron afrontar hasta que su producto final fue reconocido. La relevancia de este PG es que estudia al diseño de autor y las problemáticas que este debe afrontar a la hora de que su marca surja entre todas las marcas comerciales, muchas no siendo originarias de Argentina, que no contemplan los fundamentos de una marca de diseño de autor. El segundo seleccionado es *Identidad en el Diseño* de Escobar, Florencia Agustina (2015)

El objetivo del proyecto es el de generar una propuesta creativa que refleje una metodología por la cual el diseñador pueda desarrollar, mediante la combinación ingeniosa de procesos de acabados y tratamientos, materialidades distintivas a partir de textiles y recursos disponibles en el país. Lo cual es un pie hacia la observación de la industria textil y las herramientas que tienen los diseñadores para poder defenderse ante una nueva creación.

En el tercer proyecto seleccionado *La contracara del diseño* de Giacomaso, Rosario (2016) el objetivo era llegar a una fusión entre el proceso creativo de las marcas masivas y el de los diseñadores independientes, con el fin de otorgarle al diseño el espacio y el lugar necesario para crear productos únicos y diferenciados. Todo esto a raíz de noticias, que han aparecido en el último tiempo en los medios de comunicación, sobre la copia en el mundo de la moda, las cuales produjeron que el rol del diseñador de indumentaria en Argentina sea juzgado y quede expuesto a las críticas. A través de este PG se podrá reconocer la magnitud y la importancia de la negativa que la industria de la moda tiene sobre la copia, algo que en este Proyecto de Grado se podrá profundizar en el capítulo 4.

El cuarto PG seleccionado es *Kalopsia* de Mullally, Micaela Araceli (2017) visibiliza la explotación de trabajadores en la industria textil Argentina y, las consecuencias en el plano social y familiar. Pone en énfasis en la incidencia que esta situación tiene sobre la niñez y los talleres clandestinos que en la actualidad, desnudan inseguridad, incertidumbre y falta de garantía de condiciones socio-económicas mínimas y suficientes para una supervivencia digna. Dentro del circuito que este proyecto investigará, no se dejara de lado la grave violación hacia los derechos humanos, que es la esclavización, por ende el PG nombrado es clave ya que se limita a la esclavización, dentro de la industria textil en Argentina.

El siguiente antecedente se titula *Comunicación de moda para marcas emergentes* de Racciatti, Ignacio Nicolás (2017) Allí se informó sobre todos los procesos correspondientes a la formación de una imagen marca y cómo accionar para

posicionarla en el mercado argentino de indumentaria. Remarca errores comunes tanto en la comunicación, como también en las estrategias de posicionamiento de marca o en la segmentación de mercado. Es clave tener en cuenta las particularidades que conlleva comunicar la imagen de una marca independiente en el mercado argentino, teniendo en cuenta que no todo consumidor es igual.

El sexto antecedente se titula *Tejidos poliméricos* de Ortega Desio, Lara (2017) en él se planteó la creación de muestras textiles, mediante diversas formas de producción y manipulación basadas en el desarrollo de un elemento ligado, de forma directa, a la sustentabilidad ambiental.

Se analizó los problemas ambientales actuales generados por lo que se considera es un modelo industrial, en el marco del capitalismo neoliberal actual, que está produciendo problemáticas cada vez más extremas para todos los seres vivos del planeta, especialmente mediante las diferentes formas de contaminación del medio ambiente y la explotación de recursos tanto naturales como humanos. Se encuentra relación con el PG ya que la contaminación es un factor que no debería ser indistinto para los diseñadores, donde se vincula directamente con la industria. El séptimo antecedente *El diseño emergente se vuelve popular* de Ferro, María Victoria (2017) consiste en la incorporación de una sub marca en la reconocida firma Ayres, para la futura inserción de una colección cápsula ideada para la temporada Primavera Verano 2016-2017. La relación que se ve es que el proyecto analiza el diseño de autor, y las marcas masivas dentro del país, siendo factores dentro del PG para el desarrollo del sector. El octavo proyecto es *Hecho en Argentina* de Choi, Karen Anabella (2018) La vorágine del mundo globalizado y la omnipresencia de la constante información brindada por las redes han impuesto nuevos modo de consumo que afectan al proceso creativo del diseñador. Ante una cultura mimética, la industria argentina se ha visto fuertemente influenciada por el mercado internacional a lo largo de la historia. Este entorno propicia y fomenta la uniformidad en la moda argentina, agregando barreras a la creación de una identidad local. Se resignifica la identidad argentina usando el idioma local como signo identitario,

tomado como una propiedad única que forma parte del ADN nacional, haciendo lado el carácter típico autóctono con el que se suele experimentar. Se relaciona con el proyecto ya que parte de nuestra industria está fuertemente influenciada por el mercado internacional, es parte de investigación del presente PG.

El noveno proyecto se titula *Moda argentina (2001 a 2015)* de Vicente Redruello, Rosario (2018) En un contexto de economía inestable, en un país en vías de desarrollo como la Argentina, se presta en el proyecto a discusión si existen marcas de diseño de indumentaria que ofrezcan un valor agregado de diseño de autor o simplemente lo que hacen es satisfacer una necesidad de mercado, recurriendo a la copia o imitación de marcas extranjeras de un nivel más elevado. Se analiza el mercado nacional de indumentaria de autor en un periodo determinado, desde el 2001 al 2015, periodo en el cual por ciertas medidas económicas y sociales tomadas a nivel ejecutivo nacional, se verá un cambio en el mercado interno de este sector, teniendo en cuenta determinados años o medidas que fueron decisivas para la industria. En relación con el proyecto actual, el tema presentado es probablemente uno de los factores consecuentes de las problemáticas que trae la el sector de indumentaria, a través de los años. El último proyecto se titula *Una nueva manera de pensar el mundo a través del reciclaje* de Acosta, María Paz (2018) Se realiza este trabajo ya que uno de los impactos sociales y medioambientales más importantes de la industria textil es sin duda la cantidad de productos que, ya sea por desgaste o por desuso, terminan desechados. Consecuencia, de la ya establecida cultura del desecho constante, que se puede ver no sólo en lo textil sino en todos y cada uno de los aspectos de la sociedad. Por otro lado, y a un nivel que cada día es más preocupante, existe otra problemática en el circuito textil actual: no son pocas las marcas que aprovechan legislaciones y agujeros legales para establecer como epicentro de su producción talleres, a veces clandestinos y a veces protegidos por diferentes aparatos estatales, en condiciones inhumanas de trabajo. Por supuesto, no es casualidad que la inmensa mayoría de estos establecimientos estén instalados en países del llamado tercer mundo, donde las grandes marcas se encuentran con una

combinación difícil de resistir: mano de obra barata, legislación escasa o ampliamente flexible, supervisión estatal nula, sobornable o ineficiente. El proyecto se relaciona directamente con los factores que este PG va a abordar desde la ecología con la industria y los talleres clandestinos que son parte del circuito del diseño de indumentaria. El presente PG constara de cinco capítulos, capítulo uno: El rubro del diseño de indumentaria, capítulo dos: Diseño sin contaminación ni esclavitud, capítulo tres: Abastecimiento de industrias y cooperativas en el país, capítulo cuatro: Análisis de casos cinco: Muy Caro, colección cápsula, respuesta hacia la revalorización de la industria textil, confección y diseño.

En el capítulo uno tiene el objetivo de situar al lector en el contexto del diseño de indumentaria en Argentina, que es un circuito de producción, una breve introducción hacia la historia de la indumentaria y el desarrollo de los proyectos argentinos de marca, Garcia Bello y Soifer.

En el siguiente capítulo, se abordara la consecuencia que conlleva al sector textil la contaminación, investigando cuanta contaminación realiza Argentina en la industria de la moda, a la vez que se explica como el trabajo forzoso está instalado dentro del circuito de la indumentaria, identificando en el proyecto las marcas que son parte del trabajo esclavo y que por ende son parte de la situación actual de esclavismo que sucede en el país.

El objetivo del capítulo tres es introducir al lector sobre la actualidad del trabajo textil en Argentina, detectando que factores no permiten al sector evolucionar y que lo dejan en la situación actual de crisis. Se identificarán, que industrias y cooperativas en Argentina abastecen a proveedores de textiles para la producción de ropa, obtener cifras estimativas y en lo posible actuales, así poder realizar comparaciones con la cifra de abastecimiento que tiene la importación textil en nuestro país.

En el capítulo cuatro, se realizará un trabajo de campo en orden de la confección de una prenda, desde la cooperativa textilera, el taller de confección, tomando como

diseñadores a analizar a García Bello, marca sustentable Argentina, y Rene García en la producción nacional.

Por ultimo en el capítulo cinco se verá el desarrollo de la colección capsula, asentando los conceptos claves que se utilizaran para el desarrollo de la marca, la complementación que se tendrá en cuenta para la realización del diseño, las tipologías, silueta, colorimetría y aspectos técnicos.

Capítulo 1: El rubro del diseño de indumentaria

En este capítulo se profundizará cuando y en qué contexto surge la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria en Argentina, como se conforma la producción de la indumentaria nacional, la historia de la industria textil y el rol del diseño de autor ante la contaminación y la industria textil, exponiendo ejemplos de las diseñadoras García Bello y Mia Soifer.

1.1 Producción de la indumentaria nacional

Un proceso de producción consiste en diferentes y determinados procesos de transformación que se realizan a la materia prima para llegar a un producto.

Consisten principalmente en tareas como manipular, elaborar, separar y modificar.

Refiriéndonos al complejo proceso de producción textil y de indumentaria, este comprende dos actividades, la elaboración de los tejidos y la confección de las prendas de vestir. Identificando a la elaboración de tejidos como el primer eslabón, donde lo intensivo es el capital invertido, y la confección como el segundo, donde es intensivo el trabajo. En lo que concierne a sus actividades el eslabón primero se encarga de la elaboración de la fibra, el hilado y los tejidos, el segundo eslabón comprende actividades de diseño, moldería, tizado, corte, confección, colocación de avíos, terminaciones y planchado.

En nuestro país el surgimiento de la industria nacional ocurre a fines del siglo XIX, elaborando tejidos de punto, luego de la segunda guerra mundial se establece el modelo económico ISI, sustitución de importaciones aboga con reemplazar los productos provenientes del extranjero por los nacionales. Este mismo culmina con el golpe de estado en 1976. La crisis del 2001 causó más entrada de la importación, redujo el empleo y la quiebra de miles de empresas, además “la apertura irrestricta, la falta de promoción y crédito, y el retraso cambiario generaron un desequilibrio estructural en el sector y una gran pérdida de competitividad con relación al mercado internacional” (La Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017, p.185).

Entre 1992 y 1998, no solo las importaciones eran de prendas y ropa blanca, sino también de las telas, hilos y avíos.

En esta crisis, un sector que empezó a hacerse reconocido fue el del diseño de autor, a diferencia del que se está traicionando actualmente.

1.2 El lugar del diseño de indumentaria en Argentina

El diseño existe desde hace muchos años, aunque en términos oficiales no es mucho el tiempo que ha transcurrido. Antes de conocerse como diseño, la actividad era atribuida a los modistos, los cuales en su mayoría eran hombres. Esta actividad se veía reflejada mejor por la última moda de Europa, ya que se importaban las ideas para la alta sociedad. El quiebre de esta mirada vino con la revolución industrial, pero fue después de mucho tiempo en Argentina que, luego de un gobierno dictador, los jóvenes se comenzaron a expresar en las áreas del arte, música, diseño de forma libre. En consecuencia se crea en 1988 la carrera de Diseño de Indumentaria en la UBA (Universidad de Buenos Aires). Entonces si analizamos profundamente, se puede pensar que Argentina es uno de los países más jóvenes en oficializar con título la carrera de Diseño de Indumentaria.

Se partirá de definiciones sobre el diseño de indumentaria y la moda para poder ver su diferencia:

La autora Saltzman (2004) define al diseño de indumentaria como un exigente para repensar y reelaborar, desde la perspectiva creativa e innovadora, y así renovando nuestros modos de ser y de “habitar”. (p.11)

Maclaver (1937) lo explica de este modo: “la moda vehiculiza una apariencia o sentido de semejanza que capacita a gente de muy diversos intereses y disposición para encontrarse en un terreno común y que facilita así la conversación de la esencia individual, sin desentonar con los caracteres del grupo” (p.367)

De acuerdo con las interpretaciones, se puede decir que el objetivo del diseño es el resultado de una creación alcanzada a través de un proceso, tomando como base

principal la creatividad e innovación para poder obtener un producto diferente que ya se ha visto o no. Todo lo contrario con lo que sucede al percibir a Saulquin, definiendo la moda hacia un lugar donde la persona simpatiza con el resto siendo este el intermediario, sea una pieza de diseño de autor o una copia de diseño de la cultura masiva.

Aun así el diseño de indumentaria tiene una herramienta esencial para su desarrollo, el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) define al diseño de la siguiente forma:

Los diseñadores de indumentaria tienen la posibilidad de integrar en su proceso proyectual y productivo un sinfín de elementos que atañen tanto a aspectos económicos como culturales de un país. Trazan con su tarea no solo recorridos subjetivos sino también colectivos. La creatividad como valor agregado en el diseño exalta la capacidad de las personas para transformar el medio en el cual viven, trascendiendo las circunstancias actuales para proponer productos hasta entonces no concebidos. Y es en esa proyección en donde impulsan a su pueblo. (Instituto Nacional de Tecnología Industrial, 2013, p.2).

1.3 La industria textil nacional

En este apartado, se comenzará con brindar una breve introducción sobre como es el proceso de elaboración de los textiles en las industrias. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) desarrolla:

El complejo textil e indumentaria comprende dos actividades principales: la elaboración de la fibra, el hilado y los tejidos (textil), y la confección de prendas de vestir y otros artículos (indumentaria). El primer eslabón incluye esencialmente la producción de fibras, las cuales pueden ser naturales o artificiales; la transformación de dichas fibras en hilos (hilandería) mediante las actividades de cardado, ovillado, peinado y bobinado de los hilos; y la producción de tejidos de punto o planos según el tipo de máquina utilizado y el tipo de tela obtenido. En ocasiones, los tejidos pueden ser sometidos a procesos adicionales de acabado, como el teñido y el estampado. (La Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017, p.182).

Claramente, parte de la revolución industrial en Inglaterra llegó después de un tiempo a Argentina, junto a la industria textil y los cambios que esta misma conllevó. Todo esto termina desencadenando la decadencia de los gremios de artesanos, el capitalismo y la mano de obra barata. Los empresarios se aprovechaban de la competencia entre las personas por acceder a los puestos de trabajo, y determinaban diferencias muy grandes entre precios y salarios. Paralelamente, se produjo en la época, un aumento en la producción agrícola a causa de adelantos tecnológicos como la máquina de hilar de

Hargreaves en 1764, llegando a hilar ochenta hilos al mismo tiempo, también el telar movido por la fuerza del vapor de Edmund Cartwright, a los cuales se suma la lanzadora volante inventada por Key en 1733, que suplantaba a doscientos trabajadores. En 1770 Arkwright, inventa el telar hidráulico y en 1790 comienzan aparecer máquinas de coser inventadas por Saint, aunque fue patentada por Elías Singer en 1851. El efecto mediato de haber más máquinas, fue la reducción de la necesidad de personal, provocando que hombres, mujeres y niños busquen desesperadamente un trabajo aunque su salario sea bajo.

La industria causó la inclusión de todas las clases sociales terminando con la idea de que solo era para clases altas. Saulquin (2005) "... la moda acompaña y alimenta los ritmos industriales, se crean las colecciones por temporada y las revistas de moda y los desfiles para mostrar las colecciones".

La industria de la indumentaria y textil está hoy en día en un estado crítico en Argentina y producto del pleno avance tecnológico, los tiempos de procesos ya no son los mismos que antes, ya que el flujo de consumo es mucho más corto, y las marcas masivas están constantemente lanzando nuevas colecciones.

En Argentina la industria textil siempre fue una víctima de las crisis consecutivas que transcurrieron durante las últimas décadas, desde 1919 el volumen de importación superaba el record del 33%, durante la primera guerra mundial la industria nacional toma un poco de fuerzas, aunque la importación de maquinarias fue un factor que imposibilitó el crecimiento.

En 1931 se declara la sustitución de importaciones a causa de la reducción de la competencia externa debido al incremento de los bienes y la devaluación de la moneda. Las importaciones aumentaron su valor y grandes empresas comenzaron a instalarse en el país.

Como respuesta a estas condiciones, el número de hilanderías trepó de cinco en 1930 a 18 dos años más tarde. Los husos instalados ascendieron un 300% trepando desde 52.400 en 1930 hasta poco más 214.000 en 1935. En el mismo período, el número de telares creció un 23%, alcanzando a unos 2.462. En 1935,

las importaciones de hilados de lana sólo representaban un 9% del consumo total del país. (Adúriz, 2009)

Durante la segunda Guerra Mundial el sector textil crece en exportaciones industriales nacionales, “Las ventas pasaron del 5% en 1940 al 19% al 1945” (Adúriz, 2009).

En el año 1946 las políticas promocionistas de la industria toman lugar dando crecimiento al sector con subsidios y créditos.

El gobierno militar implementa una economía abierta, entrando tejidos sintéticos de Estados Unidos, indumentaria de países del lejano oriente y tejidos provenientes de Uruguay. En 1990 comienza el congelamiento de precios que afecta el sector negativamente, teniendo un mercado externo inaccesible y la rentabilidad empresarial en picada. La deuda externa constituyo un desequilibrio estructural, ajuste fiscal y monetario altamente recesivo las cuales terminaron en corridas cambiarias, bancarias y fugas de capitales.

La ley de convertibilidad (23.992) a fines de 1991 con el objetivo de controlar la inflación, produjo un rápido aumento de la producción a medida que había un aumento en el consumo, hubo mayor inversión y la posibilidad de comprar maquinarias importadas. Todo iba bien en el camino de la convertibilidad hasta que la reconversión forzada obligó a las empresas textiles a fusionarse, a efectuar cambios en los procesos de producción, a readecuar costos y a adaptarse a nuevos modos de comercialización no pensados, como, Shoppings, Outlets, Venta Directa, Supermercados.

Con el trascurso de los años siguientes esto no fue suficiente para recuperar la industria textil, sino por el contrario “a finales de los años noventa se viera una abrupta caída de las exportaciones en un -42,28% y un aumento de las importaciones del sector textil que representaba 50 veces el volumen importado hacia finales de los 80” (Adúriz, 2009).

Recién en el año 2003 comienza una etapa de reacondicionamiento, creció el sector a nivel de utilización hasta llegar al 74% gracias a los 72 mil puestos de trabajos nuevos. Adúriz explica que entre el año 2004 y el 2005 el sector creció un 8%, los niveles de rentabilidad se vieron afectadas por la inflación en un tipo de cambio estable, haciendo

que las empresas se hagan dependientes de producir más para poder cubrir los costos fijos (2009).

Así mismo en este trienio el empleo creció generando 149 mil puestos de trabajo, la importación comenzó a crecer durante 2006, alcanzando las cifras de los noventa y superándolo en 2007.

Durante el segundo cuatrimestre del 2007 se identifica que las importaciones se concentraron en el eslabón de la confección de la cadena de valor de la indumentaria, “La cadena de valor, como hilanderías y tejedurías demuestran una baja de entre el 30 y el 40%” (Adúriz, 2009).

En el 2009 Adúriz explica que la cadena de valor invirtió 4000 millones de pesos en seis años, sin financiamiento externo. Se pudo llegar a recuperar el 100% del trabajo perdido en la crisis del 2001.

Las exportaciones por tonelada que Argentina realizó en el 2009 era de 529 dólares, y en lo que es de la cadena textil fue de 33.413 dólares, 63 veces más alto.

1.4 El diseño de autor y el diseño emergente

Para dejar en claro el diseño de autor y el emergente se encuentran estadios diferentes de su profesión, tal como la alumna de la Universidad de Palermo, Victoria Ferro explica en su proyecto el diseño emergente: “Un diseñador de estas características, está comenzando a transitar por un nuevo camino, satisfará determinadas necesidades no resueltas o que, por el momento, no logran alcanzar aquel grado de utilidad y conformidad dentro de un sistema de uso y consumo” (Ferro, 2016).

Es decir que los diseñadores emergentes están transitando sus estudios, en cambio el diseño de autor se caracterizó por el nacimiento de la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria. Los egresados de la UBA buscaban transmitir discursos fuera de la copia del importado por medio del arte, luego de la guerra de Malvinas, el golpe de estado y la crisis del 2001, se empezó a buscar la identidad y el origen nacional.

1.5 El rol del diseño de autor

Hoy en día, en nuestro país es sinónimo de prendas caras, únicas y artesanales, entre otras características. Aun así, los diseñadores de autor no son los primeros en aparecer en la mente de un consumidor al decir indumentaria, sino que muchas veces las marcas de shopping son las primeras elegidas para la clase media-alta y para la clase media-baja las marcas en la calle Avellaneda, y en los barrios de Flores y Once. Muchas veces, la publicidad que puede ofrecer la marca de un shopping no es capaz de ser afrontada monetariamente por la marca de un diseñador que recién comienza su trayectoria y que pretende hacerse conocido al público consumidor. Sin embargo muchas de las marcas de diseño de autor venden sus prendas a precios que solo puede adquirir la clase media-alta, dejando de lado al resto de las clases sociales. Saulquin explica que:

La diferencia estriba en los criterios: mientras que las prendas diseñadas con criterios masivos para impulsar el consumo generalizado siguen con obediencia ciega las tendencias de moda, el diseño de autor, en cambio es casi autónomo respecto a estas tendencias, ya que se nutre de sus propias vivencias y por eso comparte criterios con el arte. (Saulquin, 2005, p.15).

Estos diseñadores atraviesan día a día, un proceso de trabajo para poder crear las colecciones que lanzan por temporada. Todo este proceso es un valor diferenciado a lo que es la industria, que en este país podemos encontrarlo en las marcas masivas. Argentina es un país que tradicionalmente siempre fue copista y seguidor ferviente de las tendencias que marca la moda. Luego de la crisis socioeconómica el diseño de autor se consolida, y la moda autoritaria y unificada se vio obligada a compartir su poder con el diseño de autor.

Es así que Saulquin (2005) explica que: “un diseño es considerado de autor cuando el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda.” Es decir que un diseñador de autor argentino puede llegar a tener un producto que esté a la moda, y así marcar una tendencia. Según Monneyron

A fin de cuentas, si las modas actuales son apropiadas para definir un *look*, también pueden, al no ser capaces de imponer un modelo dominante, manifestar cierta cantidad de tendencias, que sin duda no son evidentes de inmediato, pero que están latentes. A partir de ahí, no resulta sorprendente que se hayan desarrollado rápidamente en las profesiones de la moda o relacionadas con ella oficinas de tendencias que encargan precisamente de describirlas, identificarlas y preverlas. (Monneyron, 2005, p.39).

Al llegar a esta instancia, se puede entender que la moda termina siendo un generador de factores que influyen positiva o negativamente a la industria de la indumentaria.

1.5.1 García Bello

La diseñadora Juliana García-Bello, egresada de la FADU, es la responsable de la marca García-Bello, promueve un diseño fuera de los tiempos actuales de la moda, la reutilización de textiles y el valor de los orígenes de uno mismo. Lázaro, explica que la diseñadora proveniente de Tierra del Fuego cuenta con proyectos tales como, *De_construcción* junto a la diseñadora Lucia Chain. El concepto del proyecto nace desde la mirada del amor de la familia, el hogar, las costumbres y lo cotidiano. Ambas diseñadoras fusionan sus proyectos y crean *De_Construcción* que figurativamente consiste en la demolición de una casa y su reconstrucción sobre nuevos cimientos. La moldería refleja el desmoramiento de la casa, los textiles son lo que se acostumbra a utilizar para trapos de piso, con colores contrastantes, eliminando toda posibilidad de utilizar procesos nocivos para el planeta (2018). Para romper con los tiempos de la moda cada prenda fue hecha a mano por las diseñadoras, cuidado cada detalle, a la vez que trabajaron con talleres que funcionan en cooperativas, para poder crear una relación entre diseñador y talleristas. Los talleristas las acompañaron en todo el proceso de la producción.

Otro proyecto de la diseñadora García Bello es *Cascote Abandona*, joyería a partir de vajilla que colecciono, componiéndola junto con mármol, bronce y porcelana, con la idea de transmitir un concepto de abandono.

Su último proyecto *DORA DUBA* ganador del concurso Autores del Moda BA, se inspiró en fotos de su niñez donde ella vestía ropa hecha por su madre y abuela que reciclaban

ropa ya confeccionada. Desde allí comienza a utilizar prendas fuera de uso y telas que fue encontrando para crear la historia que hoy podemos ver.

Actualmente la diseñadora ostenta el primer premio del *Fashion Clash* en Amsterdam, con su proyecto Campo. Juliana describe su proyecto como a esas sensaciones que se alojan en un viaje al medio de la planicie en la provincia de Tierra del Fuego, Argentina, lugar más austral de América del Sur. Se retoman algunas acciones como una lona textil entre los árboles para generar un refugio. Llenar un cajón con los objetos indispensables para sobrevivir. Cubrirlo con una textil y un amarrarlo con un cordón. Hacer un nudo en una sogá, la misma que sostiene un tarro, para juntar agua del río. Pasar un día a la intemperie y sobrevivir al crudo frío del invierno Patagónico (Maurello, 2019).

Las prendas de esta colección son construidas a partir de materia prima de descarte que donaron pescadores, cazadores y aventureros de la zona. La moldería tiene bases en *up-cycling*, creando prendas sin género y sin talla, utilizando el ancho total del textil, sin desperdicios. El rubro que se retoma es el de *outdoor*, con prendas de uso urbano, generando así una mezcla clásica de la indumentaria

1.5.2 Mia Soifer

La diseñadora Mia Soifer es graduada de la UBA y es dueña de la marca Soifer. La marca cuenta con un concepto urbano, *genderless* moda sin género. Las características que definen a Soifer son el diseñador de autor, la vestibilidad, la comercialidad y la accesibilidad (TANMODERNOS, 2017).

Es una marca que se inclina en lo comercial más que en lo *slow fashion*, mientras que muestra el proceso de inspiración, como libro de autor o *sketchbook* (Ver figura 1, cuerpo c, p.2), figurines, geométrales. Para la diseñadora en cuestión es importante desde el momento de elegir su partido conceptual hasta poder llegar al producto. Parte de sus prendas a la venta son pruebas que se confeccionaron solo una vez en remanentes de textiles, es decir prendas únicas, en ocasiones aditiva pequeñas pruebas de bordado en algunas de sus tipologías.

En su última colección Mia se inspira en recorrer la Ciudad de Buenos Aires, utilizando las revista Viajes y Viajeros de 1964 (Ver figura 2, cuerpo c, p.2). Empeña su nueva colección, observando elementos de inspiración como mapas, transformándolo en bordado (Ver figura 3, cuerpo c, p.3), libros y fotografías antiguas llevándolo a las fotografías de producto (Soiferba, 2019)

La diseñadora produce su colección en Buenos Aires, Argentina, y esto lo deja muy claro en sus bordados (Ver figura 4,5 y 6, cuerpo c, p. 3 y 4,), estampas, etiquetas y vidriera (Ver figura 7, cuerpo c, p.5), en las cuales nunca falta el *Made in* Buenos Aires (Ver figura 8, cuerpo c, p.5). Uno de los servicios que tiene dentro de su local, es que detrás de la tienda se encuentra el estudio, donde cada cliente puede adaptar la prenda mejor a su cuerpo.

Capítulo 2: Diseño sin contaminación ni esclavitud

Antes de desarrollar el siguiente capítulo, se comenzará citando al primero de los principios del manifiesto del diseñador Lento.

Humano. El diseño traduce de forma inapelable la representación de las percepciones humanas. El diseño parte desde el núcleo de lo que sabemos, permitiéndonos entender el contexto en el cual vivimos. La conexión con el mundo es condición sine qua non para la creación desde un ser humano hacia otro ser humano. El diseño se aplica a la vida y no únicamente a los productos. El diseño es anti-algorítmico. (Lento, 2018, p.26)

Como diseñadores, se tiene la responsabilidad de crear prendas pensando en la realidad actual en la que se vive. En el presente siglo XXI la contaminación es un tema que concierne a todos los habitantes, dentro de cada profesión es casi una obligación poder responder de forma positiva hacia la problemática que está presente en todo el mundo. Listek aclara que los desechos textiles, la contaminación del agua, el uso de sustancias químicas tóxicas y el trabajo forzado demuestran que la moda tiene un costo enorme para el medioambiente y la sociedad. En parte porque la industria textil tiene una fuerte presión para reducir los costos y el tiempo de producción.

2.1 Contaminación textil en Argentina

En el mundo se reconoce a la industria textil como la segunda más contaminante, y también como una de las mayores causantes de trabajo forzoso en precarias condiciones laborales. La escritora Listek (2018) explica algunos datos en el marco mundial de la contaminación textil: “La producción de una camisa de algodón requiere de 2.700 litros de agua, la misma cantidad que una persona bebe en 2.5 años.”

La ONU señala que el sector del vestido utiliza 93.000 millones de metros cúbicos de agua cada año, la cantidad suficiente para que 5 millones de personas sobrevivan, es decir que la industria de la moda es la responsable del 20% del desperdicio total de agua a nivel global. Por ejemplo, para producir unos jeans, se necesita 7500 litros de agua. Además, el 8% de los gases de efecto invernadero son producidos por el sector de la ropa y calzado. Cada segundo se entierra o quema una cantidad de textiles

equivalente a un camión de basura, y por último la producción de ropa se duplicó entre 2000 y 2014 (Noticias ONU, 2019.)

Causan mayores problemas las famosas tendencias y la moda que hoy en día se mueven a un ritmo mucho más corto y rápido, causando así producción de textiles, más volumen, más pesticidas en plantaciones, más desperdicio, más energía, más contaminación para la huella de carbono, es decir un conglomerado de razones manejadas por empresas multinacionales como es Zara, Forever 21 y H&M entre las más reconocidas. Esto no quita que en Argentina se piense de una forma distinta, porque las marcas chicas de Flores aspiran a seguir el ritmo de las grandes marcas internacionales como las ya nombradas. Teniendo en cuenta toda la problemática planteada en la industria textil a nivel mundial, se reconocerá lo que sucede en el panorama local, comenzando con el inicio de una prenda, la elaboración de la fibra y los tejidos,

Un estudio realizado por la RSU del Área Metropolitana de Buenos Aires AMBA, en colaboración con la Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado CEAMSE y la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires FIUBA, concluye que en la CABA solo se recicla el 46 por ciento de las 6000 toneladas diarias de residuos generadas, pero que el número podría ser superior, ya que el 40 por ciento del material que llega a los rellenos es potencialmente reciclable. Según el informe, de ese 40 por ciento, un 17 por ciento corresponde a papel y a cartón; un 19 por ciento, a plástico, un 3 por ciento, a vidrio y un 1 por ciento, a metales. El 60 por ciento restante está representado por un 41 por ciento de alimentos, un 5 por ciento de textiles, un 4 por ciento de pañales y apósitos descartables, más un 10 por ciento de materiales catalogados como otros debido a que cada categoría no supera el 1 por ciento. (Devincenzi, 2018). En la provincia de Córdoba, casi el 7% de los residuos sólidos son derivados textiles y la mayoría de los mismos terminan enterrados, mientras que el 85% de los textiles producidos terminan en los vertederos cada año. Esto genera una alta contaminación de las napas terrestres y ralentiza el proceso de degradación de la

basura modificando el ciclo natural de los desechos. Aun así para aclarar, en la Argentina existe un déficit de información con respecto a los residuos textiles, no estamos ajenos a las estadísticas mundiales, y para complicar aún más la situación debemos tener en cuenta que cada jurisdicción tienen su propio criterio a la hora de manejar sus desechos y su respectivo reciclado (Generación Vitnik, 2018).

Asimismo, Devingenzi, A (2018) plantea que “la falta de cultura sobre lo ambiental, es por la falta de un régimen unificado que disponga reglas claras para la industria, la discontinuidad en las medidas, los permanentes recambios de las autoridades gubernamentales, los pocos controles y penalidades”.

Entonces se pregunta ¿El gobierno tiene un criterio establecido para realizar estudios, controles y educación sobre la ecología en nuestro país? Es indudable que la falta de información y el poco estudio que existe es un gran problema, que se complementa con la falta de cultura y dedicación de educar a la sociedad para cambiar la problemática ecológica. Cuando esa falta de educación de los pequeños consumidores y productores existe también en un sector tan grande y poderoso como el de las grandes marcas de indumentaria, la problemática se agrava mucho más. ¿Es lógico pensar que las industrias, talleres y marcas deben hacerse cargo de sus desechos? Las marcas de primera línea desarrollan colecciones otoño invierno y primavera verano que, dependiendo de su capacidad, llegan a producir entre 30 y 70 prendas.

Aunque probablemente el pensamiento que la sociedad tiene como respuesta hacia las problemáticas sea cambiar los productos y su proceso, tal vez lo necesario sea adoptar una conducta ética. (Dopplet 2012), “para comenzar a hablar sobre Sostenibilidad, se necesita mantener una actitud abierta, partiendo de valores básicos, acordes con la ética que deseamos para el mundo que deseamos crear: Es pasar del ‘yo’ al ‘nosotros’.”

La mirada de un cambio personal hacia el compromiso de la sustentabilidad, conlleva ciertas decisiones desde lo mental y espiritual que deberían sostenerse en el tiempo y aplicarse para satisfacer necesidades presentes sin comprometer las generaciones futuras. (Frankel, 1998) “La sostenibilidad está caracterizada por la armonía de tres

elementos: economía, medio ambiente e igualdad social. Es lo que, comúnmente, se denomina 'la triada de la sostenibilidad' ". La adquisición de esta clase de ideas es para aplicar en la vida cotidiana de cada persona, desde la empresa masiva hasta la pyme, creando prendas responsables que respondan a las problemáticas que la sociedad afronta.

El por qué de esta problemática es cuál es el motivo por el cual el mundo se encuentra ante una serie de desafíos complejos relacionados a cuestiones ambientales. Cada día tiramos millones de toneladas de desechos peligrosos, utilizamos químicos tóxicos, difundimos metales pesados y generamos efluentes contaminantes. La industria manufacturera es un consumidor de gran escala de agua limpia y dado que la escasez de agua se está convirtiendo en un problema serio en muchas partes del mundo, la industria tiene que trabajar para encontrar nuevas maneras para minimizar el consumo de agua. Puede que haya una presión, tanto regulatoria como de reputación, sobre productos que requieren de una cantidad significativa de agua. Esos productos pueden ser eliminados por la ley, perder porciones del mercado frente a productos que requieren de menos agua u ocasionar un perjuicio a la reputación de la compañía. Asimismo, los crecientes precios del agua y de otros productos básicos como el petróleo están empujando a la industria a considerar al medioambiente en su estrategia de negocio.

Una reglamentación que vale explicar es que el Gobierno de la Ciudad dictamino un boletín donde explica el embalaje de la prenda, y la sustentabilidad de la misma.

Todas las prendas deberán tener una criteriosa revisión, ser correctamente dobladas y planchadas, provistas en envase individual, hermético, transparente e impermeable, con indicación del talle. Deberán tener etiqueta que indique marca o nombre del proveedor, número de talle y recomendaciones respecto del lavado y planchado de la prenda de conformidad con lo dispuesto por la Resolución N°287/2000.

En todos los casos el embalaje utilizado debe estar reducido a la mínima cantidad necesaria para la protección, preservación y el correcto y seguro traslado del bien adquirido.

El embalaje deberá ser adecuado para resistir, sin limitaciones, durante el transporte, manipulación brusca y descuidada. Para determinar el tamaño y peso de los embalajes se tendrán en cuenta, cuando sea el caso, la lejanía del destino final de los bienes y la carencia de equipo pesado de carga y descarga en todos los puntos en que los bienes deban transbordarse. El embalaje de los productos deberá estar confeccionado con materiales reciclados certificados y/o reutilizables y/o reciclables papel/cartón, polietileno, polipropileno, poliestireno, deberá ser no tóxico y seguro para las personas que tiene contacto con él en todo su ciclo de vida.

Todo esto no significa que la contaminación sea el único problema en el sector de la indumentaria. El trabajo forzoso en condiciones insalubres es otro motivo de preocupación en nuestro país que produce la desvalorización de la prenda.

2.2 Trabajo forzoso en Argentina

Visto y considerando que a pesar de estar en el siglo XXI sigue existiendo la esclavitud, el trabajo forzoso y no registrado, la situación del mundo textil y de nuestro país es más que preocupante. Bajo estas modalidades, se transgreden y vulneran los derechos de las personas de bajos recursos y se toma ventaja de sus necesidades.

Según el convenio de trabajo forzoso de la Organización Internacional del Trabajo, el trabajo forzoso u obligatorio es todo trabajo o servicio exigido a un individuo bajo la amenaza de una pena cualquiera y para el cual dicho individuo no se ofrece voluntariamente. Esta definición consiste en tres elementos:

Trabajo o servicio hace referencia a todo tipo de trabajo que tenga lugar en cualquier actividad, industria o sector, incluida la economía informal.

Amenaza de una pena cualquiera abarca una amplia gama de sanciones utilizadas para obligar a alguien a trabajar.

Involuntariedad: La expresión 'se ofrece voluntariamente' se refiere al consentimiento otorgado libremente y con conocimiento de causa por un trabajador para empezar un trabajo y a su libertad para renunciar a su

empleo en cualquier momento. No es el caso por ejemplo cuando un empleador o un reclutador hacen falsas promesas con el fin de inducir a un trabajador a aceptar un empleo que de otro modo no habría aceptado. (OIT, 1930)

El trabajo forzoso es impuesto a adultos y niños, por autoridades estatales, empresas privadas o individuos. La Organización Internacional del Trabajo, elaborada junto con *Walk Free Foundation* y la Organización Internacional de Migraciones, muestran que actualmente más de 40 millones de personas son víctimas de diversas formas de sometimiento y explotación. Revela que los ingresos de la esclavitud moderna superan los 150.000 millones de dólares anuales. En América Latina, los beneficios suman U\$D 12.000 millones por cada individuo forzado a trabajar, embolsan 7.500 dólares de ganancias ilegales. La OIT tiene convenios donde obliga a los países que forman parte de la organización a eliminar la esclavitud dentro de cada país, lo cual significa que casi todos los países están obligados por ley a respetar sus disposiciones y a informar periódicamente sobre su aplicación a los órganos de control de las normas de la OIT. En junio de 2014, gobiernos, empleadores y trabajadores reunidos en la Conferencia Internacional del Trabajo de la OIT, CIT, decidieron dar un nuevo impulso a la lucha mundial contra el trabajo forzoso, incluidas la trata de personas y las prácticas análogas a la esclavitud.” (OIT, 2014).

Los medios de comunicación y las organizaciones argentinas concentradas en la denuncia hicieron viral la expresión trabajo esclavo para hablar de esa enorme cantidad de hombres y mujeres. En su mayoría provenientes de Bolivia, producen para una de las economías más rentables y expansivas de la última década, tanto las grandes marcas nacionales y extranjeras como una red de ferias populares forman parte de esa trama. (Gago, 2009). El crimen en Argentina no solo es la esclavitud, el trabajo forzoso e insalubre, sino también la trata de personas, este crimen organizado es un factor muy grande, ya que las personas inmigrantes en su mayoría provienen de países como, Perú, Paraguay y Bolivia, vienen al país en busca de una vida mejor, las personas que las transportan les secuestran su identificación y llegan al país sin documentación

alguna, les dan el pasaje, comida y albergue, en fin los amenazan con que tiene que pagarles todo el servicio que le dieron, o que los van a regresar a su país ya que no tiene la documentación necesaria.

La trata de personas como un conjunto de problemas, moral, migratorio, crimen organizado, de orden público, laboral y fundamentalmente de derechos humanos. Nuestro país tiene las cifras de trata laboral a la par de la cifra de explotación sexual. Como punto de solución al problema es poder contar con los elementos legales para un mejor control. Culpando a un estado ausente, corrupto e inepto para tratar este tema, y así proteger a las personas que deben de dejar de ser cifras, asegurando la protección de sus derechos humanos. Remarcando que toda la sociedad debe conocer, difundir y accionar sobre el problema para que el tema sea simplemente una expresión en desuso. (Ussher, 2009)

En nuestro país, el trabajo forzoso está prohibido por la Ley N ° 26.364 de 2008. La Constitución Argentina también prohíbe la esclavitud. Todo contrato de compra y venta de personas es un delito para el que los realiza, y el notario o funcionario que la aprueba, son responsables. Además, en los últimos años, Argentina tomó medidas significativas para erradicar la trata y el trabajo forzoso. La sanción de la ley 26.842 y la creación del Consejo Federal de Lucha contra la Trata y Explotación de Personas son ejemplo de ello. Asimismo, Argentina es uno de los 25 países que ratificaron el protocolo de 2014 relativo al Convenio 29 de la OIT sobre trabajo forzoso, y fue el segundo en hacerlo en el continente americano, después de Panamá. (OIT, 2014.) Si legalmente Argentina se encuentra preparada, entonces ¿Será que los controles debidos para combatir la trata de personas y el trabajo forzoso está siendo corrompido? En un ambiente ilegal donde lo recaudado es demasiado, no cabe duda que existe una red de corrupción detrás, donde la complicidad entre el estado y las marcas que pagan para la confección de sus prendas mantienen los talleres funcionando. Gago explica que:

En Argentina, la mayor cantidad de personas que son víctimas de trata, son de nacionalidad boliviana. Dos millones de bolivianos son una parte de la cifra de las personas extranjeras que residen en Argentina, de las cuales entre cien mil y ciento treinta mil son personas esclavizadas en los talleres. Los residentes de los países limítrofes asentados en Argentina son entre tres y cuatro millones de personas, según datos consulares de la Dirección Nacional de Migraciones. (Gago).

Haciendo un paréntesis se dará a conocer a la fundación Alameda, que es una organización no gubernamental que lucha contra la trata de personas, el trabajo esclavo, la explotación infantil, el proxenetismo y el narcotráfico, lo que incluye el trabajo contra la corrupción y delitos tales como el lavado de dinero, el tráfico de bebés y delitos ambientales. Su titular es Gustavo Vera, La Alameda se llama popularmente a la asamblea que tuvo lugar el 20 de diciembre del barrio porteño de Parque Avellaneda que nace en plena crisis de 2001, donde se organizó organizando una olla popular a cielo abierto en el parque que con diversas actividades para los vecinos afectados por los altos niveles de pobreza.

En datos nacionales Vera afirma que el 80% de la ropa en Argentina es ilegal donde solo en la ciudad existen 3000 talleres clandestinos en funcionamiento. Así es como no solo la explotación laboral se instala en el rubro textil, sino también en zonas rurales, en donde las personas residentes solo un 36% término los estudios primarios. Los altos índices de vulnerabilidad en el ámbito rural reflejan que este sector casi no tiene llegada a la Justicia para poder presentar demandas, y tampoco conocen sus derechos laborales. “En 2018, las autoridades argentinas rescataron a 718 personas de las redes de trata. La mayoría de ellos eran obreros textiles bolivianos. En diciembre pasado una niña de 11 años murió en un incendio en un taller ilegal en Buenos Aires, donde trabajaba su madre. Lo mismo les había sucedido a cinco menores en 2006.” (DW, 2018)

La trata de personas para la explotación laboral, es decir, el trabajo esclavo, es la forma más extendida y conocida de explotación de personas en talleres de confección de indumentaria textil. Este delito organizado tiene dos rasgos que definen el ejercicio de la coerción y la denegación de la libertad. Cuando un grupo de personas buscan nuevas oportunidades para tener un estilo de vida mejor, muchas veces son engañadas y caen en las tratas, debido a que se les ofrece transporte, comida, alojamiento y documentos legales en el país residente, pero la realidad que les espera es muy diferente. Se les obliga a trabajar en talleres en condiciones inhumanas con la amenaza de que deben

pagar los servicios que utilizan actualmente, y los que han utilizado en el pasado. Muchas veces, aun con la deuda paga, siguen obligándolos a trabajar con una remuneración de centavos por cada prenda confeccionada. Gago toma una declaración de un costurero de Flores:

En Bajo Flores hacemos prendas y les ponemos etiquetas que *dicen Made in India o Made in Thailand*. De ese modo nadie va a pensar que lo que compra está hecho por bolivianos en Buenos Aires, en talleres clandestinos. Creen que viene del lejano oriente. Usualmente para poder reclutar costureros, todos sabían que en las calles de la esquina Cobo y Curapaligue, era el mercado de humanos”, cuenta sonriendo un costurero que improvisa una versión local e invertida del orientalismo: construir una ajenidad exótica capaz de concentrar todos los estigmas pero que pone una distancia enorme con la confección hecha en locales de barrios porteños, adentro de las villas, y en muchos partidos del conurbano. (Gago, 2009).

Uno de los términos más frecuentemente usados en esta práctica es el de cama caliente, en el cual las personas cosen durante un horario determinado con la cama al lado para descansar y luego volver a coser sin perder el tiempo. Son una de las tantas cosas que los obligan hacer los encargados del taller a las personas víctimas de este maltrato. Entonces estos talleres acusados de maltrato hacia la dignidad de una persona, violación de los derechos, la venta de personas y la privación de la libertad, estos mismos son los puntos que el Estado, la marca, los consumidores y toda la cadena que es copartícipe, son implicados en cada crimen que los talleres conllevan.

2.3 Marcas cómplices

Actualmente organizaciones como La Alameda, la Procuraduría de Trata y Explotación de Personas PROTEX y la Red Ropa Limpia, comparten el objetivo destinan un objetivo en común de denunciar los talleres clandestinos, generar conciencia y educar en consumo responsable desde el nivel inicial.

En la provincia de Buenos Aires se pueden reconocer los barrios donde existen la mayoría de denuncias a talleres clandestinos, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se encuentran en “el barrio de Floresta, con límite en el barrio de Villa Santa Rita, y comprendido entre las Avenidas Rivadavia, Nazca, Juan B. Justo y Segurola” (PROTEX, 2016), así también como El Mapa del delito de las 170 talleres clandestinos que

denuncia en el 2015 la Fundación Alameda, (Figura 9) donde los talleres clandestinos se encuentran en los barrios de Flores, Floresta, Recoleta, Villa Crespo, Versailles, Once, Villa General Mitre, Mataderos, Almagro, Villa Santa Rita, Lugano, Parque Patricios, y Liniers.

En el año 2018, la Procuraduría identifica 240 denuncias de explotación laboral en las cuales 64 son del sector taller textil.

La Alameda denuncia hasta el día de la fecha, desde 2013, 112 marcas que utilizan talleres de costura clandestinos para confeccionar sus prendas:

1. 45 minutos
2. 47 street
3. Adidas
4. Akiabara
5. Aleluya
6. Avia
7. Awada
8. Ayres
9. Baik
10. Bataglia
11. Belen
12. Benito Fernández
13. Bensimon
14. Berry Blue
15. Big Mamá
16. Bill Bell
17. Bombe
18. Brodery
19. By me
20. By Simons
21. Capitu
22. Cara Cruz
23. Casa Andy
24. Casazu
25. Cheeky
26. Chocolate
27. Chorus Line
28. Ciclo
29. Claudia Larreta
30. Cleo
31. Coco Rayado
32. Como quieres que te quiera
33. Cossas
34. Creaciones Reagan
35. Criguer
36. Cueros Chiarini
37. Cueros Crayon
38. Dany
39. Denitro
40. DM3
41. DOS
42. Duffour
43. Eagle
44. Esca sso
45. Falabella
46. Fiers
47. Fila
48. Florida Chic
49. Gabucci
50. Graciela Naum
51. Jomagui
52. Jorge Ibáñez
53. Keoma
54. Kill
55. Kosiuko
56. Krenacia
57. Lacoste
58. Laurencio Adot
59. Le Coq Arena
60. Le Coq Sportif
61. Lecop-Arena
62. Leed's
63. Lidase
64. M51
65. Maibe
66. Manía
67. Marcela Koury
68. Mars S.A.
69. Martina Di Trento
70. Mela
71. Mimo
72. Mohicano
73. Montagne
74. Mo to
75. Muaa
76. Nare
77. Narrow
78. Nasa
79. ND
80. Normandie
81. Oceans
82. Ona Sáez
83. Pamplinas
84. Perdomo
85. Pierre Ballman
86. Portsaid
87. Puma
88. Rash Surf
89. Redskin
90. Rusty
91. Scombro
92. Seis by Seis
93. Siamo Fuori
94. SOHO
95. Susane
96. Tabatha
97. Tango
98. Tavernitti
99. Tiziano
100. Tobaba
101. Topper
102. Vago's
103. Viñuela
104. Vitamina
105. Vitori-Vo
106. Yagmour
107. Yakko
108. Básica
109. Yessi
110. Zaf
111. Zanova
112. Zara
113. Zizi Jeans (La Alameda 2013).

Como se puede observar, no solo estamos hablando de marcas de segunda categoría sino también de primera que se ven en la mayoría de los shoppings. Aun así al realizar muchos procesos tercerizados, las marcas no pueden tener al alcance el control en todo el circuito, en cierto punto pierden el seguimiento, un taller textil puede mandar a confeccionar parte de la partida al no llegar con el tiempo de entrega, entonces el grupo de personas responsable para que esto no suceda se va agrandando. Es así que una

marca debe tener bien en claro sus políticas, para poder transmitirla a sus trabajadores y que estos la lleven a cabo. Es muy difícil desarmar los talleres clandestinos, ya que en su mayoría la policía es cómplice de este crimen. Como ciudadanos y consumidores nos corresponde luchar contra la esclavitud moderna, no ignorar señales que se identifiquen como taller ilegal, culpable del trabajo forzoso. Rene García, se dedica al sector de la confección con su familia, coincide con que el riesgo que se corre al tercerizar la producción de la confección de indumentaria es grande, él explica que el solo habla con una persona y no se sabe lo que pasa en el lugar diciéndole que trabajan con la familia pero no sabe si es verdad y tampoco tiene la herramienta para saber realmente con quien trabaja (comunicación personal, 4 de Noviembre de 2019).

El consumidor de una marca tiene la responsabilidad de preguntar o saber dónde se confeccionan las prendas. La información que brindan las marcas no son suficientes o muchas son engañosas, la transparencia de dicha información es fundamental para que el sector sea ético, digno y sin crimines.

En la zona de Floresta, con limite al barrio Santa Rita, entre las Avenidas Rivadavia, Nazca, Juan B. Justo y Segurola se encuentra la mayor presencia de talleres de costura denunciados, además, una alta concentración de domicilios se ubica en la zona comercial conocida como Avellaneda donde se nuclean cientos de comercios de venta mayorista y minorista de indumentaria y de productos de diferentes rubros calzado, juguetería, bazar, entre otros que son ofrecidos en la vía pública.

De acuerdo a la información de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires comprende uno de los distritos más afectados por la informalidad de esas bocas de venta y en Agosto de 2015 alcanzó un récord de vendedores ilegales con 13.596 puestos de venta callejeros. Entonces, los talleres clandestinos no solo se identifican con un lugar fijo, sino que también pueden desarrollarse a través del vendedor ambulante, que no está inscripto en el sistema, no tiene control de mercadería, facturación, etc. En datos la Procuraduría de Trata y Explotación de Personas informa:

El rubro de indumentaria tiene la mayor proporción de vendedores ilegales y de ventas en la ciudad. El 64,8% de los puestos detectados pertenecen a ese sector (8.653 casos) y se estima que las ventas mensuales representan el 78% del total de las ventas ilegales en la ciudad. Asimismo, la mayor cantidad de ventas se orienta a ropa de marcas falsificada y solo una minoría de vendedores comercializa marcas propias o revende artículos sin falsificar. (La Procuraduría de Trata y Explotación de Personas, 2016).

Uno de los factores que están dentro de la problemática son los vendedores ambulantes ilegales, debido a que su control es mucho más difícil. No cuentan con la reglamentación que requiere un local para funcionar, su lugar geográfico no está determinado ni es fijo. Si los consumidores tuviesen conciencia del trasfondo que significa comprar productos a los vendedores ilegales, no existiría consumo. En este sentido, es posible pensar que una campaña de concientización pueda darle una solución a este problema. Puede comprenderse al consumidor de este tipo de relevancia pensando en que su objetivo sea reducir el costo del producto, aunque muchas veces el producto tiene una vida útil tan baja que en total las veces que compra un jean son suficientes para comprar uno de mejor calidad de un negocio registrado.

2.4 Etiquetas de composición

Las prendas tienen una parte legal, que se guían por reglas, las etiquetas que se encuentran en la izquierda de toda prenda, o en el delantero en el caso de la pantalonera. Estas etiquetas, que los consumidores deciden cortar de las prendas para ganar mayor comodidad, directamente a veces no son implementadas por decisión del empresario o responsable de la marca. El etiquetado se ha demostrado como un instrumento necesario y conveniente para conectar al fabricante con las demandas del consumidor fina, de forma voluntaria, los fabricantes cada vez complementan más sus artículos con etiquetas accesorias que pueden dar respuestas a los intereses de un comprador cada vez más exigente tales como origen, sostenibilidad, trazabilidad, mano de obra empleada, tipo de cultivo, procesos de elaboración, consumo de agua y electricidad, entre otras. El conocimiento de la composición y de las condiciones de conservación y mantenimiento son factores determinantes a la hora de decidir la compra

de artículos textiles, pues ello permite al consumidor conocer el nivel de calidad de la prenda que adquiere y el mantenimiento que se le debe aplicar.

Para el etiquetado de las prendas, en la Argentina se utiliza la Resolución 287/2000 del Reglamento Técnico de Etiquetado de Productos Textiles de la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor. En dicha Resolución se puede encontrar toda la información obligatoria que debe constar en la etiqueta, la presentación de la información, composición, tratamiento de cuidado para conservación y el rotulado de envases.

La información que deberá constar en la etiqueta es la siguiente.

Nombre o Razón Social e Identificación fiscal del fabricante nacional o del importador según el caso.

El nombre o Razón Social del fabricante o importador podrá ser sustituido por la marca registrada por dicho fabricante o importador en el órgano competente del país de consumo. País de origen, no serán aceptadas solamente designaciones de bloques económicos (CIAI, 2013).

La indicación del nombre de las fibras o filamentos y sus composiciones expresada en porcentaje, según el Reglamento Técnico de Etiquetado de Productos Textiles de la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor, el nombre genérico de las fibras textiles o de los filamentos textiles o de ambos acompañado del porcentaje de participación, en masa, en el 100% del producto textil. El porcentaje de participación será consignado en orden decreciente y en igual destaque (MERCOSUR, 2007).

Tratamiento de cuidado para la conservación, La información sobre los tratamientos de cuidado para la conservación es obligatoria. La declaración de esta información debe estar de acuerdo con la norma ISO 3758, 2005. Esta información podría estar indicada por símbolos, textos, o ambos quedando la elección a cargo del fabricante o del importador o de aquel que impone su marca exclusiva o razón social o quien posea licencia de uso de una marca.

Son alcanzados por esta obligación los siguientes procesos, lavado, blanqueado, secado, planchado y limpieza profesional, los que deberán ser informados

Indicación del talle o tamaño según corresponda.

Las personas responsables de las etiquetas, están obligados a la veracidad de la información que se provee en las mismas, estar en caracteres fácilmente legibles y claramente visibles, no pudiendo en ningún caso tener una altura inferior a 2 mm. En ese caso las informaciones establecidas en el Capítulo II del Reglamento no podrán ser indicadas.

Las informaciones ya mencionadas al principio de este subcapítulo como, nombre o razón social, marca registrada, entre otras, tienen que ser indicadas, satisfaciendo los requisitos de fijación de carácter permanente, no siendo aceptadas abreviaturas, excepto en el caso de talle o tamaño, razón social como, S.A., Ltda., etc. Identificación fiscal, C.G.C., C.U.I.T., R.U.C., etc (MERCOSUR, 2007).

Se entiende como permanente la indicación que no se suelte, no se disuelva ni se borre y acompañe al producto a lo largo de su vida útil, en tanto se apliquen los procedimientos de limpieza y conservación recomendados.

El idioma a ser utilizado deberá ser aquel del país de consumo y sin perjuicio de que además puedan emplearse otros idiomas.

Las informaciones podrán constar en una o varias etiquetas o a ambos lados de una misma etiqueta. En el caso de que el producto contenga una etiqueta indicativa de composición en un idioma distinto del país de consumo, se adicionará otra etiqueta con las denominaciones debidas explicadas dentro de la Reglamentación, colocada en forma continua o yuxtapuesta; en este último caso sin ocultar la información original.

Dos o más productos textiles, que posean la misma composición de materias primas y formen un conjunto que constituya una única unidad de venta, y solamente puedan ser vendidos como tal, podrán utilizar una sola identificación. Por último, tal como expresa uno de los puntos de la Resolución 287/2000, es imprescindible incorporar un talle a la

etiqueta (CIAI, 2013). Para ello, es necesario que las empresas respeten lo establecido por las distintas leyes de talles aprobadas en el territorio nacional.

Los consumidores tienen derecho a recibir una información detallada, veraz y clara sobre las características de los productos textiles, por ello, las empresas dedicadas a la fabricación, importación y comercialización de productos textiles están obligadas a observar las disposiciones de la Reglamento Técnico de Etiquetado de Productos Textiles de la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor.

Además proporciona a los consumidores, la existencia de un instrumento que asegure una clara y correcta identificación de la composición de los productos textiles, de las dimensiones y el gramaje de los tejidos y del título de los hilados, así como de las características de tratamiento, limpieza y conservación de los productos textiles a lo largo de su vida útil.

En el Reglamento Técnico, se define producto textil como aquel que está compuesto exclusivamente por fibras textiles o por filamentos textiles o por ambos, en estado bruto, elaborado o semielaborado, manufacturado o semimanufacturado, confeccionado o semiconfeccionado (MERCOSUR, 2007).

Además, se consideran como producto textil aquellos con el 80 % de su masa, como mínimo, constituido por fibras textiles o filamentos textiles o ambos. Los revestimientos de bienes que no son textiles. Estos revestimientos deben contener productos textiles en un 80 % de su masa, como mínimo.

Las exigencias de este Reglamento Técnico no se aplican a los productos textiles terminados que se encuentran dentro de una empresa productora y se destinan a la exportación. Estos productos deben estar envasados e identificados inequívocamente ante una eventual fiscalización de la autoridad competente a la empresa.

En el caso de respetar el Reglamento, la Dirección Nacional de Comercio Interior impuso una multa de 25.000 pesos por infracción a los puntos 1.3.2 y 1.4 del Anexo 1 de la Resolución N° 287/2000 de la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor, reglamentaria de la ley 22.802 (MERCOSUR, 2007).

Ese apartado hace alusión a reglamentación técnica del etiquetado de productos textiles, disponiendo en los puntos mencionados que “el idioma a ser utilizado deberá ser aquel del país de consumo y sin perjuicio de que además puedan emplearse otros idiomas. Asimismo, el punto I.4 de aquel reglamento, establece que las informaciones podrán constar en una o varias etiquetas o a ambos lados de la misma. En el caso de que el producto contenga una etiqueta indicativa de composición en un idioma distinto del país de consumo, se adicionará otra con las denominaciones debidas en el Anexo I colocada en forma continua o yuxtapuesta; en este último caso sin ocultar la información original.

Es decir que la acción de la multa es por falta de la realización de ciertos puntos del Reglamento, no por el incumplimiento de la colocación de la etiqueta.

Capítulo 3: Abastecimiento de industrias y cooperativas en el país

El diseño es responsable de apoyar a la situación económica textil nacional, es parte del proceso de la indumentaria. El diseño puede ser el motor para el apoyo que la industria textil y el producto nacional, necesita. El diseñador argentino no debería dejar de lado la problemática que enfrenta el sector. Yael Kim presidente de la Fundación ProTejer sostiene que hace tres años vienen perdiendo la industria textil y describe al gobierno como un cáncer que va matando todo. Yael, asegura que las importadoras también están quebrando comparado con años anteriores. (Comunidad Textil, 2019).

3.1 Crisis en el sector de la industria textil

Comenzaremos con situar actualmente el estado en que se encuentra la industria nacional textil. Desde mucho tiempo antes, la crisis en el sector existió, aunque nunca continuamente, y siempre con aspectos diferentes. Fue en el año 1990, donde existía una mayoría de empresas que fabricaban productos nacionales, aun así luego de la crisis del 2001 el sector textil se desmorono. El mayor culpable en este caso fueron las importaciones, al haber mejores precios en productos con los cuales los nacionales no podían competir, en este caso el diseño de autor creció en Argentina. Desde el año 2003 Argentina comienza una etapa de crecimiento que se detuvo actualmente, donde los problemas empiezan desde el incremento de los servicios, agua, luz y gas, hasta la gran caída del consumo nacional el cual fue el factor principal en la crisis del sector Yael diferencia la crisis del 2002 con la actual, refiriéndose que “una fue una crisis fuerte pero de corto plazo. En cambio ahora hace tres años consecutivos venimos perdiendo de a poco.” (Comunidad Textil, 2019).

Actualmente, Ariel Schale, Director Ejecutivo de la Fundación ProTejer agrega:

Este es un sector que perdió más de 16.000 puestos de trabajo (durante 2016 hubo alrededor de 8.000 despidos formales y otros 7.000 informales) y está funcionando con el 57% de su capacidad instalada. 'Pretender que con la apertura económica vamos a poder competir, que vamos a bajar los precios es muy ingenuo', concluyó. (Listek, 2018).

Una consecuencia mayor es la cantidad de personas que se quedan sin trabajo, al quebrar las pocas fábricas que quedan en el país, la Fundación ProTejer, realizó una encuesta, en el año 2018, la cual determinó que la “Caída de las ventas en el mercado interno, deterioro de la actividad económica, aumento de los costos de las materias primas y de los insumos, incremento de tarifas y de la presión tributaria son algunos de los motivos por los cuales los industriales textiles quiebran” (Sanguinetti, 2019)

Los factores negativos van incrementando, los aumentos a los servicios, la caída del consumo, el encarecimientos de la materia prima, los impuestos, sueldos, cargas sociales es decir aumento de los costos fijos, traen como consecuencia una afectación a la empresa indirectamente. Entonces es razonable que las inversiones se frenen, la Fundación ProTejer preveía que las ventas, producción no mejorarían desde el año 2017, entonces las inversiones terminarían claramente estancadas. En datos oficiales, Yael Kim cuenta que el 89% de las empresas sufrió caída de sus ventas, otro 60% despidió personal y un 73% ni siquiera pudo exportar y tampoco pudo variar sus ingresos y mucho menos cumplir con sus planes de inversiones. (Sanguinetti, 2019). Estos datos corresponden a nivel país, pero en las provincias que tienen polos industriales, los problemas se agravan.

El día once de Enero de 2019, se da a conocer por EL Chubut, que el intendente Adrián Maderna, declara la emergencia laboral textil en Trelew, “en virtud de ‘la grave situación que padecen las empresas del Parque Industrial dedicadas a dicha actividad, en cuanto al mantenimiento de su producción y de su personal así como también en referencia al pago de los servicios básicos necesarios para su funcionamiento’, según detalle el texto de la resolución.” (REDACCIÓN CHUBUT, 2019).

El objetivo era impedir los despidos de los trabajadores, los sindicatos SETIA y AOT advirtieron que por el aumento de las tarifas en los servicios, hay 900 trabajadores del Parque Industrial en riesgo (El Diario, 2019). La provincia de Chubut en la situación textil es el más perjudicado, teniendo en cuenta que es una de las industrias principales de la provincia. En este caso la utilización del total de las máquinas alcanza solo al 43,9%,

lo que quiere decir que casi seis de cada diez elementos de trabajo que hay en este tipo de industrias están sin funcionar. (El Diario, 2019). El presidente de la Federación Argentina de la Industria de Indumentaria y Afines, FAIIA, coincide en que el mercado interno se derrumbó, al tener una industria que no es gran exportadora, el grueso del consumo es interno, y considerando que el mismo está golpeado por la inflación y el aumento de tarifas, no es difícil imaginar el resultado (Listek, 2018).

Yeal Kim, comentó que el problema fundamental es la falta de demanda, que proviene del hecho de que los consumidores perdieron poder adquisitivo. “El argentino gasta cada vez menos en alimentos y bebidas, así que imagínese en todo lo que es indumentaria. En este contexto, las marcas en lugar de seguir la tendencia de moda, tratan de reutilizar los remanentes de stock que les habían quedado. Todos están perdiendo dinero”, resume el directivo, que es presidente de la compañía textil Amesud. (Comunidad Textil, 2019).

La ganancia mayoritaria para los fabricantes textiles en Argentina, fue siempre el consumo interno, es muy poco la ganancia por medio de la importación, a la vez la inflación y la devaluación de la moneda argentina dieron como consecuencia la recesión de promociones, financiamiento en cuotas y descuentos provenientes de los bancos.

3.1.1 Empresas Textiles

La Federación de Industrias Textiles Argentinas, FITA es una entidad empresarial que se fundó en 1932, la cual agrupa a las industrias textiles de la República Argentina. La finalidad de la misma es defender los intereses de la industria textil, fomentando su desarrollo y perfeccionamiento, promover el bienestar de los mismos y prestigiar el mejoramiento económico y moral de la clase obrera ocupada por la manufactura textil del país.

La FITA agrupa hilanderías de fibras naturales y manufacturas, acabado textil, empresas especializadas en la producción de textiles para usos técnicos, geotextiles, fabricantes de guatas y no-tejidos; tejedurías y confeccionistas de textiles de hogar, de punto, etc. Dentro de la Federación se encuentran asociadas cincuenta y seis industrias.

A continuación se nombraran algunas de ellas, por categoría de tejidos de punto, plano y no tejidos. FITA (2019)

Empresas como Albalonga, Rontaltex, Tocki se especializan en tintorería industrial de hilados, estampado, sublimado, tejeduría y terminación.

En la categoría de los textiles de punto encontramos industrias como, Tintorería Industrial Modelo y Textil Amesud, Tendlarz, Confecor, las cuales además de especializarse en tejeduría de punto circular también cuenta con servicio de tintorería industrial, teñidos y terminación, en telas de la siguiente categoría, chiffon, corderoy, crepé, frisa, felpa, *interlock* o punto roma, *locknit*, media malla, moleton, morley o rib, piqué, plush, punto inglés, puño.

Además *Silvana* la empresa de ropa interior, medias masculinas, femeninas y otros productos femeninos. Ritex, en lo que respecta hilandería de algodón con sus etapas completas hasta llegar al cono de hilo. Hilados de pelos finos, hilados de viscosa, hilados de poliéster/algodón, viscosa/algodón hilados de poliéster multifilamento, hilados de fantasía, tejidos de punto circulares de algodón. Como también Algodonera Avellaneda la hilandería de algodón y mezclas, la cual ofrece tintorería de hilado, sus productos finales son tejidos de punto como jersey, rib morley, interlock, pique, frisa, algodón elastizado. A la vez Fadete ofrece servicios de hilandería, tejeduría de punto, tintorería y a diferencia de las otras cuenta también con estampería, los productos finales son chiffon, corderoy, crepé, felpa, interlock o punto roma, locknit, malla vuelta, media malla, mini jacquard, moletín, moletón, morley o rib, piqué, plush, polar, punto inglés, puño, terciopelo en varias composiciones. Y por último Valenciana Argentina Jose Eisenberg ofrece el servicio de hilandería de hilados de mono y multifilamentos de poliamida, puros, mezclados con elastano.

En lo que respecta a las textileras que sus productos finales son los tejidos planos se conforman en, *Vicunha* Argentina fabricación, Textiles Tala Tejeduría la cual ofrecer tejidos tales como terciopelo y pana, terciopelos para confección de moda masculina, femenina y niños, como también panas para tapicería y decoración, cortinas, cortinados y muebles; productos especiales como panas ignífugas, antimanchas e hidropelentes, impermeables, para hotelería, cines/teatros, industria automotriz.

La empresa *Santista Argentina* de hilandería, tejeduría, terminación y corte, ofreciendo textiles como denim de algodón, de viscosa, y poliéster, tela para guardapolvos, los cuales los tejidos son planos de algodón reforzado. *Linkolan* hilandería, tejeduría, tintorería y terminación de tejidos planos de lana y sus mezclas, tejidos planos de lana cardada y peinada, poliéster, viscosa, casimires, cheviots, franelas, gabardinas, tropicales y crepé de lana.

Entretelas Americanas dentro de la tejeduría plana ofrecen el servicio de tintorería, contando con entretelas tejidas para costura y fusiones.

La fábrica *Algoselan Flandria*, sus productos finales son tejeduría plana y jacquards y trapos para limpieza. Dentro del denim también se encuentra las empresas *Fibraltex*, cuenta con variaciones como el *Bull denim*, denim sobreteñido, y *Alpargatas* también como la empresa que cuenta con hilandería y tejeduría plana, sus productos finales son denim, sargas, gabardinas, tejidos teñidos con acabados especiales, textiles para el hogar, ropa de trabajo y trapos para limpieza. Esto es común en las últimas dos fábricas mencionada, ya que los trapos son realizados por el desperdicio del algodón para la tejeduría que dará con el textil del denim. Y por último se suma a la lista la Cámara Argentina de Fabricantes de Medias y Afines, denim original y denim color; sargas, gabardinas, tejidos teñidos con acabados especiales, textiles para el hogar, ropa de trabajo, trapos para limpieza y tejidos *luxury* para indumentaria casual.

Coteminas Argentina confección, hilandería de algodón y tejeduría, toallas de tipo esponja, jacquard de baño, de rostro, toalla de piso, salidas de baño, alfombra felpudo de baño. *Tipoiiti* Hilandería, hilados 100% de algodón peinados, cardados y *Open End*, hilados de poliéster con algodón, lyocell con algodón. Por último *Bekaert Textiles Argentina*, cuentan con hilandería, tejeduría y terminación.

Pastora Neuquen es una empresa que se encuentra dentro de los tejidos de punto pero no tanto de origen vegetal como las anteriores sino que es de origen artificial, ofreciendo la fabricación de hilados acrílicos, hilados enconados de acrílico, lyocell, viscosa con acrílico, acrílico con lana y de acrílico con poliamida.

Algunas textileras ofrecen el servicio de tejeduría plana y de punto tales como, Tecotex, su servicio cuenta con hilandería, tejeduría plana y de punto, tintorería, estampería y confecciones, sus productos finales son, sarga, gabardina, tricolina, poplín, voile, frisa, viyella, raso, granité, brin, guardapolvo y forrería; en lo que respecta a confecciones, se enfoca a sabanería, acolchados, cubrecamas, cobertores, mantelería, toallas. También como Algodonera San Nicolás que cuenta con hilandería de algodón, mezclas y retorcidos, sus productos finales son la tejeduría plana y tejidos de punto, sus productos son ideales para mallas de baño, aeróbico, deportivas y ropa interior para mujeres, en colores lisos y estampados, jersey de algodón y jersey de modal; además ofreciendo acabado textil, confección, bambula, bandera, batista, corderina, gasa, gabardina, granité, gross, madrás, navideños y loneta.

La empresa textil Cladd cuenta con los servicios de lavado, peinaduría, hilandería, torceduría, tejeduría, tintorería y terminación, sus productos finales son, polar, frisa, rústico, jersey, ribb, deportivo, piqué y *towel*. Cordonsed Argentina sus servicios son producción de fibra acrílica y tintorería de hilados.

Estampados Rotativos los servicios con los que cuentan son, tejeduría plana y de punto, estampería y tintorería industrial. Los productos finales son, ottoman, perkal, pilú, poplines, raso, repasador, rústico, sarga, short de baño, toallas, tursor, jersey, interlock, ribb y sábanas.

Otra categoría dentro de los tejidos son los no tejidos, son los tejidos que no necesitan convertir las fibras en hilo, se realiza mediante un proceso mecánicos, térmicos o químicos, estos mismo no necesitan ser tejidos. Estos materiales textiles no se deshilachan; por eso, son utilizados para la confección de prendas y accesorios de alto rendimiento. Dentro de esta categoría se encuentran las textileras como, Textil Valerio, fabricación de no tejidos, guatas, matelasse, acolchados, paños limpiadores, alfombras no tejidas, geo textiles. Caimari, sus productos finales son, fieltros de lana, teñido, guata, algodón termo formable, fieltros de lana para usos industriales como automotriz, construcción civil, uso doméstico, geotextiles.

Entonces dentro de la industria Argentina se podría comprender que existe cierta variación de diferentes tejidos para diferentes sectores, desde el vestir hasta la decoración de interiores. Suponiendo que la composición en hilos son manufacturados en Argentina, aunque muchas de estas industrias deben importar distintos hilados para la composición del textil que no se encuentra dentro de la nación.

3.1.2 Cooperativas

El término de cooperativa es amplio, no termina de tener un concepto definido ni perfecto. Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales, y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y gestión democrática. Lassere explica que la cooperación parte de las necesidades del humano, consumidores o trabajadores. El deseo va más allá de lo material, porque el trabajador además de desear ganar dinero a la vez quiere, una seguridad de empleo, un ambiente de camaradería en el lugar de trabajo, un lugar para desarrollar su personalidad y una vejez asegurada (2008).

Una de las principales características con las que cuentan estas empresas, es que todos sus miembros las poseen, todos toman decisiones con el mismo nivel de obligaciones, derechos y peso de las decisiones, ya que cada miembro cuenta con un voto.

El objetivo de las cooperativas es dar un servicio determinado y lograr beneficios de todos, crear una interdependencia, ofrecer servicios de calidad a precios económicos, compartir el riesgo que conlleva el desarrollo de la misma y beneficiarse del apoyo mutuo.

Existen diversas categorías de cooperativas, como también diversas necesidades a satisfacer, las que producen bienes y servicios, y las que obtienen los bienes y servicios o la que son mixtas que combinan la producción y la obtención de los bienes y servicios. Entre ellas existen las cooperativas Industriales, agrícola, artesanal, de vivienda, de producción pesquera, de transporte, de ahorro y crédito.

El consumidor prefiere obtener productos baratos pero también se preocupa por la calidad, variedad y comodidad, en especial respecto a las viviendas, la comida y la ropa; el consumidor desempeña un lugar de expresión de personalidad y relaciones humanas. El desarrollo y resultado de la cooperativa va depender de los comportamientos que tengan sus miembros, la honestidad, la lealtad en sus operaciones, la puntualidad en sus pagos o reembolso y calidad en sus entregas y trabajos, aclara Lessere (2008).

Es importante que los valores explicados sean parte de los cimientos de una cooperativa, para poder llegar a una cooperativa ética y con un próspero funcionamiento. Además esa humanización de la empresa y también de la economía, responde a una necesidad profunda de la época en la que vivimos y es motivo de legítimo orgullo.

En consiguiente se agruparan a las cooperativas del rubro indumentaria que existen dentro del país.

La Red Textil Cooperativa agrupa a cooperativas de trabajo con objeto social textil, que a través del asociativismo pretenden consolidarse como un emprendimiento económico productivo integral de carácter sectorial, buscando integración tanto horizontal como vertical (RTC 2007). Para ello, son parte de esta red, cooperativas que producen hilados, telas, talleres textiles cooperativos que se especializan en corte, estampado, bordado, confección de todo tipo de prenda. Este abanico brinda posibilidades y potencialidades para lograr distintos grados de integración.

Algunos ejemplos son Cooperativa de Trabajo Sion, Cooperativa de trabajo Bebe De Mamá, Cooperativa Textil Pigue, Cooperativa de Trabajo La Maqueta. Esta última ofrece los servicios de diseño gráfico e impresión de artículos publicitarios, abarcando desde pines, llaveros, lapiceras, bolsas ecológicas, gorras y remeras, hasta cartelería en lona, vinilo, micro perforados y papel fotográfico. Además diseña, confecciona y comercializa prendas con una marca propia, Buenaventura indumentaria. Más casos son los de la Cooperativa de Calzado Pacha Mama, Cooperativa de trabajo La Patria Grande, que es

una organización creada con el fin de generar trabajo digno y fortalecer la producción local y nacional. Cuentan con tres talleres, dos en La Plata y uno en Mar del Plata donde realizan el corte la producción y terminación de productos textiles. Venden por mayor y menor. Cooperativa de trabajo Pupore, que se dedica a la industria textil, de indumentaria y de calzados. Cooperativa Amuyen, Cooperativa de trabajo Mundo Nuevo, Cooperativa de trabajo Ríos De Lluvia, Cooperativa de trabajo Diseños De Mi Pueblo, Cooperativa de trabajo Visión Trabajo Futuro, Cooperativa de trabajo Textil Resurgir, Cooperativa de trabajo Textil La Primera, Cooperativa Textil La Varedense, Cooperativa de trabajo Estrella Azul II, Cooperativa de trabajo Kbrones, es una unidad de penitenciaria para darle una nueva oportunidad a aquella persona para volver a empezar, a través de los valores y los principios cooperativos. Trabajan cueros en un principio, actualmente confeccionan indumentaria especialmente de trabajo. Cooperativa Textil La Varedense, Cooperativa PRIMERO de MAYO, Cooperativa de trabajo Mac Body, Cooperativa de trabajo Sol De Primavera, Cooperativa Creciendo Juntas, Cooperativa Inimbo, Cooperativa de Trabajo Textil y del Calzado de Capitan Bermudez Transire y Cooperativa de trabajo El Progreso.

El informe de la República Argentina del Poder Ejecutivo Nacional (2018) explica la actividad desarrollada en el rubro textil de las cooperativas:

La cooperativa tendrá por objeto asumir por su propia cuenta, valiéndose del trabajo personal de sus asociados, las actividades inherentes a: a) Confección textil, industrial en serie, confección de ropa fina, lencería, entramado diseño y realización de modelos de temporada, trabajos a medida, bordados, tejidos y todo tipo de accesorios para la indumentaria; b) Dictado de cursos, enseñanza de oficio, desfiles y presentaciones.

En Argentina, luego de la crisis del 2001 en donde muchas empresas quebraron, los obreros fueron quienes se hicieron cargo de las mismas y, con el objetivo de que siguieran en funcionamiento muchas textileras y talleres de confección se transformaron en cooperativas que continúan funcionando de esa manera hasta el día de hoy. La Alianza Cooperativa enuncia que durante el año 2012 el número de cooperativas de trabajo creció un 239 % en Argentina. Por otra parte, un relevamiento

realizado por el diario La Nación, arrojó en 2012 se crearon 6024 cooperativas en el país, lo que representa un aumento del 239% en apenas 12 meses. En su mayoría provienen de la provincia de Buenos Aires pero, provincias como Mendoza, Córdoba y Santa Fe llevan un número elevado del doscientos treinta y nueve por ciento. La Nación señala que el incentivo de la creación de estas cooperativas son también una campaña electoral de Alicia Kirchner, a la vez aumentaron las denuncias sobre falta de control, discrecionalidad, uso político de los trabajadores por parte de la agrupación Kolina, que lidera la ministra, desvíos de fondos (2013).

Es decir que aunque la creación de una cooperativa sea principalmente el deseo de aquella persona para poder seguir trabajando, muchas veces los políticos terminan haciendo de un acto digno un trabajo de campaña electoral para el beneficio propio. Es así que no todas las cooperativas que se fueron formando son a causa de quiebres de empresas o de la agrupación de personas con el objetivo de crear un servicio o producto.

3.2 Problemáticas del sector

Actualmente, el sector de indumentaria y textil se encuentra con varias problemáticas que ya mencionamos, como el aumento en los costos fijos, de la materia prima, utilizar parte nacional y parte importada ya que existen hilados que no se producen en el país, y la mayor problemática de todas que es la caída del consumo interno. En el año 2014, el Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires (2014) informa que:

Según la encuesta de CIAI realizada entre 50 empresas líderes del sector, las principales dificultades enunciadas, son las siguientes:

Caída de la rentabilidad 92%

Disminución de las ventas 46%

Falta de insumos 42%

Costo de ocupación locales comerciales 42%

Falta de mano de obra calificada 38%

Promociones bancarias 21%. (p.18)

Competencia desleal tanto en producción como en comercialización

Es decir que dentro del gobierno de la expresidenta Cristina Fernández podemos observar que el sector tenía problemáticas, aunque estas mismas tuvieron graves variaciones. En lo deseado el Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires

no realice el informe en los siguientes años correspondientes, es así que se citaran los datos de diferentes referentes del sector.

El sector textil industrial actualmente se encuentra en una situación difícil, parte por la caída del consumo en el mercado doméstico, parte por los altos costos de producción y parte por la presión fiscal que afecta a las grandes y pequeñas empresas. “Desde la Fundación Pro-Tejer advierten que los fabricantes solamente se llevan algo más del 8 % del valor final de una prenda. El resto, además de tributos, se distribuye entre pagar el alquiler de los locales y los costos financieros de sostener las ofertas y las cuotas.” (Fundación ProTejer)

Los precios exuberantes por una prenda de marca de primera categoría se entienden debido a que son demasiados los costos adicionales, es decir, los costos que no se encuentran dentro de la producción de la prenda. Entonces surge la pregunta ¿Cuánto margen de ganancia obtiene el dueño de una marca? La respuesta dependerá de muchos factores. Aun así, por citar un caso ilustrativo, en el barrio de Flores el dueño de la marca obtiene menor ganancia que las marcas que venden productos similares en los *shoppings*, ya que en esos lugares los precios suelen ser más altos.

Yael Kim justifica que, algunas medidas anunciadas en los últimos días por el Gobierno “no son soluciones definitivas. El problema principal es el consumo y si siguen cayendo las cifras, tenemos que hablar de más cierres definitivos de empresas”. (Comunidad Textil, 2019)

Entre otras cosas la caída del consumo es uno de los factores que provocan el cierre de las empresas, actualmente la sociedad Argentina evalúa cuidadosamente el consumo de sus productos básicos dejando a un lado los productos de menor necesidad, a causa de la devaluación de la moneda Argentina. Esta realidad se observa no solo en las marcas de primera categoría, sino también las de segunda categoría, porque el consumo bajo en todo sus aspectos y los precios de las prendas siguen subiendo.

Desde la Federación, Denise Karagozlu plantea que la industria “no es improductiva ni poco competitiva como quieren hacer creer. El problema es que traer un contenedor desde China a la Argentina sale más barato que mover uno

de La Rioja a Buenos Aires. La devaluación no equipara las condiciones porque los costos suben. La crisis trae años y la liberación de las importaciones nos terminó de complicar”. Los costos de exportación de un contenedor son un 15% más alto, en promedio, que los costos que hay en el mundo (InfoTextil 2019).

Entonces ¿cómo se puede apoyar la producción nacional? Si al empresario lo beneficia económicamente importar, o sea, trasladar productos dentro de la región, no podemos castigarlo no apoyando la industria nacional, cuando la realidad económica Argentina está en picada y todas las personas están tratando de sobrevivir ante la crisis. Aun así, la diferencia de los costos repercuten en el producto y si el precio de entre una prenda importada es menor a una nacional, el consumidor hará su elección y las consecuencias se van a poder observar.

El sector textil se encuentra con una realidad que lo afecta en todos sus aspectos. La parte más difícil son los servicios que deben pagar para poder seguir en funcionamiento, la devaluación de la moneda Argentina, junto a la caída del consumo, y a causa de los precios de venta adicionales ya no existen promociones bancarias o el AHORA 12 muchas marcas decidieron hacer AHORA 6 a causa de terminar siendo solventada por la industria. Por último la exportación no es ya para muchos una opción, el costo agravado que tiene, la competencia de productos importados a costo menor y calidad diferenciada, coloca a la industria textil y de diseño de indumentaria en un lugar de cero competencia.

Una de las encuestas realizadas por la Fundación ProTejer explicó que “el 83% aseguró que no realizará inversiones en 2019 ‘principalmente debido a las expectativas negativas sobre el mercado interno, la evolución negativa esperada de la economía, las altas tasas de interés y la incertidumbre cambiaría’.” (Sanguinetti, 2019).

Más aún si no existen inversiones el sector no crece, aun así existen empresas que invierten, siguen funcionando y se despliegan por las provincias como ejemplo en el año 2018 la empresa reconocida Vicunha, inauguraba la ampliación en su planta en San Juan.

Las maquinarias que se instalan corresponden a la ampliación de tintorería en septiembre, y a la tejeduría en agosto y estarán en octubre todas en

funcionamiento. 'Esto va a significar como mínimo una toma de personal de 90 personas', expresó el director para Argentina. Actualmente trabajan 380 personas y esperan llegar a una dotación de 460 empleados. (SI SANJUAN, 2018)

Así y todo no olvidemos recordar que la empresa Vicunha es de Brasil y que su capital mayoritario se encuentra allí

3.2.1 Incentivos a la industria textil nacional

Con las problemáticas ya planteadas, es debido entender que también es necesario que el Estado pueda ayudar con ciertas normas al sector industrial textil. Los incentivos son necesarios para promover los productos nacionales y el trabajo, y así influir y promover al crecimiento del país, interna y externamente, para atraer inversionistas, y clientes.

El Consejo Económico y Social de la ciudad de Buenos Aires informa:

Financiamiento de inversiones

El crecimiento de sector por medio de reinversión de recursos propios, tal lo manifestado en la encuesta realizada por la CIAI:

Recursos propios 75%

Créditos bancarios 42%

SGR 8%

Es requerimiento la institucionalización de mayor cantidad de líneas de crédito blandas, si bien actualmente existen ofertas del Banco de la Ciudad Y del Banco Nación. (CEyS, 2014, p 18)

Con la creación del Distrito de Diseño, en el año 2014 se aprobó la ley 4761 de promoción de actividades de diseño en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Las modificaciones más importantes corresponden al impuesto a los Ingresos Brutos. Es decir, que están alcanzadas por esta ley aquellas personas que den servicios de diseño, relacionados al sector textil, calzado, y promoción de infraestructura de las actividades anteriores. (CEyS, 2014, p 19)

Más allá de esto, El Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires (2014,p19) explica que dentro del distrito Barracas, que donde se encuentra ubicado el centro de las industrias textiles, es un barrio muy caro inmobiliariamente, por lo que se pone en duda que la ley sea una incentivo para la instalación de nuevas empresas.

El presidente de la Cámara Industrial Argentina, Claudio Drescher, señala que los empresarios tenían confianza de que el proceso que comenzó en el 2015 estaba en manos de un gobierno proindustrial. En esta nueva etapa lo que desalienta más aun es

que, no se visualiza que atravesar la crisis sea el camino para estar mejor, no se ve por parte del gobierno un plan económico o plan industrial que ayude a los empresarios, no se ve una preocupación por la industria.. (Comunidad Textil, 2019). El gerente general de Taverniti acuerda con que las malas noticias siguen aumentando, la desmesurada tasa de interés bancaria es otro de los grandes problemas para el sector, esto no solo dificulta la financiación de la empresa sino también la financiación de las propias ventas, ya que en Argentina mucha de la ropa se vendía en cuotas (Comunidad Textil, 2019). Esto mismo afecta directo al consumo que ya viene en caída, esta es una de las características que identifica a esta crisis, la baja de consumo es tan grande que golpeo a todo los sectores.

Yael Kim explica que desde su punto de vista, “todos estos factores hacen que lo que se produce llegue a precios no competitivos a los consumidores, más si se tiene en cuenta que el 50% del precio de una prenda corresponde a impuestos abonados a lo largo de todo el proceso productivo y que sólo un 8,5% provenga de los costos de producción”. (Sanguinetti, 2019)

A modo de conclusión, Kim asegura que los industriales no son los culpables de esta situación, sino los principales afectados junto a los trabajadores. Para estos referentes el sector se encuentra en sus peores momentos, la industria busca sobrevivir a través de todas las dificultades que se presentan, y el gobierno no tiene planes de proponer incentivos en la industria textil. Comparando con los incentivos de otros países que el Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires describe (2014, p 20) en China se devuelve el IVA a los exportadores textiles, Brasil fomenta la industrialización textil dando créditos para la importación de insumos, materias primas y maquinarias.

El consejo agrupa los intensivos en dos grupos, por un lado las medidas fiscales, que reducen impuestos a la sociedad y también a la depreciación de maquinaria y equipo, y por el otro lado, la reducción de impuestos para incentivar el consumo y para incentivar el empleo.

Aun así el sector pide un plan para poder estabilizar la actividad, evitar más despidos y recuperar el daño que la economía produjo a la industria textil. (CEyS, 2014, p 20).

“Cuando se abre la economía de un país como la Argentina, que estructuralmente no es competitivo porque tiene los impuestos más caros del mundo, porque tiene los costos financieros más altos, porque tiene costos de logística y distribución que no son competitivos, suceden este tipo de cosas”, (Listek, 2018). Reflexionó Ariel Schale, Director Ejecutivo de la Fundación ProTejer.

Recordando la inauguración de la ampliación de la empresa Vicunha en San Juan, Sergio Uñac “el mandatario señaló ‘visitamos la empresa Vicunha que ha sido beneficiada con créditos con tasa subsidiada que hemos lanzado junto con el banco San Juan’ la cual se utilizó para poder construir la reforma.” (SI SANJUAN, 2018).

El gobierno de San Juan ofrece incentivos para el crecimiento textil a una empresa de capital Brasileiro, entonces se pregunta ¿Las empresas de capital nacional no reciben incentivos?, aun así no son lo suficientemente claros como por ejemplo la Ley 4761, en el distrito de diseño en Barrancas o si las intenciones no sean el crecimiento sino una campaña política como en el caso de San Juan, donde no solo estamos hablando de trabajo argentino en el caso, sino que también que su base principal es de origen brasileiro. Como el CEyS explica las diferentes propuestas de incentivos de otros países, es un principal avance poder llegar a equiparar la industria textil nacional con las demás de otros países.

3.3 Importación y exportación textil en Argentina

Las importaciones en Argentina siempre fueron un tema de debate. La calidad de los productos provenientes de otros países muchas veces dejan sin lugar para competir a los productos fabricados en Argentina. Con la ley de convertibilidad sancionada en la década de los 90 sumado a las importaciones, muchas empresas no pudieron competir con los productos provenientes de otros países, y quebraron causando su cierre o venta.

(Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires 2014, p 13) “Con respecto a la importación, lo poco que ingresa lo traen las mismas empresas que producen. La Ciudad de Buenos Aires tiene una participación muy baja en este segmento 10% especialmente por las regulaciones en cuanto a las actividades industriales en centros urbanos.”

En el año 2016, la Comunidad Textil indica que “Los empresarios textiles de Argentina encendieron todas las alarmas luego de que estudios revelaran que las importaciones de indumentaria y calzado aumentaron un 46% en el mes de mayo, en comparación con igual mes de 2015.”(Comunidad Textil, 2016)

En el año 2018 la CIAI por medio de un informe posiciona a China en el 70% de importaciones argentinas, India 7% y Vietnam 3%. (Comunidad Textil, 2018).

Comunidad textil explica que “Los productos que predominan desde China son aquellas prendas impregnadas con plástico, los abrigos camperas, sweaters y la sastrería, mientras que desde India llegan vestidos, chaquetas, chales y camisas mayormente femeninos, y abrigos, sweaters y sastrería y pantalones, desde Vietnam.” (Comunidad Textil, 2018)

InfoTextil indica que la cantidad de productos textiles provenientes del exterior creció 123% en menos de cuatro años, durante los cuales se destruyeron casi 36 mil puestos en el sector (Infotextil, 2018).

A pesar de lo citado, la importación sea de un porcentaje alto o bajo, existirá siempre, comprendiéndose que muchas materias primas se obtienen de otros países. Por ende, es primordial que la fabricación de las prendas se puedan realizar de forma nacional. Aunque esto se logre, la mayoría de las maquinarias necesarias para realizar dichos textiles no están en el país, es decir que primero debería existir una inversión para las herramientas necesarias del sector.

Diario Contexto explica que “La Cámara Industrial Argentina de Indumentaria informó que las exportaciones del sector fueron de 22 millones de dólares en 2018 contra 479,3

millones que se importaron. La cifra que los textiles argentinos vendieron al exterior es cinco veces menor a las de 2012.” (Diario Contexto, 2019)

El Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires informa que:

En el año 2013, el destino de las exportaciones de productos textiles desde el 2010 al 2012, son Resto 53%, Brasil 37% aunque el promedio país sea del 67%, Chile 3%, Uruguay (3%), Colombia 3% y Paraguay 1%.

En lo que se refiere a la exportación de prendas de vestir Uruguay 33%, Japón 19%, Chile 14%, Brasil 11% y Paraguay 5%. (CEyS, 2014, p18).

Mundo Textil informa que “los ingresos de divisas por la venta de lana argentina en los últimos cinco meses del año alcanzaron los 103,1 millones de dólares, por su parte en términos de volumen se exportó un total de 8543 toneladas.” (Mundo Textil, 2018) Es así que la materia prima lanera es una de las principales fuentes de ingresos textiles en Argentina.

“Una ‘buena’ noticia que generó la mega devaluación del año pasado para los textiles fue que el ritmo de las importaciones descendió, pero por la misma política de dólar alto la inflación se disparó y las ventas se derrumbaron. Es decir, ni los importadores ni los nacionales venden.” (Diario Contexto, 2019). Esta es la característica que diferencia las crisis del año 2001, con la actual.

Aun así la balanza se inclina del lado de las importaciones, es vital poder revertirlo, aunque actualmente la economía argentina se encuentra en crisis y las industrias nacionales sufren las consecuencias.

Capítulo 4: Análisis de casos

En el siguiente capítulo se tendrá en cuenta a personas que están involucradas directamente en el circuito de la indumentaria Argentina, textil, confección y diseño, sin dejar de lado la contaminación y las demás problemáticas que se fueron abordando durante todo el proyecto. Para la elaboración del capítulo se tuvo que acudir a la metodología de entrevistas, y las mismas están enfocadas en saber cómo los entrevistados desarrollan su trabajo mediante la crisis que transita Argentina, si hay incentivos de parte del gobierno que los ayude, conocer si tienen proyectos en proceso actualmente o a futuro en lo que concierne a la problemática de la ecología, y el riesgo de trabajar con el trabajo forzoso.

4.1 Juliana García Bello

El diseño de autor es definido por Saulquin como a aquel trabajo donde el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin aplicar las tendencias que se imponen. . El diseño de autor se coloca en el polo opuesto de la moda, con una concepción basada en la personalidad y comunicación de cierta identidad. Más que fomentar el pensamiento global, ellos representan a las personas de acuerdo con sus gustos e intereses, esta es la causa de que sus prendas se obtiene con criterios de compra y no por deseo basado en el mecanismo de consumo masivo, adicionalmente revalorizan la actividad de lo artesanal y ponen al alcance de las personas modas múltiples que descreen de mandatos únicos. Mientras el diseño se apoya más en el arte, la moda lo hace en la industria (2005).

Es así, que un diseñador de autor tiene el camino libre para poder realizar proyectos sin reglas ni mandatos de la sociedad que a veces agobia, el diseñador tiene una fuerte herramienta que es la personalidad que transmite hacia su proyecto, el estilo que lo identifica es parte de un discurso. Si el diseñador puede tomar problemáticas sucedidas dentro de la sociedad, uno de los desafíos es que logre crear un discurso con valor y

ético, que muchas veces dentro de la sociedad actual en la que nos desarrollamos no está presente.

El desarrollo de la marca de un diseñador muchas veces puede ser difícil, ya sea por los costos de hacer la inversión inicial que una persona puede realizar, así como también el proceso para que la imagen del mismo comience ser conocida junto con su trabajo. Estos son algunos de los factores que muchas veces reducen la posibilidad de crearse un lugar dentro del sector. Existen concursos dentro del marco nacional como Autores Moda BA, Semillero UBA, Concurso Terma, Yo, el joven diseñador, entre otros. A la vez los préstamos para pymes, ofrecidos con alta tasa de interés o trámites burocráticos, son un impedimento al desarrollo de la marca hoy en día.

En la entrevista que se le hizo a Juliana García Bello, diseñadora de indumentaria recibida de la UBA, dueña de la marca GARCIA BELLO, profesora de la FADU y UADE en la materia diseño sustentable, ella considera que existen algunas plataformas de ayuda, como el Fondo Nacional de las Artes, o la posibilidad de ganar una beca de investigación en el CONICET, aunque en el campo de desarrollo de la producción es difícil, aun así ganar una beca del Fondo Nacional de las Artes es complicado si no hay detrás recomendaciones o un curriculum de peso. Conseguir o no las becas muchas veces tienen que ver con la economía del país, porque hace un tiempo atrás había más incentivos de la parte del CONICET, a la vez que plataformas de desfiles, eventos o concursos, y en la actualidad solo existen dos o como mucho tres, más no existen. (Comunicación personal, 4 de Noviembre de 2019).

Es así, que se comienzan a reconocer las diferentes problemáticas con las que el sector del diseño se enfrenta. Juliana explica que las problemáticas que ella considera impiden el crecimiento de un diseñador en Argentina, es no poder venderle a un usuario y competir de igual a igual con marcas de primer categoría, notando que en el país todavía no existe una diferencia de valor entre un producto elaborado a mayor escala a diferencia de uno menor. Un diseñador independiente vende un pantalón que hace en escala de diez pantalones por mes y lo venden al mismo precio que una empresa que hace miles

de pantalones por mes, entonces algunos empresarios tienen ideologías de un negocio fast fashion y otros más pequeños que desean promover el slow fashion, no tienen valor ideológico y significativo dentro del país. Otra problemática que se observa es la falta de un préstamo Semilla o en lo parecido, para ayudar a los diseñadores o a los micro emprendedores hasta realizar su primer inicio en la industria, ayudando hasta que el diseñador entienda el mercado correctamente junto al usuario. En otras palabras, la ausencia del Estado para las pymes hasta la inversión significativa que se tiene que hacer para desarrollar un proyecto de indumentaria, es una problemática grande en Argentina (García Bello).

Desde la perspectiva de las pymes como en el caso de Rene, se observa y se explica que no obtienen ningún incentivo o ayuda de parte del gobierno, sino que el mismo Estado fue destruyendo las pymes. Una de las soluciones que el observa es que para incentivar la confección en Argentina y el crecimiento de los mismo, hace falta más información y más facilidad para que los negocios puedan emprender (Rene, 2019).

4.2 Factores éticos en el sector

Tomando dos características dentro de lo ético, la contaminación que provoca el desarrollo del proyecto o colección, textiles con un impacto muy grande en su fabricación, ya sean desechos textiles, intervención de los mismos con químicos, estampas, teñidos y el trabajo digno y respetado en todo su proceso de producción.

Cuando se trata del impacto ambiental, la industria textil y de la moda es un jugador de gran escala. Asegurar una producción sustentable con una minimización de consecuencias ambientales negativas forma parte de su obligación como un jugador responsable en la industria. En su parecer existe una concientización en la moda, en si un grupo muy chico que les interesa saber la evolución de la misma y el poder investigar, el problema radica en el lugar que pueda proveer las herramientas necesarias para la investigación de la misma (García Bello, 2019).

Lugares como el INTI, AMOSAR o MOLA, son algunos de los lugares donde los diseñadores se pueden capacitar para confrontar la sostenibilidad, estas mismas serán desarrolladas más adelante.

Para tener en cuenta en Argentina no existen demasiadas herramientas o instituciones en la capacitación de diseñadores, para poder promover un golpe menor en la contaminación textil. Partiendo desde una sociedad que de a poco se está concientizando en no utilizar bolsas de nylon, aun así son la minoría, o diferentes proyectos de marcas que tienen como objetivo el desarrollo de productos sin químicos, sostenibles y éticos con la sociedad. El tema de la indumentaria con una contaminación menor, es un paso que posiblemente en la actualidad no esté en los pensamientos de los consumidores argentinos, es un tema a futuro que con la indicada concientización y promoción, los consumidores puedan empezar a preocuparse por eso también. Aun así Juliana destaca que en su opinión se debería comenzar a solucionar problemas tales como, las semillas que se cultivan para obtener una fibra de origen vegetal, si las provee Monsanto o no, que son responsabilidad de una disciplina mayor dentro de un organización tal como el CONICET o universidades (García Bello, 2019).

Este tipo de investigación muchas veces sale del alcance de las manos del diseñador, ya sea por no saber por dónde poder comenzar la investigación, por la escasez de las herramientas necesarias disciplinares y por los costos que la misma conlleva.

Dentro de las opciones que un diseñador independiente tiene para poder llevar a cabo una colección que cause el menor impacto posible hacia la ecología, una de ellas es prescindir de los teñidos químicos y utilizar productos naturales provenientes de la naturaleza, como los alimentos que son los más reconocidos, textiles que no contengan en su composición hilados derivados de petróleo, la baja de consumo en la energía ya sea desde luz artificial dentro del taller, en donde solo se utiliza la luz solar, la utilización mínima de las maquinarias de costura donde se trabaja conjunto la mordrería para poder realizar prendas que tengan menos uniones a realizar, la reutilización de desechos textiles o recortes de una misma tizada, como también de prendas fuera de uso, darle

una segunda oportunidad para que estas no terminen en basureros o en quemas de textiles, la utilización de un tejido artesanal donde las agujas de tejer no implica un consumo de luz sino solamente es motricidad humana.

En un nivel mucho más tecnológico, existen tejidos con maquinaria 3D, la reutilización de fibras en tipologías fuera de uso, teñido de índigo por medio de enzimas naturales y las maquinarias menos nocivas hacia la contaminación en acabados de prendas.

Todas estas opciones son parte de una elección que dentro de las posibilidades económicas e idealistas del diseñador o dueño de la empresa podrían comenzar a estar dentro del pensamiento de estos actores que están involucrados directamente en el sector.

La NICE, brinda ciertas acciones y tomas de decisiones que una persona dentro del sector, sea que esté a cargo o responsable del mismo para poder llevar a cabo iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental:

- Trabaje con integración, compromiso y acción cuando se trata de la gestión ambiental en general
- Integre cuestiones ambientales en su plan de negocios mediante, por ejemplo, fijar metas para minimizar la cantidad de efluentes contaminantes producida y recicle al máximo posible
- Comprometa a la gente – el personal, comunidad local, ONGS y otros grupos de interés– a compartir con ellos su preocupación por el medio ambiente
- Tome acciones colectivas, colabore y comparta conocimiento acerca de mejores prácticas y métodos con socios del negocio y con colegas
- Desarrolle un mejor entendimiento mutuo acerca de las prácticas sustentables del negocio comprometiéndose en asociaciones con proveedores. Las asociaciones también pueden crear un impacto social y ambiental que va más allá del alcance del negocio (NICE, 2009)

La segunda característica dentro de lo ético es el ya mencionado en el capítulo dos trabajo digno, contrario al trabajo forzoso, no registrado y esclavo, al que recurren muchas marcas textiles

Un modo ético de trabajo se entiende que se desarrolla con el no uso del trabajo forzado o esclavo. Los trabajadores tienen permiso para salir de la fábrica bajo circunstancias razonables, como emergencias personales o familiares. No se les pide a los trabajadores que dejen ningún documento de identidad original o depósitos monetarios en la fábrica. Las horas extras deben ser desempeñadas voluntariamente. No pedir

ningún trabajo como medio de pago por un préstamo. No apoyar bajo ninguna circunstancia el trabajo forzado o el trabajo por deudas, el tráfico o la explotación de los seres humanos en general.

Dentro del sector los diseñadores tiene un rol importante para combatir el trabajo esclavo, ser dueño de una marca implica contratar un taller de confección para el desarrollo de la colección o proyecto, es decir es el responsable de saber dónde se envía los textiles para después terminar siendo prendas, también son quienes están subcontractados detrás de una marca, ya sea de primera o segunda línea en el cual muchas veces saben que los talleres de confección son de trabajo esclavo, aun así no denuncian ignorando lo que saben o ven, o por temor a las consecuencias que la acción puede conllevar, siendo cómplices de este delito inhumano.

La NICE, brinda ciertas acciones y tomas de decisiones que una persona dentro del sector, sea que esté a cargo o responsable del mismo, pueda tomar para poder incentivar la eliminación de los talleres clandestinos, trabajo forzoso e la informalidad de los mismos. Además, cabe aclarar que no solo es aplicable en los talleres sino en todo trabajador que pertenezca al sector textil y de indumentaria.

- Comunique a todos los trabajadores que su fábrica no tolera ningún tipo de trabajo forzado
- Asegúrese de que las horas extras sean voluntarias, mediante auditorías o evaluaciones regulares
- No se quede con documentos personales, pasaportes o pasajes
- Pague el salario directamente al trabajador
- Asegúrese de que los trabajadores que tengan que salir de la fábrica no tengan que sufrir como resultado de ello ningún castigo
- No restrinja o limite a los trabajadores de ninguna manera cuando necesiten acceder a instalaciones religiosas, baños o agua potable
- Capacite a supervisores y trabajadores acerca de sus políticas
- En los casos en que utilice contratistas o agentes de reclutamiento de trabajo, asegúrese de que los términos de empleo para esos trabajadores no incluyan condiciones que violen la Convención sobre Trabajo Forzado de la Organización Internacional del Trabajo
- No retenga ninguna parte del salario de ningún trabajador con el propósito de evitar que renuncien (2009).

Realmente es necesario que un diseñador se concentre y enfoque para abordar este tema y que los consumidores dejan de obtener los productos fabricados bajo esta

modalidad. Es hipócrita pensar que no se tiene una solución. Son los diseñadores quienes generan moda y quienes se encuentran anclados en una rueda por el mismo sistema, están los que lucran con ese tipo de idealización de producción y los que no. Aun así, los diseñadores que están a cargo de las grandes empresas son los primeros que deberían tomar conciencia y dejar de lucrar con este tipo de delito, ya que el volumen que producen de indumentaria es mayor. A la vez, hasta que el Estado no le exija a los diseñadores y empresas tampoco se va a poder avanzar en esta situación. Una política más comprometida en solucionar el problema sería un gran avance (García Bello, 2019).

En la situación de Rene, que se ocupa de comprar los textiles, realizar la mordería y luego la tizada para su corte, no está la confección dentro de su producción ya que la tercerizan. Explica Rene que corre un riesgo muy grande por terciarizar, ya que el habla con una sola persona y no sabe que es lo que pasa en el lugar, muchas veces dicen que trabajan con la familia pero no hay manera de comprobarlo (Rene, 2019).

¿No queda otra posibilidad que confiar en la palabra de ese encargado o jefe de taller?, ¿Qué debería hacer una persona en ese caso?, no existe manual, ni charlas para concientizar y preparar a las personas de este rubro para saber qué acciones tomar en estos momentos. Aun así no olvidemos que la corrupción es parte del sistema cómplice de los talleres clandestinos, y aunque se hagan denuncias muchas veces no se resuelven o quedan sin desarrollo ya que la policía o el mismo sistema son partícipes del delito.

Todas las formas de corrupción, los pagos de facilitación, extorsión y malversación están estrictamente prohibidos. Tales actividades pueden resultar en una inmediata finalización de la relación de negocio, en comunicación con autoridades relevantes y organizaciones, así como en acciones legales.

Es ampliamente reconocido que la corrupción es uno de los más grandes desafíos del mundo. Cada año se paga más de 1 trillón de dólares en sobornos. Estos pagos socavan la justa competencia y afectan la rentabilidad de los negocios que operan globalmente.

Son un obstáculo para el desarrollo ya que desvían recursos públicos de sus usos legítimos, tales como brindar educación, agua limpia y cuidado de la salud para los ciudadanos. Sin embargo, en algunos países, la corrupción es considerada normal y necesaria para asegurar una firma y dirigir un negocio. No se puede ofrecer o aceptar sobornos, regalos inapropiados o cosas semejantes.

La NICE recomienda esta serie de acciones a tener en cuenta para estas situaciones:

Tenga políticas, procedimientos y sistemas de gestión en su organización que aseguren que sus empleados sepan cómo manejarse ante el soborno y la corrupción

Defina las vulnerabilidades en su organización y describa las medidas preventivas que usted implementa para eliminar la corrupción

Introduzca políticas y programas anti-corrupción dentro de su organización y operaciones de negocio

Comunique su política a toda persona relevante

Informe anualmente acerca del trabajo llevado a cabo contra la corrupción

Únase y coopere dentro de su industria y con otros grupos de interés para eliminar todas las formas de corrupción

Si usted descubre corrupción dentro de su organización tenga procedimientos establecidos sobre cómo manejarla

Entonces estos son los dos factores éticos que un diseñador tiene que tener en cuenta en su desarrollo profesional o en la creación de una marca, son temas mundiales que están enmarcados en un contexto nacional, donde el avance es poco y tomar cartas en el asunto es realmente un tema del hoy, para que no solo sea un trabajo digno para los trabajadores detrás de cada eslabón de esta cadena productiva, sino también para mejorar la calidad de vida y poder dejar un legado mejor a las generaciones futuras (2009).

Actualmente una de los factores que termina siendo un punto negativo hacia el desarrollo de un proyecto, es la crisis que está transcurriendo el sector textil y de indumentaria en Argentina, como se explicó en el capítulo tres, nos referimos a los costos de servicios elevados, la falta de incentivos para el crecimiento del sector y la baja de consumo afecto a todos los eslabones de esta cadena productiva textil y de indumentaria. Para algunos profesionales, la crisis los fue afectando de diferentes maneras, Juliana explica que durante los años 2016 y 2017, se dedicó a producir ropa desde su proyecto Dora Duba junto a su abuela, no estaba vendiendo ropa, ella ingresa otra vez a la venta cuando la crisis ya estaba instalada. Los costos detrás de una prenda fue lo que más la afecto, costo de vida, costos de local y en la venta de las prendas es

a un precio muy barato que afecta al costo de vida que es insostenible, actualmente para el diseñador independiente proveniente de clase media. (García Bello 2019)

Rene García, productor de indumentaria en el barrio de Flores de 45 años, comenzó a trabajar en el rubro a los 25 años de edad como ayudante de estampados por dos años, y durante ese tiempo, comenzó a entender el proceso de la fabricación de ropa, hasta que decidió con su esposa a confeccionar el mismo y comenzar un proyecto independiente.

Dentro de su sector, Rene explica que la crisis lo afectó bastante, a causa de las ventas que bajaron y a la vez la producción también ya que todo es en cadena. Los costos se elevaron, lo cual dificultan la compra de los materiales para la producción, fue un año bastante duro para las personas que trabajan en la indumentaria explica (Rene, 2019).

A mayor escala, dentro de un contexto donde el diseño en las prendas es casi nulo, en donde prevalece las copias y la informalidad, la crisis afectó con un golpe grande. Un diseñador independiente regula su flujo de prendas a confeccionar, su ideología cambia en concepto y principios, pero la crisis lo afectó de igual forma, en un menor grado.

Entonces con toda la información proveída en los capítulos anteriores tenemos en claro como es el proceso de la indumentaria, sabiendo que esta cadena donde comienza a fallar un eslabón, el resto se ve perjudicado de algún modo, como en la situación actual.

En la cadena de la producción un eslabón muy poco regulado, y con menos importancia en infraestructura es el de la confección. Sin ella, los diseñadores no podrían llevar a cabo sus colecciones. Debido a que el volumen de prendas a confeccionar es menor a un productor masivo, se necesitan las maquinarias específicas para su producción.

Estas máquinas especiales varían según el estilo de prenda que se confecciona, sea este deportivo, de sastrería, clásico, urbano, etc. Es dentro, de estas mismas máquinas existen variables como maquinarias para telas de punto o de plano desde máquinas rectas que son las principales hasta maquinarias especiales para, jeaneria, atracadoras, ametralladora, *overlock* de cuatro o cincio hilos, remeria ya sean collaretas, *overlock*, tapa costura, limpieza de costura, entre otras. Estas mismas se encuentran dentro de

taller de confección especializadas en cada rubro o tipología, no son maquinarias que un diseñador o empresa pyme pueda tener para su confección. La famosa tercerización antes mencionada se utiliza para la confección de las prendas, aun mas allá de las crisis económicas reiterativas que la industria textil y de indumentaria sufren hace años.

4.2.1 AMSOAR

El Circuito Moda Sostenible Argentina es una iniciativa de la Asociación Moda Sostenible Argentina que tiene como objetivo de dar a conocer y fomentar diseñadores y locales comprometidos con la sostenibilidad en la moda desde un paradigma posible de alcanzar a través de una conciencia abierta, colaborativa y coherente, basada en valores que conlleven acciones constantes que beneficien y mejoren cada aspecto del proceso productivo generando un impacto positivo en el consumo y uso de los productos que se generan. Buscan un equilibrio entre los aspectos social, ambiental y económico del paradigma sostenible AMOSA es fundada por la Diseñadora Alejandra Gougy, junto a su hija, ambas de la marca Cosecha Vintage, y a la Diseñadora Rosa Woudwyk, forman la comisión directiva.

El motivo de la creación de la asociación es generar una red de contención para proyectos de diseñadores, marcas, emprendedores, artesanos, productores y proveedores que se encuentren en busca de darle a su proyecto la parte de la sostenibilidad. Al mismo tiempo, AMOSA busca generar mayor conciencia entre el público a través del conocimiento y la difusión de proyectos, talleres, seminarios, charlas y eventos que propongan acciones y reflexiones desde los valores sobre los cuales se basa la sostenibilidad.

La asociación define la sostenibilidad de la moda como un paradigma que es posible de alcanzar, teniendo una conciencia abierta, colaborativa y coherente, donde los valores juegan un papel primordial para que conlleven a acciones contantes que beneficien y mejoren cada momento del proceso productivo, y así poder realizar un impacto positivo en el consumo y uso de los productos que cada persona, diseñador genere. Donde el

objetivo es lograr un equilibrio en los aspectos social, ambiental y económico del paradigma sostenible (2018).

Los objetivos de la asociación son proponer actores encargados de intervenir en el cambio del paradigma hacia la sostenibilidad. A través de la difusión, la ayuda, el reconocimiento y el cuidado, se busca acompañar y transmitir el conocimiento desde el lado de la acción de emprender un proyecto, hacia emprendedores y diseñadores emergentes que se encuentren interesados en la materia, así como resolver problemas del sector. También se cuestiona y se revisa la cadena de valor, para mejorar las prácticas según las perspectivas de la sostenibilidad.

Para la asociación es fundamental fundir diversos conocimientos y lograr una colaboración entre los distintos actores del sector, así como conocer al público en general la información que aún no se encuentra disponible, para que los consumidores tengan la oportunidad de elegir responsablemente durante el proceso de compra. Por último, aunque con la misma relevancia que lo anteriormente mencionado, es importante identificar, explorar, organizar y desarrollar en caso de ser necesario recursos locales, naturales y reciclados.

Las actividades que se proponen para estimular al emprendedor o diseñador son organizaciones de talleres, conferencias, concursos, exposiciones, ferias, desfiles y *showrooms*, y otros eventos para la promoción del diseño sostenible a nivel nacional e internacionales. La presencia online de las marcas y proyectos, la promoción en medios, publicidad, la organización de desfiles y eventos.

4.2.2 MOLA

MOLA es un movimiento que promueve el *networking*, el desarrollo y el reconocimiento de diseñadores, emprendimientos y productores de la cadena de valor de la industria textil y de moda sostenible latinoamericana. Promociona la industria del diseño y la moda latinoamericana desde el concepto de la sostenibilidad.

MOLA es referente y generador de consciencia desde el concepto de la moda con sentidos. El movimiento se fundamenta en la sustentabilidad, la innovación y la tecnología. Socializa conocimiento, investigaciones, creatividad y diseño surgidos desde diferentes puntos del continente americano, junto a referentes de Europa y Asia. Con ello MOLA se propone intervenir la cadena de valor de la moda para generar alternativas de desarrollo sostenible, especialmente para jóvenes y comunidades productoras, hacia los que retribuir mayor bienestar y calidad de vida.

MOLA abre el espacio para el intercambio de ideas y presenta actividades de concientización desde los principios del *SlowFashion*. Es así como educación ciudadana, medio ambiente, economía, cultura, arte y moda se combinan para que la creatividad fluya orgánicamente y la indumentaria sea un arte transformador.

La propuesta que surge desde el pensamiento y empoderamiento de la juventud latinoamericana que desea dar aire y contenido a las nuevas tendencias; desde otras miradas para dar frescura a las propuestas ya tradicionales.

4.3 Cooperativa

Saliendo de los datos en informes, libros y directores de organizaciones, se busca poder escuchar los datos de ciertas empresas que realizan su trabajo diario.

En la producción de la indumentaria como mencionamos en el capítulo uno, comienza con la materia prima, para llegar a un producto, sus características son manipular, elaborar, separar y modificar.

Cuando hablamos de materias primas tenemos dos grupos, las fibras naturales que provienen de lana, lino, algodón y seda. Y las artificiales que provienen de químicos. Es decir que las fibras son generadas por la agricultura, la ganadería, la química o la petroquímica. Luego pasa a las fábricas donde está la hilandería donde dependiendo la materia prima pasa por un proceso de limpieza, cardado y trenzado para luego comenzar con el hilado, finalmente llega a conformar los conos de diferentes títulos para el tejido de los textiles. Este tipo de proceso sucede en cualquier industria textil sea

empresa privada o cooperativas. Estas mismas utilizan maquinarias para llevar a cabo todos estos procesos mencionados. Las maquinarias usualmente son importadas, muchas veces las empresas o cooperativas deben seguir utilizando maquinarias viejas para seguir produciendo cuando no pueden invertir en una maquinaria mejor, siendo esto es un factor negativo ya que la maquinaria actual puede producir mejor, en calidad del textil y en rapidez. Aun así todas estas posibilidades de maquinarias y producción deben estar acompañadas, como ya fue explicado, de incentivos y desarrollo económico para que las industrias puedan trabajar en toda su capacidad y no tener ni trabajadores suspendidos o maquinarias con plásticos sobre las mismas porque el volumen que producen es poco.

En julio de este año, la cooperativa nombrada en el capítulo dos, Pigüé resiste la caída y la posibilidad de compra, ya que producen la mitad de lo que producían hace tres años. Sobre la institución que preside, Santicchia destacó que son 100 socios trabajando y se dedican a la fabricación de tela para la industria automotriz, indumentaria y calzado. Tienen una línea de producción de ropa deportiva, que es una marca propia, y abastecemos a más de 100 instituciones en la región. Hoy están en pie porque justamente son una institución cooperativa, son los dueños del emprendimiento y teniendo esta condición buscamos alternativas para seguir en pie y trabajando, con la expectativa de que la situación cambie (2019).

Claramente como ya vimos esto sucede en las empresas privadas también como ejemplo se toma la empresa textil Algoselan que en el año 2018, la empresa suspendió a todo el personal por falta de capital para pagarle a sus trabajadores, aun así por tercera vez suspendió nuevamente por un mes a todo el personal.

La empresa se encuentra en la localidad bonaerense de Jauregui, partido de Luján. Son casi doscientos trabajadores que estuvieron suspendidos durante todo el mes de octubre.

“Nos aumentaron entre un 43 y un 48 por ciento la luz. Decidimos parar este mes porque la competencia grande está vendiendo a un dólar de 25 que tenían en

stock. Esperamos que los otros terminen de vender lo que tienen a precio viejo y nosotros podamos empalmar ya vendiendo a un dólar de 40 pesos” explicó Carlos Di Forti, dueño de Algoselan (2019).

En junio, la empresa ya había suspendido aproximadamente unos 30 empleados que realizaban sus tareas en los sectores de tejeduría e hilandería. Nuevamente luego de un año suspendió a todo el personal, por 30 días hasta poder volver a competir contra los grandes productores.

Aunque en Marzo del 2019, la empresa suspende otra vez, en la Delegación del Ministerio de Trabajo se firmó una extensión de suspensiones en la empresa textil Algoselan. Todos los sectores de la fábrica tuvieron suspensiones parciales. Es decir, un grupo reducido de trabajadores continuó trabajando mientras que el grueso se quedó en la casa.

Como en las anteriores ocasiones, los trabajadores tuvieron un pago del 87,3 por ciento del sueldo neto y un 70 por ciento del salario bruto, mientras que se les siguió pagando premio por presentismo y por producción.

Para el sector textil-confección, la meta es generar una transformación del modelo productivo de la cadena de valor, haciéndolo más competitivo, con producción de mayor calidad, en un contexto de mayor formalidad laboral. Y teniendo como punto de partida que el sector de la confección exhibe niveles de informalidad elevados y una marcada vulnerabilidad de los trabajadores, así como que la producción, en un 90%, es de baja calidad y mayormente orientada al mercado interno, y que los insumos nacionales son también de baja calidad y poco competitivos, los objetivos son: reducir la informalidad en un 50% en 2019 y 35% en 2023, del actual 70%, incrementar las exportaciones de textiles y confecciones como porcentaje de la producción al 25% en 2019 y 50% en 2023, del 10% actual, y elaborar hilados y tejidos de calidad en un 30% y 50% del total respectivamente en 2019 y 2023, con un punto de partida del 0%. (Informe Industrial, 2017).

4.4 Los valores del diseño

El objetivo de un negocio es trabajar hacia la transparencia en su cadena de suministro. Se entiende la importancia de poder hacer un seguimiento y medir todas las partes del proceso de un producto. Desde el suministro hasta el consumidor, un producto no se define sólo por su uso final, sino también por su raíz y ruta hasta el consumidor final. Apoyar la transparencia fuerte y bien definida de la cadena de valor como una metodología para marcas, puntos de venta y consumidores para entender cómo se generan los productos y cuál es su impacto social y ambiental.

La sociedad, gobiernos e industrias prestan cada vez mayor atención a las cuestiones ambientales y sociales generadas por un producto. Los comerciantes minoristas buscan garantías adicionales y específicas de sus proveedores en relación a los impactos ambientales y sociales y demandan certificaciones así como también el derecho de verificarlas para poder declarar verdaderamente que todos los pasos que requieren descargo de responsabilidad han sido tomados. NICE considera la transparencia a lo largo de toda la cadena de valor como una importante herramienta para las compañías que se preocupan por su entorno, que también incluye al público como un todo. El control de calidad, la responsabilidad por productos defectuosos y la elaboración de informes permiten la posibilidad de establecer un compromiso entre el proveedor y el vendedor así como también crear un producto con un menor impacto negativo ambiental y social. NICE aprueba la inclusión gradual tanto del vendedor como del subcontratista con el fin de crear (NICE, 2009).

Otros de los valores inculcados dentro de esta cadena textil y de indumentaria es la importancia de los derechos humanos. Cualquiera que trabaje para o con el negocio y contribuya para o sea afectado por él en cualquier forma, debe ser tratado con dignidad y respeto, sin importar su estatus social, características personales y creencias. La discriminación en cualquiera de sus formas está prohibida y los abusos no son tolerados. Comprometerse con la verificación de las cadenas de valor de los productos para identificar y abordar los riesgos de impacto ambiental y social. Realizar auditorías de los

proveedores para evaluar su cumplimiento con los estándares de la compañía. Exigir a los proveedores directos que certifiquen que los materiales incorporados en el producto cumplan con las leyes y estándares internacionales ambientales y laborales. Mantener estándares y procedimientos contables internos para empleados o contratistas o proveedores que no puedan hacer que los estándares de la compañía cumplan con estándares internacionales ambientales y de trabajo. Capacitar a empleados y administradores que tengan responsabilidad directa con la administración de las cadenas de suministro, y capacitar en mitigación de riesgos en la cadena de suministro. La transparencia de la cadena de suministro se crea a través de una divulgación de proveedores y subcontratistas. Mediante una lista pública, visible y rastreable de proveedores y subcontratistas, es posible hacer un seguimiento de maleficencia o incumplimiento de cualquier estándar internacional. La divulgación de subcontratistas y proveedores creará además, una relación más estrecha con los grupos de interés y también asegurará un mayor nivel de confianza por parte de socios y otros proveedores. La divulgación de los subcontratistas y proveedores crea, además, una mejor perspectiva general del proceso del negocio y las etapas que el producto atraviesa y facilitará la elaboración de informes y la coherencia con estándares internacionales y códigos de conducta. Lanzar anualmente una comunicación sobre el progreso, una divulgación pública hacia los grupos de interés, acerca del progreso hecho en relación a la implementación de objetivos de transparencia.

Es parte la responsabilidad de un diseñador el trayecto que realiza una prenda, no solo por la contaminación que puede generar la misma, sino también para saber cómo reacciona ante el consumidor, si es una prenda que genere ventas o no, si es una tipología que al consumidor le parece cómoda, que su uso sea lo bastante duradero para no tener que seguir consumiendo más tipologías de esa clase por un tiempo, etc.

La unión entre las personas que están dentro de cada eslabón es primordial, el cooperativismo de Lassere explica que la cooperación parte de las necesidades del humano, consumidores o trabajadores. El deseo va más allá de lo material, sino que el

trabajador además de desear ganar dinero a la vez quiere, una seguridad de empleo, un ambiente de camaradería en el lugar de trabajo, un lugar para desarrollar su personalidad y una vejez asegurada (2008).

El objetivo de una empresa es poder dar un servicio y el beneficio a todos los integrantes que la conforman, desde el productor agropecuario hasta el consumidor que obtiene la prenda, ofrecer servicios de calidad a precios económicos, compartir el riesgo que conlleva el desarrollo de la misma y beneficiarse del apoyo mutuo.

Es importante que los valores explicados sean parte de los cimientos de un lugar de trabajo, para poder llegar a un cooperativismo ético y con un próspero funcionamiento. Además esa humanización de la empresa y también de la economía, responde a una necesidad profunda de la época en la que vivimos y es motivo de legítimo orgullo.

Cuando la ideología de una empresa es compartida por todos los integrantes, terminando dando un ambiente de unidad, el cual promueve un pensamiento y lo comparte con el resto, en la importancia de obtener un producto nacional, es el sentimiento de pertenencia que los individuos expresan hacia sus comunidades de origen, es parte de la personalidad de una nación. El sentido de pertenencia se construye sobre la base de la identificación de la persona con el grupo, con el lugar y con la colectividad formal, cuyos valores y objetivos son conocidos y compartidos por el grupo. Es por esto que el sentido de pertenencia es fundamental para que se desarrollen procesos de cooperación social, para que las sociedades puedan resistir las tendencias a la fragmentación y para afianzar la inclusión y cohesión sociales. Este sentimiento de sentido de pertenencia a un lugar es también parte de los momentos transcurridos en el mismo, es decir eventos significativos. Además que la identidad de lugar es una estructura cognitiva de la propia identidad de la persona que se caracteriza por un conjunto de actitudes, tendencias de comportamiento, valores, ideas, creencias y significados que se construyen paralelamente con los vínculos emocionales y de pertenencia a un sitio en particular. (Brea, 2014).

Es decir, parte de la ideología de un proyecto se fundamenta por ideologías y valores en los cuales se define y encamina hacia un lugar que hace que ese proyecto se diferencie del resto. El discurso que tiene un proyecto puede llegar a ser tan profundo para una persona que comparte los mismos ideales, puede promover un movimiento tendencioso entre sus pares.

Capítulo 5: Muy Caro, colección cápsula, respuesta hacia la fomentación de la industria textil, confección y diseño.

En quinto orden, en el capítulo cinco, se desarrolla la búsqueda del usuario objetivo, la idea de inspiración, el proceso creativo conceptual, la selección de materiales, la búsqueda de textiles nacionales de empresas que quebraron, el lugar de confección, las tipologías a materializar y el cuidado de la ecología en todo su proceso.

5.1 Partido Conceptual: *Muy Caro*

Como se estableció anteriormente, este proyecto tiene como objetivo la fomentación de la producción de la indumentaria a partir de una colección de tres prototipos. Respondiendo a la pregunta planteada anteriormente ¿Cómo desde el modelo productivo se puede fomentar la producción de indumentaria en Argentina? Y luego de una extensa investigación de la situación del sector, se propone en este Proyecto de Grado fomentar la producción nacional, generando una colección mediante la utilización de materiales nacionales con un valor agregado, en calidad y exclusividad, dando la posibilidad de generar un pensamiento de valoración, en la producción de prendas argentinas hacia lo interno del sector y el consumidor.

Política. El diseño es inclusivo, comprensivo, compasivo, solidario, agente y motor que acompaña y relata a los cambios de una sociedad. El diseño es ideología. Es un recorte que describe el compromiso con lo humano. Construye mundos mejores. Interpela de manera tajante aquello que involuciona de la dinámica social. El diseño construye una mirada política. El diseño es anti-indiferencia. (Lento, 2018).

El diseñador es el creador de un mensaje, no solo realiza indumentaria sino que es el lienzo en donde puede hablar, donde puede expresarse a través de las tipologías. Es responsable de que ese producto tenga un compromiso con lo humano y sea una prenda que genere soluciones y no problemáticas.

Con esta definición del diseño, podemos abordar el desarrollo de este proyecto. Como diseñadores argentinos, somos parte de la cadena de producción que nos forma para el desarrollo de un producto; ignorarlo es perder parte de nuestro colectivo.

El consumidor argentino no se caracteriza por hacer prevalecer el producto nacional. Es de conocimiento general que los productos importados son los de mayor elección, por eso los diseñadores somos los actores indicados en la sociedad para concientizar fomentando el circuito, los mismos tienen una característica favorecedora, tener contacto directo con el consumidor, es a ellos a quienes se debería hablar por medio de las prendas.

Adicionalmente, el código de conducta y manual de NICE expresa que “Usted es responsable de garantizar un negocio sustentable, responsable y ético a lo largo de toda su cadena de suministro” (2009). Es aquí donde el Proyecto, dando la solución a la problemática explicada anteriormente, toma la responsabilidad de las conductas explicadas en la NICE, tratando de buscar que elementos se pueden disminuir, medir y cambiar para crear un impacto menor en la contaminación. Es decir, la responsabilidad del proyecto de crear una solución frente la problemática planteada es también la responsabilidad del impacto que esta misma produce, el trabajo digno y responsable que genere, respetando a mujeres y hombres tratándolos de manera justa, apoyando sus derechos y la no discriminación.

La proyección de esta pequeña colección capsula, es diseñada con la concientización de la ecología actualmente, los desperdicios textiles y la contaminación que genera producir ropa, con esta idea principal se decide que las prendas no serán confeccionadas de una forma masiva, sino que artesanal, con la elección cuidadosa de los textiles a utilizar, la confección de un taller cooperativa en menor volumen de producción, con una cantidad máxima de diez prendas por artículo como se puede observar en la ficha técnica del modelo Textil Oeste la curva de talles especificada (Ver figura 11, cuerpo c, p.15). Esta decisión es elegida para poder promover una prenda única artesanal que pueda tener alcance sin que sea una prenda de un costo exorbitante, con una venta que no sea irresponsable, y que el stock sea cuidadoso. Es una norma que puede generar un gasto menor económicamente hablando y en la contaminación que la marca pueda generar.

5.2 Paralelismo inspirador: Antonio Berni

Como relación directa complementando al diseño, con el fin de realizar una pesquisa de los detalles constructivos a utilizar, referencias sobre las tipologías de la época, los colores, la técnica y el relato, que complementa al concepto de la marca, se correspondió al notorio autor, Berni Antonio, (Ver figura 28, cuerpo c, p.33) en donde la crisis del 40 fue representada en sus cuadros. Berni fue un pintor del realismo que puso su pintura al servicio del ideal humano y social.

Nacido en Rosario en 1905, supo muy bien a que se quería dedicar a la edad de quince años. Antonio se desarrolló como pintor, recibió becas para estudiar en el exterior y se capacitó en las técnicas de grabado y collage, quedando impresionado por los artistas tales como Velázquez, El Greco, Goya, entre otros. En 1930 regresa a su ciudad natal, Rosario, y comienza a relacionarse con la política de la época, ayudando a integrar en la creación de la Mutualidad de Estudiantes y Artistas Plásticos (Ruiza y Tamaro 2004). Realizó grandes obras famosas como la serie de Juanito Laguna y Ramona Montiel, Manifestación, Pasos, Desocupados, Campeones de Barrio Club Atlético Nueva Chicago, entre otras.

La obra considerada como la más aclamada es Juanito Laguna, el personaje de la serie de obras que cuenta rasgos de un mundo sin equidad y sin escala humana. Juanito es un niño que vive en una villa miseria del Bajo de Flores, parte de la zona integraba el bañado de Flores donde durante mucho tiempo funcionaron vaciaderos de basura, lugar al que algunas personas hurgaban entre los desperdicios en busca de materiales para revender (Museo de Bellas Artes 2009). La obra reflejaba una realidad que en el siglo XX sucedía y que sigue actualmente, los lugares marginales, olvidados de la sociedad y el gobierno, que solo son de utilización política a conveniencia de los gobernantes.

Para la serie de Ramona, el artista hurgó en los mercados de pulgas parisinos buscando materiales con los cuales componer su nuevo personaje, como viejos vestidos de lentejuelas, pedazos de encaje, cordones, pasamanerías y demás accesorios con los que se engalanaban las mujeres de la Belle Époque. Ramona es producto de una

concepción parisina del artista, alimentada de la tradición del cabaret francés y de su figura principal, la corista (Malba 2015). Berni contextualizaba cada cuadro con un ambiente dentro de su concepto, cada detalle dentro del collage, ya sea el pedacito de metal o de tela que utilizaba. Su origen no era elegido al azar, tenía un propósito, un direccionamiento que te transporta al pensamiento a ese lugar o momento, para poder comprender la contextualización de ese tiempo o época, un momento que lleva al espectador a pararse dentro de la pintura para poder entender el concepto, con una lectura enriquecedora de las texturas a utilizar.

5.3 Persona portadora de sentido

A lo largo de este Proyecto, la persona que en el imaginario se desea vestir, es quien en la semiología se llama portador de sentido. Esta persona significa algo para la autora de este PG, ya que termina de dar forma al proyecto. La definición de la persona portadora de sentido es parte del discurso que conlleva el Proyecto, es poder ver las tipologías en escenarios posibles en el mundo real.

La persona portadora de sentido es aquella que se encuentra dentro de un rango de edad que va desde los veinticinco a los treinta y cinco años (Ver figura 10, cuerpo c, p.14). El indumento que se proyecta se percibe desde la autora *genderless*, sin género, para dejar de colocar barreras en donde solo deberíamos incluir a toda la sociedad sin importar género, raza y religión. El proyecto en gran parte apunta también a las personas que les interesa poder comprar ropa de diseño de autor, pero al ser su costo generalmente muy elevado y no poder sustentárselo, terminan comprando en tiendas con costos son más bajos pero con falta de ética, en tiendas que no tienen una concientización de lo sustentable, que no les interesa que clase de taller de confección contratan, la calidad de las prendas y la esperanza de vida de la misma; no es lo mismo tener una prenda de calidad cuya esperanza de vida es de cinco años de uso o más, que una con solo dos años de esperanza de vida. La idea es poder ofrecer a estas personas diseño de autor a un costo menor de lo acostumbrado, para que todos puedan tener la oportunidad de elegir y obtener ropa ética.

Estas personas del imaginario son provenientes de antepasados inmigrantes, personas que emigraron de su país, específicamente en el cuarenta, provenientes en su mayoría de Italia, España, Portugal y Alemania, entre otros. Los descendientes de estos inmigrantes son actualmente ciudadanos argentinos, quienes fueron acostumbrados a una infancia de ropa hecha en el hogar de crecimiento, con un estilo urbano adaptado a la ocasión de uso por medio de la edición.

En lo que cabe destacar, el proyecto promueve en las personas un estilo de vida saludable e ideales corporales saludables; dejando fuera los parámetros impuestos de la sociedad y del sistema de la moda, donde la altura, peso, color de piel y procedencia no definen a una persona, sino que lo interesante e enriquecedor es su personalidad y como acciona con ella hacia la sociedad.

La industria de la moda ha sido culpada a menudo por promover un ideal de imagen corporal de extrema delgadez, desórdenes alimentarios e imágenes corporales pobres entre personas cuyos cuerpos no se corresponden con la imagen ideal. Se es consciente del impacto de la industria de la moda sobre el ideal de imagen corporal, especialmente entre la gente joven. Consecuentemente, el trabajo del diseñador actual es trabajar para promover un estilo de vida saludable en relación con la comida, el cuerpo y ejercicio. Empleando modelos mayores de 16 años para los espectáculos de la moda y asegurarse de que exista un ambiente de trabajo saludable brindando comida saludable y nutritiva en las sesiones de fotos y espectáculos.

La salud y las condiciones de trabajo de las modelos forman parte de asegurar un negocio sostenible. Por lo tanto, cuidar del bienestar de las modelos, promover un estilo de vida saludable entre los empleados y otras relaciones del negocio, ayuda a construir una marca creíble y sostenible.

5.4 Textiles

El proyecto se encuentra influenciado desde el universo de la autora, proveniente de la localidad de Laferrere, partido La Matanza, zona oeste provincia de Buenos Aires,

Argentina. En la época de los noventa, la influencia de las textileras en la zona mencionada fue muy importante. Un ejemplo es la Textil Oeste fábrica textil (Ver figura 28, cuerpo c, p.33), la cual se encuentra en el desarrollo de este PG. En la misma, muchas mujeres que habían estudiado corte y confección, compraban directo de fábrica para confeccionar prendas a su familia o para vender. Hoy en día, de estas textileras que quebraron, solo quedan dispersos por la zona pequeños remanentes de piezas textiles, las cuales la autora se dedicó a buscar exhaustivamente para la construcción de este proyecto.

Anteriormente se mencionaron textiles de características planas y de punto, para poder diferenciarlos se desarrollara una pequeña definición de cada una. El tejido de punto es conocido por el conjunto de hilos entrelazados por medio de agujas para formar una serie de mallas. Con la característica mencionada se eligieron los siguientes textiles, morley y modal rayón, especialmente para la parte de remeria (Ver figura 27, cuerpo c, p.32).

La característica de un tejido de plano es que está constituido por la urdimbre hilado longitudinal, y la trama hilado transversal, es decir a lo ancho de la tela. Los tejidos planos se construyen con un telar, en el cual dos o más conjuntos de hilos son entrelazados de forma perpendicular, estos mismos no cuentan con elasticidad al menos que se incorpore al tejido a las fibras elastómero. Los textiles elegidos con las características mencionadas son, jean, sarga, poplin, microfibra, textil anti desgarre, textiles de 100% algodón para repasadores, y de ropa de cama a lo que es referida como sábanas (Ver figura 27, cuerpo c, p.32).

Sin embargo algunos tejidos no están constituidos como los mencionados anteriormente, como la lana de origen animal, que se obtiene por medio de la esquila y por medio de procesos fabriles, se obtiene el producto para utilizar, proveniente de esta materia se tomó los ovillos de lana para la tejeduría, (Ver figura 27, cuerpo c, p.32).

En consiguiente, se clasificara el origen de las fibras textiles. Las denominadas sintéticas y artificiales son la que están hechas por el hombre mediante químicos

poliméricos en el caso de las sintéticas, y mediante la transformación de productos naturales por el lado de las químicas. Los factores favorables de estas son la durabilidad, resistencia, su fácil planchado y comodidad.

En lo que respecta a las fibras naturales, estas son de origen vegetal y animal, como el algodón fibra vegetal obtenida del fruto algodnero. Estas fibras benefician en la absorción de la humedad en nuestro cuerpo, no irritan la piel ni causan alergias, no causan electricidad estática, son amigables al teñido natural, confortables con el contacto de la piel y resisten los lavados en agua caliente.

En las fibras naturales de origen animal se encuentra la ya mencionada utilización de la lana. La lana es de uso frecuente para el estilismo de los conjuntos, en la tipología de gorro, representando la imagen del trabajador, un prenda que es tejida por madres o esposas en esa época a causa de los climas invernales, para proteger y abrigar, quedando así como un símbolo de la imagen del trabajador, (Ver figura 31, cuerpo c, p. 36).

La mayoría de los remanentes como los de estilo sastre fueron encontrados de la Textil Oeste sarga o cheviot, se pudo localizar la forrería que se utilizaba antes conocida como rhodia. Esta se diferencia al textil utilizado actualmente (Ver figura 27, cuerpo c, p.32), la tafeta de poliéster un textil de cuerpo denso que se percibe una sensación de plástico, la misma resta en calidad y durabilidad.

Los textiles nacionales de fabricación actual, en la parte de remería, son remanentes de textiles de punto que fueron donados de la textilera Texcom, a la vez la parte de denim de la fábrica Algoselan.

A lo que respecta de los textiles utilizados en las camisas (Ver figura 32,36 cuerpo c, p.37 y 41) la conformación es en su totalidad por retazos, los cuales fueron sobrantes de confecciones en algunos casos de los años noventa. Estos mismos atravesaron por una búsqueda exhaustiva, ya que sus estampas son únicas y no se encuentran en el mercado. La idea principal para que el textil se lea como un completo fue clasificarlos

por colores según sus tonos, así unirlos con la máquina de coser recta para llegar a un textil completo, sin defectos y con el cuidado de la prolijidad.

5.5 Silueta

La silueta de un conjunto dentro de una colección está dominada dentro de la moda por letras X, Y, H, A o T, estas mismas pueden ser observadas en conjunto o solas, esto se refiere a la forma que da la composición del diseño a través de la mordería, tela, ajustes, es decir la imagen final, no se refiere al cuerpo morfológico de la persona que porta el conjunto.

La silueta en H es aquella que se lee con un recorrido recto, sin pinzas de busto y sin adaptarse a las curvas anatómicas del cuerpo en la que los hombros y las caderas quedan alineadas paralelamente. La silueta A es una silueta conocida con la forma de trapecio, o acampanada que nace desde los hombros acompañándolos y termina a lo ancho en la parte del *bottom*. A lo que se refiere de la silueta Y, es una silueta que ensancha los hombros junto con la cintura creando una lectura a la forma geométrica del triángulo invertido. La silueta T se refiere a una lectura del cuerpo donde lo ancho o lo exagerado se encuentra en la parte *top*, hombros y luego se adapta a la figura anatómica del cuerpo. Por último la silueta X es la cual acentúa la forma en la mitad del recorrido del cuerpo, cuya línea de recorrido nos recuerda a la de dos líneas perpendiculares que se cruzan o a una x. Esta silueta consta de una forma acampanada en la parte inferior, anchura en la zona de los hombros (Sicilia 2017).

Dentro de los conjuntos, las siluetas que predominan son siluetas diversas para diferentes cuerpos, debiendo considerarse que en nuestra población latinoamericana predominan las curvas y que todo cuerpo debe ser aceptado tal cual es. Por eso existen tres siluetas diferentes dentro de los 3 conjuntos, X ya que es una silueta que se adapta a la lectura de los cuerpos curvilíneos, H una silueta que define ni impone masculinidad o femineidad una silueta agenero, y por último Y para los cuerpos con una contextura fisiológica de amplitud en la parte superior de la espalda.

5.6 Tipologías

Técnicamente las prendas dentro del rubro del diseño de indumentaria son conocidas como tipologías. Andrea Saltzman define a las mismas en formatos del diseño de indumentaria, ya que delimitan la información contenida a interpretar y analizar en las prendas y en los conjuntos. Las tipologías contienen una diversidad de variables morfológicas, material, uso, género, sintaxis, corporales, históricas con otras prendas para poder establecer una relación particular en la propuesta de una colección o serie que integran (Saltzman, 2004).

Las tipologías seleccionadas fueron en base a una exhaustiva corrección con la profesora Veronica Ivaldi, en la materia Accesorios II, en la cual los conjuntos no materializados (Ver figura 40 - 46, cuerpo c, p. 44 – 50) están detallados en figurines, la selección de los tres conjuntos contempla la inspiración desde los uniformes actuales que se utilizan en las fábricas como pantalones cargo (Ver figura 21 ,cuerpo c, p.25), remeras (Ver figura 17 y 18 ,cuerpo c, p.21 y 22), mamelucos, es decir prendas para el rubro; fusionando los recursos primarios tales como bolsillos, perímetro, cerramientos, accesos, cuellos, manga, puños, entre otras, con las tipologías que utilizaron por mucho tiempo obreros en el año 1940, los cuales no tenían impuesto un uniforme, sino que era ropa que utilizaban diariamente, camisa, remera de maya debajo de las camisas (Ver figura 20, cuerpo c, p.24) y pantalón de vestir.

Estas prendas son referentes a la vida obrera, fáciles de identificar, y pueden llevarse dentro de un contexto urbano para lo diario y adaptarse a estilos de diferentes personas sin importar género, edad y raza.

En lo que respecta a las transformaciones de las tipologías, los nombrados recursos primarios dentro de la prenda camisera, se traslada el acceso del centro de la camisa hacia el hombro (Ver figura 19, cuerpo c, p.23), junto con una tira que recorre el cuerpo conectando el delantero con la espalda para que la lectura de ambas partes sea una misma línea. Se rotó el cuello de la camisa hacia el costado en el cual es el acceso (Ver

figura 18, cuerpo c, p.22), ya sea hombro izquierdo o derecho, dando como resultado una prenda única en su composición y transformación.

En lo que respecta a su producción, se especifica que la tizada, ya dicho, será de una curva de diez talles de cada remera especificada en la ficha técnica hoja geometral, modelo Textil Oeste y Ficha técnica hoja geometral, modelo Laferrere (Ver figura 11 y 14, cuerpo c, p. 15 y 18) para disminuir con la contaminación y la producción masiva, además elegir que el corte de la encimada será con por capa doble con tijera, y no con la máquina de corte ya que sería un gasto en energía no necesario para el mundo.

Como también con las tipologías, camisa, pantalón, bermuda, vestido y top, se utilizará para su respectivo corte con tijera y no máquina. Otra de las medidas adoptadas para la correcta visualización y detalle de reconocimientos en la marca, son las etiquetas colocadas en el exterior de la prenda (Ver figura 38, cuerpo c, p. 43), se tendrá en cuenta en su composición el nombre de la marca, el origen, modelo, número de serie, contaminación que produjo la misma y el taller (Ver figura 37, cuerpo c, p 42).

La composición de la etiqueta, se realiza en el desperdicio de la entretela percalina, la estampa del logo nacional se utiliza tinte ecológico y en lo referido al texto se usa una máquina de escribir de los años noventa, aunque esta prenda sea lavada la tinta de la máquina de escribir no se borra, estos produce una contaminación cero de los tintes químicos para la utilización de la estampa.

5.7 Colorimetría

Una vez esclarecida la partida conceptual, que delimitará el uso de textiles, se esclarecerá el uso de la colorimetría, representada en la serie de prendas. “Se pueden comunicar las ideas por medio del color sin el uso del lenguaje oral y escrito, y la respuesta emocional de los colores individuales, solos o combinados es, con frecuencia, predecibles.” Whelan (1994). Una de las características del proyecto es la variedad de colores en las estampas de los remanentes de textiles encontrados de años anteriores, únicos ya que no se reproducen más (Ver figura 27, cuerpo c, p.31). Este es el mensaje

que se quiere transmitir a través de los textiles que son parte del discurso de la marca *Muy Caro*, una prenda única, por estampados únicos, donde cada textil cuenta una historia. Al ser tan diversos en rapport y en colorimetría, una de las decisiones rectoras para que se lea en un solo lenguaje, fue que dentro de cada textil se los unifico por matices y tintes provenientes de un color dominante. Tomando como base los textiles como el morley y el modal de algodón los cuales son blancos, representando la camiseta de los obreros que utilizaban la remera musculosa de morley debajo de la camisa, la cual también es un símbolo de los hombres migrantes de Europa, para que los textiles de las camisas tengan un protagonismo, a la vez respetando colores clásicos como los del jean en los jardineros, (Ver figura 26, cuerpo c, p.30) el color índigo propio del denim, junto con el pantalón de sarga gris, este tipo de textil nos remite en la actualidad a un pantalón de vestir, los cuales en el contexto ubicado por el Proyecto es un pantalón de vestir de un trabajador en el año 1940 (Ver figura 25, cuerpo c, p.29), en una fábrica o taller.

Conclusiones

La creación de este PG se basa en la problemática que radica en el circuito de la indumentaria, el cual se encuentra en una falta de valor a causa de factores tales como la ecología y el trabajo forzoso. Estas son problemáticas que afectan a la moda a nivel mundial, pero en el proyecto se trabajó con el marco nacional. Dentro de esta pérdida de valor se encuentra un factor que perjudicó a toda la cadena, la crisis económica de Argentina. A fin de concluir este proyecto, se cita el interrogante que da lugar al escrito desarrollado ¿Cómo desde el modelo productivo se puede fomentar la producción de indumentaria en Argentina?.

El presente Proyecto de Graduación intenta brindar una solución a esta cuestión, usando a la indumentaria como el medio de generar un aporte a la problemática mediante la creación de una colección de tres conjuntos. Se persigue la meta de fomentar la producción de la indumentaria en Argentina.

Se plantearon objetivos específicos que fueron necesarios para el desarrollo del PG, tales como investigar los problemas que afectan a la industria textil en Argentina, informar sobre las industrias y cooperativas textiles en actividad, evidenciar proyectos en Argentina que tomen como raíz la problemática de la contaminación textil, investigar cuanta información hay sobre los talleres con trabajo ilegal, las etiquetas de composición donde se traduce la información e la prenda, de donde viene, quien la confecciono, su composición.

El Proyecto de Grado consto de dos etapas, la parte teórica, donde se desarrollaron los puntos centrales de los que el proyecto se establece previos al diseño para la correcta toma de decisiones, tales como el concepto de la marca, imagen, construcción de la misma, decisión en compra de textiles y estudio de la situación en la industria textil para favorecer su crecimiento, todo realizado dentro de un modo formal y contemplando que el desacierto podría llevar a una mala imagen y un mensaje equivoco. Esta primera etapa teórica fue realizada en cinco capítulos, cada uno con distintos puntos de análisis.

En el primer capítulo se dio a entender cómo se constituye el diseño de indumentaria en Argentina, asentando una base de cuánto tiempo estamos atrasados y las problemáticas de una industria prematura y con poca organización. Esta contextualización nos sirve para poder entender la ayuda que sería el consumo de productos nacionales de indumentaria, y las marcas promoviéndolo. En el capítulo dos se comenzó a indagar acerca de la contaminación, mostrando cuanta información se pudo recolectar dentro de la especificación de la industria, junto a la problemática del trabajo esclavo, dos puntos que son claves en una marca constituida en lo ético. En el tercer capítulo, la situación de la industria nacional de la indumentaria se observó desde testimonios de dirigentes importantes de la industria, y se recolectaron datos necesarios para poder entender económicamente como se desarrolla el circuito. Respecto al capítulo cuarto, se realizó una búsqueda minuciosa sobre diseñadores que producen indumentaria por la contaminación y el trabajo digno, complementándolo con un taller masivo de ropa, investigando su desempeño referido al crecimiento o decrecimiento que tuvo en el año. Dentro del último capítulo, se desarrolla la marca en todos sus aspectos, concepto, tipologías, paleta de color, paralelismo inspirador, etc.

Gracias al desarrollo de estos capítulos, se comprendió lo prematuro que es la carrera de diseño de indumentaria en el país, el crecimiento que tuvo en años anteriores y el poco avanece que tiene hoy en día, siendo así que el sector siempre tuvo problemáticas pero todavía su evolución es muy lenta en lo que la influye problemas económicos, poca ayuda del gobierno, falta de regulaciones y estructura. Se indagó a diseñadores de indumentaria argentinos que tomen la contaminación como fuerza principal del concepto posicionándolo como problemática en Argentina. Se encontró dos diseñadoras como evidencia para investigar sus recorridos en sus propios proyectos que llevan a cabo, aunque Soifer realiza una colección haciendo hincapié de lo fabricado en Argentina, inspirándose en Buenos Aires, no existe ningún certificado o etiqueta que informe al consumidor sobre la prenda, o que se compruebe su origen de fabricación textil y de confección. Por otra parte García Bello demuestra que el diseño puede no ser parte de

la contaminación, brindando información valiosa para el consumidor, como lo explica en el trabajo de campo que se ha realizado en el cuerpo c; aun así la utilización de textiles no son de origen nacional, sino de reciclando de prendas.

Es decir que, hasta el momento, no existe un proyecto de diseño de indumentaria que cubra ambas características, los cuales en conclusión del escrito son fundamentales para una marca o proyecto actualmente, la conciencia que uno pueda tener, y el concientizar a los demás es una tarea que amerita mucha responsabilidad.

En base a lo indagado en lo relatado anteriormente, se entiende que la decisión principal en la utilización de desperdicios textiles a causa del corte de una prenda, se basó en la disminución del golpe ecológico que una marca puede producir, en conclusión sobre la contaminación, no fue crear un textil que produzca desperdicio cero, sino poder utilizar los remanentes textiles que ya fueron desechados, esto impide que siga creciendo los residuos no reciclados, los cuales solo el cinco por ciento es el correspondiente de los textiles, y solo estamos hablando de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, sin contar el resto del país donde la información es escasa dentro del territorio de nuestra nación. Pudiéndose observar una falta de estudios e informes significantes para el desarrollo, o para el conocimiento de la problemática.

En cuanto a la problemática sobre el trabajo esclavo se pudo obtener información clave para el desarrollo del proyecto, a la vez entender la problemática ya que no solo es un problema de marcas, sino también del Estado con faltas de regulaciones y corrupción concluyendo que la solución sería trabajar con una cooperativa y realizar un certificado que lo compruebe, o brindando esta información dentro de la etiqueta de composición. Esta es una de las formas que hace evitar esta problemática, y así en desenlace de este escrito poder crear la triple C, invitando al consumidor para concientizarlo, comprenderlo y compartirlo, al mismo tiempo evitar que este negocio criminalizado no siga creciendo y así salvar vidas.

Entonces para el desarrollo, dentro del Proyecto se comprendió que no se podía pasar por alto un tema tan importante, que no es tan reconocido en las marcas, las etiquetas

de composición y su reglamentación. Luego de una investigación exhaustiva, se obtuvo la primera aproximación a una respuesta; se pudo notar que dentro del Estado existen reglamentaciones que las regulan y una entidad que las controla, aunque muchas de las mismas como en otros sectores de la cadena se encuentran fuera de la legalidad, aun así no existe una organización que las controle físicamente dentro de las marcas ya sean locales a la calle, *showrooms* o *shoppings*, adicionalmente las marcas no tienen interés o preocupación por la etiqueta en sí. No existe una etiqueta impuesta por la organización que se tenga que cumplir, y a la vez la inspección se enfoca hacia las marcas importadoras de ropa, dejando así un punto ciego donde la falta de regulación es conlleva muchas problemáticas. Concluyendo y acordando con la diseñadora García Bello, que la etiqueta de composición debe estar en la parte exterior de la prenda, para su correcta visualización, y el detallado completo de la prenda, confección, origen, importador, marca, cuidados y extras que a decisión de la marca puedan quedar asentados en su constitución post fabricación. Se comprendió que la etiqueta no es solo un pedazo de tela o papel que debe ser removida para comodidad de usuario, sino que es una parte legal dentro de la prenda que debería ser obligatorio su uso y disposición. Dentro del Proyecto se estableció qué parte del circuito se iba a enfocar para su desarrollo, y así delimitarlo y centrarlo en partes específicas del circuito. Los dos sectores elegidos fueron industria textil y confección de las prendas, estos mismos están unidos en común por la contaminación que estos producen y la importancia que tienen en el circuito de la indumentaria. Haber definido que sectores de la cadena de producción textil se iban a enfocar el Proyecto de Graduación, ayudó a delimitarlo para su mejor desarrollo y para poder enfocar los temas específicos de las mismas para su investigación, dándole orden y facilitando su desarrollo, a la vez poder comprender dos puntos fuertes dentro del circuito para el desarrollo de la marca. Todo demostró que las problemáticas se concentran en el consumo de los productos, ya sea su confección, la compra de textiles de origen nacional y la flexibilidad de créditos hacia las empresas, provocando la falta de presupuesto para poder invertir en maquinarias, esto quiere decir

que el sector está atrasado tecnológicamente y a la vez causando una baja gigantesca en calidad de prendas.

Recolectar información sobre la situación económica de la industria de la indumentaria, como también poder saber qué clase de compañías textiles se especializaba en cada sector, fue importante para saber dónde poder obtener ciertos textiles y cuáles son los que están en constante escases. Entendiendo como golpea la crisis a la industria, cuáles son las características de la misma, la diferencia de la última crisis que tuvo que travesar el país con la actual, el manejo de las importaciones y exportaciones que tiene el sector, todo esto para poder hablar sobre el tema con claridad, siendo un proyecto informado y con la resolución de entender que existe una falta de información y actualización en la documentación proveída por el gobierno, entidades y organizaciones.

Como última parte se realizó la segunda etapa, que consiste en el diseño y materialización de los conjuntos, donde se selecciona un tema como el paralelismo que se realiza con Berni, fue realizado como respuesta hacia la búsqueda de lo artístico, observando que es lo más adaptable hacia la idea de llevarlo a la indumentaria, lo cual fue de gran ayuda, en los temas del collage haciendo hincapié en los textiles reutilizados, analizando al mismo tiempo la historia que cuentan sus obras y comparando el trasfondo que tienen las prendas por cada pieza de textil que es de otra época o que perteneció a otra prenda, también el trasfondo político junto a los emigrantes. Es así que el resultado del Proyecto de Grado realizado, fue crear una colección de tres conjuntos que pueda dar pie a una tendencia dentro del país para fomentar la industria nacional, la cual puede ser una herramienta que facilite la comercialización del mismo, vender industria nacional con una historia detrás, con valores y un proceso ético, en donde el usuario no solo está comprando una prenda sino también una historia, una pieza única, ya que los desechos que se utilizan no solo sirven para evitar la contaminación, sino que hace de una prenda un objeto único que no se puede repetir, esto da una experiencia de compra que hace que el consumidor se sienta más atraído hacia el producto y a lo que significa el mismo.

Se considera que entender cómo se constituye el diseño de indumentaria en Argentina es asentar una base de cuánto tiempo estamos atrasados, y las problemáticas de una industria prematura y con poca organización, esta contextualización nos sirve para poder entender la ayuda que significa el consumo de productos nacionales de indumentaria, y las marcas promoviéndolo. La creación de una marca en base a la industria nacional propone el incentivo al crecimiento económico a la industria textil, estas mismas son un pie a una tendencia para nutrir a los diseñadores y consumidores acerca de las problemáticas indagadas, sobre las que pesa cierto desconocimiento. Ofrece un enfoque diferente hacia el diseñador, más como un fomentador de la industria Argentina ética y con valores, colocándolo en un papel de solucionador de problemas dándole un aporte a la sociedad tomando dos puntos fundamentales del circuito junto con el diseño, conectando todo como uno solo y no planteándolo en el lugar de favorecer las problemáticas que enfrenta el país y el mundo, enriqueciendo el patrimonio económico de la persona con el objetivo únicamente de vender indumentaria, sin ningún sentido u objetivo solo con copias y promoviendo tendencias de países que han logrado un muy alto grado en el índice de desarrollo humano.

Con este proyecto se pretende poder llegar a concebir un sector unido y mejor constituido con el tiempo. También las mejorías de la economía puede ser un factor positivo en la fomentación del circuito de la indumentaria.

El PG procura la iniciación de la fomentación de las prendas nacionales, desde la voz del diseñador, comprendiendo que con la ayuda del avance económico se podrá obtener un sector mejor constituido, sumando la posibilidad de poder agregar dentro de la marca una campaña de marketing y publicidad que pueda hacer que el mensaje, sobre la fomentación de la industria nacional tenga mayor fuerza en su emisión.

En consecuencia, el aporte disciplinar que ofrece el Proyecto de Grado se basa en generar conciencia sobre la falta que existen dentro del sector de la indumentaria, el cual muchas veces es ignorado por los mismos diseñadores. Ayudar a futuros colegas a crear un pensamiento de conciencia en las tres columnas que se basó el PG,

contaminación textil, trabajo digno e industria textil, para sus futuros diseños o proyectos que puedan promover.

Este Proyecto dio a entender a la autora que aún el sector puede seguir creciendo a medida que nos unamos, regularizándolo y controlándolo. La realización de este trabajo ha sido un gran desafío por el hecho de que es la primera vez a lo largo de la carrera que la autora realiza un proyecto de esta magnitud, ya que el desarrollo principal y entrenado es el de diseño de indumentaria, aun así es una herramienta poderosa a la hora de poder llevar a cabo desde el partido político de la colección. Por último la autora comprende que el desarrollo de este PG se puede seguir evolucionando en el futuro.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Adúriz Isidro (MAYO 2009) *La Industria Textil en Argentina*. Buenos Aires, Argentina (INPADE) Recuperado el 28/10/19, disponible en: [file:///C:/Users/car_o/Desktop/SEMINARIO%202/La%20industria%20textil%20e n%20Argentina%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/car_o/Desktop/SEMINARIO%202/La%20industria%20textil%20e n%20Argentina%20(4).pdf)
- CIAI (2013) *Etiquetado Textil*. Argentina: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria. Recuperado el 10/06/19 disponible en: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/camara/etiquetado-textil/>
- Código de Conducta y Manual de NICE (2009) *Código DE Conducta Y Manual de NICE Para La Industria Textil y de La Moda*. Copenhague. Recuperado el 13/10/19 disponible en: file:///C:/Users/car_o/Desktop/SEMINARIO%202/NICE-UNGC.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (Agosto de 2017) *Territorio, infraestructura y economía en la Argentina*. [Posteo en blog]. Recuperado el 10/06/19 disponible en: file:///C:/Users/car_o/Desktop/SEMINARIO%201/completo-textil-2017.pdf
- Comunidad Textil (2019). *Cierran más fábricas textiles de grandes marcas y PYMEs en Argentina por el derrumbe del consumo y la economía*. Argentina: Comunidad Textil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://comunidadtextil.com/wpnews/2019/04/cierran-mas-fabricas-textiles-de-grandes-marcas-y-pymes-en-argentina-por-el-derrumbe-del-consumo-y-la-economia/>
- Comunidad Textil (2018). *El 70% de la ropa importada por Argentina es de China*. Argentina: Comunidad Textil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://comunidadtextil.com/wpnews/2018/02/el-70-de-la-ropa-importada-por-argentina-es-de-china/>
- Comunidad Textil (2016). *El sector textil de Argentina denunció un aumento del 46 % en las importaciones y fuerte caída en las ventas*. Argentina: Comunidad Textil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://comunidadtextil.com/wpnews/2016/07/el-sector-textil-de-argentina-denuncio-un-aumento-del-46-en-las-importaciones-y-fuerte-caida-en-las-ventas/>
- Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires (2014). *Informe Industria Textil y de Indumentaria en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: ECOLATINA.
- Diario Contexto, (2019) *La industria textil se deshilacha: la exportación de indumentaria cayó 35% y en tres años se perdieron casi 20.000 empleos*. Argentina Diario Contexto. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.diariocontexto.com.ar/2019/01/09/la-industria-textil-se-deshilacha-la-exportacion-de-indumentaria-cayo-35-y-en-tres-anos-se-perdieron-casi-20-000-empleos/>
- Devincenzi, A (2018). *Producción de basura: cuál es la realidad en Argentina y qué se podría hacer*. Argentina: El Cronista. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.cronista.com/responsabilidad/Produccion-de-basura-cual-es-la-realidad-en-Argentina-y-que-se-podria-hacer-20180302-0075.html>

- DW Noticias (2018). *Argentina: trata y explotación laboral*. Argentina: DW NOTICIAS Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.dw.com/es/argentina-trata-y-explotaci%C3%B3n-laboral/av-47271709>
- El Diario (2019). *Trelew declaró la emergencia textil para evitar más despidos*. Argentina El Diario Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.eldiariodemadryn.com/2019/01/trelew-declaro-la-emergencia-textil-para-evitar-mas-despidos/>
- Enciclopedia económica (2017) *¿Qué es el proceso industrial?* Recuperado el 26/10/19 disponible en: <https://enciclopediaeconomica.com/proceso-industrial/>
- FITA (2019) *Directorio de Empresas Asociadas*. Recuperado el 30/10/19 disponible en: <https://www.fita.com.ar/empresas/>
- Fundación La Alameda (2013) *Marcas de ropa denunciadas por trabajo esclavo*. Buenos Aires: Fundación La Alameda. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.fundacionalameda.org/2013/12/marcas-de-ropa-denunciadas-por-trabajo.html>
- Fundación Protejer (2008) *La industria textil dice que el 50 % del valor de la ropa corresponde a impuestos*. Argentina: Fundación Proteger. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.fundacionprotejer.com/boletin-prensa/la-industria-textil-dice-que-el-50-del-valor-de-la-ropa-corresponde-a-impuestos/>
- Gago, V. (2008). *Talleres textiles. Progreso clandestino*. Anfibia. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/progreso-clandestino/>
- Gardetti, M, Luque Delgado, M (2018) *Vestir un mundo sostenible* Buenos Aires: Lid Editoial.
- Generación Vitnik, (2018). *La industria textil y la problemática ambiental*. Argentina: Generación Vitnik. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematica-ambiental/>
- Greenpeace. (2012) *Puntadas tóxicas: El oscuro secreto de la moda*. Greenpeace International.
- INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial) (2013) *Mapa de Diseño 101 diseñadores de autor*. [Posteo en blog]. Recuperado el 04/06/2019. Disponible en: https://issuu.com/odtinti/docs/inti_mapa_de_dise_o_101_dise_ador
- InfoTextil (2019). *Industria textil: cuánto cayeron la actividad y el empleo*. Argentina: La Nación. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.infotextil.com.ar/industria-textil-cuanto-cayeron-la-actividad-y-el-empleo/>
- InfoTextil (2018). *Apertura importadora: perjuicios para la industria y para consumidores*. Argentina: InfoTextil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.infotextil.com.ar/apertura-importadora-perjuicios-para-la-industria-y-para-consumidores/>
- Inzaugarat, J (2019). *Algoselan no levanta y vuelve a suspender personal*. Argentina Ladrán Sancho. Recuperado el 31/10/19 disponible en:

<https://ladransanchoweb.com.ar/algoselan-no-levanta-y-vuelve-a-suspender-personal/>

Procuraduría de Trata y Explotación de Personas (2016). *Talleres textiles denunciados en la ciudad autónoma de Buenos Aires*. Buenos Aires: MINISTERIO PÚBLICO FISCAL. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://mpf.gob.ar/protex/files/2016/06/Informe-Talleres-Textiles-Denunciados.pdf>

Lazaro.A. (2018) La diseñadora fueguina que diseña a partir de cascotes. Argentina: La Nación. Recuperado el 30/10/19 disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/la-disenadora-fueguina-disena-partir-cascotes-nid2202156>

Lento.G. (Octubre, 2018). *Plataforma para el diseño necesario, humano y político*. (40ª ed.) Buenos Aires: Clarín DNI, 26.

Listek, V (2018). *La industria de la moda en la mira de Naciones Unidas*. Argentina: Visión Sustentable. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.visionsustentable.com/2018/05/15/la-industria-de-la-moda-en-la-mira-de-naciones-unidas/>

MERCOSUR (2007). *REGLAMENTO TÉCNICO MERCOSUR SOBRE ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES*. Recuperado el 03/10/19 disponible en: http://www.puntofocal.gov.ar/doc/r_gmc_33-07.pdf

Maurello, E (2019) *Juliana García Bello, entre lo austral y lo ciudadano*. Argentina: La Moda Dice. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://lamodadice.com/juliana-garcia-bello-entre-lo-austral-y-lo-ciudadino/>

Moenneyron, F (2005) *50 respuestas sobre la moda*. Klincksieck, Paris: Editorial Gustavo Gili SL.

Mundo Textil (2018). *Argentina exporta 103,1 millones de dólares en lana*. Argentina Mundo Textil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://mundotextilmag.com.ar/argentina-exporta-1031-millones-de-dolares-en-lana/>

Museo de Bellas Artes (2009). Antonio Berni. Pesadilla de los injustos Argentina. Recuperado el 14/02/2020 disponible en: <https://www.bellasartes.gob.ar/exhibiciones/antonio-berni/>

Noticias ONU (2019). *El costo ambiental de estar a la moda*. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>

Organización Internacional del Trabajo (2008). *La definición del trabajo forzoso*. Argentina

Organización Internacional del Trabajo (2014). *Trabajo forzoso en Argentina*. Argentina: Organización Internacional del Trabajo. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.ilo.org/buenosaires/temas/trabajo-forzoso/lang-es/index.htm>

Saltzman, A. (2004) *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós

Sanguinetti Andrés (2019). *"iProfesional": Caída de las ventas, inversiones frenadas y menor producción, el escenario de la industria textil para este año*. Argentina:

iProfesional. Recuperado el 03/10/19 disponible en:
<https://www.fundacionprotejer.com/boletin-prensa/produccion-industria-encuesta-anual-protejer/>

Saulquin, S (2005) *Historia de la moda Argentina*. (3° e.d) Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta.

SI SANJUAN, (2018) *Uñac: Seremos los primeros productores textiles del país, y es un orgullo para San Juan*. San Juan: SI SANJUAN. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://sisanjuan.gob.ar/secciones/prensa/item/8551-unac-seremos-los-primeros-productores-textiles-del-pais-y-es-un-orgullo-para-san-juan>

Sicilia, Pilar (2017) *La Guía del Estilo: LA SILUETA*. Recuperado el 16/01/2020 disponible en: <https://pilarsiciliafashionplace.wordpress.com/2017/01/18/la-guia-del-estilo-la-silueta/>

Soifer (2019) *De visita en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional me topé con una serie de ediciones de la revista Viajes y Viajeros*. Recuperado el 16/01/2020 disponible en:
https://www.instagram.com/p/B3Pm5xQH_ao/?utm_source=ig_web_copy_link

TANMODERNOS (2017) *ENTREVISTA >>> MIA SOIFER*. Recuperado el 16/01/2020 disponible en: <https://tanmodernos.com/2017/10/26/entrevista-mia-soifer/>

Redacción Chubut (2019). *Maderna declaró la emergencia laboral textil en Trelew*. Trelew: El Chubut. Recuperado el 03/10/19 disponible en:
<https://www.elchubut.com.ar/nota/2019-1-11-16-5-0-maderna-declaro-la-emergencia-laboral-textil-en-trelew>

RTC (2007) *Red Téxtil - Federación de Cooperativas Textiles - Red Textil Cooperativa Ltda*. Argentina:Essap. Recuperado el 16/10/19 disponible en:
<https://www.essapp.coop/cooperativas/red-textil-federacion-de-cooperativas-textiles-red-textil-cooperativa-ltda>

Ruiza, M., Fernández, T. y Tamaro, E. (2004). *Biografía de Antonio Berni. En Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea*. Barcelona (España). Recuperado el 14/01/2020 disponible en
https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/berni_antonio.htm

Ussher, M. (2008). *Trata de personas. Cuando la esclavitud es un negocio*. Recuperado el 03/10/19 disponible en:
<http://webiigg sociales.uba.ar/pobmigra/archivos/4.pdf>

Villalpando, W. (2011). *La esclavitud, el crimen que nunca desapareció. La trata de personas en la legislación internacional*. Invenio, 14 (27), 13-26. Recuperado el 03/10/19 disponible en:
<http://www.redalyc.org/pdf/877/87722114001.pdf>

Whelan, M. Bride (1994) *La armonía en el color*. Mexico: Rosario Salinas.

Bibliografía

- Adúriz Isidro (MAYO 2009) *La Industria Textil en Argentina*. Buenos Aires, Argentina (INPADE) Recuperado el 28/10/19, disponible en: [file:///C:/Users/caro_/Desktop/SEMINARIO%202/La%20industria%20textil%20en%20Argentina%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/caro_/Desktop/SEMINARIO%202/La%20industria%20textil%20en%20Argentina%20(4).pdf)
- Bernanrdo Kosacoff (coordinador) Guillermo Anallo, Carlos Bianco, Roberto Bisang, Carlos Bonvecchi, Fernando Porta, Adrián Ramos, Eduardo Spector, Juan E.Zabala Suarez. (2004) *Evaluación de un escenario posible y deseable de reestructuración y fortalecimiento del complejo textil argentino*. Buenos Aires: CEPAL.
- Brooke (2019) *García Bello -Bafweek AW19*. Argentina: Revista Brooke. Recuperado el 30/10/19 disponible en: <http://www.revistabrooke.com/garcia-bello-bafweek-aw19/>
- CIAI (2013) *Etiquetado Textil*. Argentina: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria. Recuperado el 10/06/19 disponible en: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/camara/etiquetado-textil/>
- Código de Conducta y Manual de NICE (2009) *Código DE Conducta Y Manual de NICE Para La Industria Textil y de La Moda*. Copenhague. Recuperado el 13/10/19 disponible en: file:///C:/Users/caro_/Desktop/SEMINARIO%202/NICE-UNGC.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (Agosto de 2017) *Territorio, infraestructura y economía en la Argentina*. [Posteo en blog]. Recuperado el 10/06/19 disponible en: file:///C:/Users/caro_/Desktop/SEMINARIO%201/completo-textil-2017.pdf
- Comunidad Textil (2019). *Cierran más fábricas textiles de grandes marcas y PYMEs en Argentina por el derrumbe del consumo y la economía*. Argentina: Comunidad Textil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://comunidadtextil.com/wpnews/2019/04/cierran-mas-fabricas-textiles-de-grandes-marcas-y-pymes-en-argentina-por-el-derrumbe-del-consumo-y-la-economia/>
- Comunidad Textil (2018). *El 70% de la ropa importada por Argentina es de China*. Argentina: Comunidad Textil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://comunidadtextil.com/wpnews/2018/02/el-70-de-la-ropa-importada-por-argentina-es-de-china/>
- Comunidad Textil (2016). *El sector textil de Argentina denunció un aumento del 46 % en las importaciones y fuerte caída en las ventas*. Argentina: Comunidad Textil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://comunidadtextil.com/wpnews/2016/07/el-sector-textil-de-argentina-denuncio-un-aumento-del-46-en-las-importaciones-y-fuerte-caida-en-las-ventas/>
- Consejo Económico y Social de la Ciudad de Buenos Aires (2014). *Informe Industria Textil y de Indumentaria en la Ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: ECOLATINA.
- CNCT (2013) *RED TEXTIL COOPERATIVA*. Argentina: Centro Cultural de la cooperación. Recuperado el 06/10/2019 disponible en:

<https://www.centrocultural.coop/blogs/cooperativismo/2017/07/09/red-textil-cooperativa>

Diario Contexto, (2019) *La industria textil se deshilacha: la exportación de indumentaria cayó 35% y en tres años se perdieron casi 20.000 empleos*. Argentina Diario Contexto. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.diariocontexto.com.ar/2019/01/09/la-industria-textil-se-deshilacha-la-exportacion-de-indumentaria-cayo-35-y-en-tres-anos-se-perdieron-casi-20-000-empleos/>

Derni Mara (2019) *Juliana García Bello: la diseñadora fueguina que crea a partir de piedras y cascotes*. Argentina: Feria Puro Diseño. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.purodiseno.lat/desde-adentro/juliana-garcia-bello-la-disenadora-fueguina-que-crea-a-partir-de-piedras-y-cascotes/>

Devincenzi, A (2018). *Producción de basura: cuál es la realidad en Argentina y qué se podría hacer*. Argentina: El Cronista. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.cronista.com/responsabilidad/Produccion-de-basura-cual-es-la-realidad-en-Argentina-y-que-se-podria-hacer-20180302-0075.html>

DW Noticias (2018). *Argentina: trata y explotación laboral*. Argentina: DW NOTICIAS Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.dw.com/es/argentina-trata-y-explotaci%C3%B3n-laboral/av-47271709>

El Diario (2019). *Trelew declaró la emergencia textil para evitar más despidos*. Argentina El Diario Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.eldiariodemadryn.com/2019/01/trelew-declaro-la-emergencia-textil-para-evitar-mas-despidos/>

Fashion Revolution (2015) *Chain García Bello, una visión del mundo a través del diseño*. Fashion Revolution Recuperado el 30/10/19 disponible en: <https://www.fashionrevolution.org/chain-garcia-bello-una-vision-del-mundo-a-traves-del-diseno/>

FITA (2019) *Directorio de Empresas Asociadas*. Recuperado el 30/10/19 disponible en: <https://www.fita.com.ar/empresas/>

Fundación La Alameda (2013) *Marcas de ropa denunciadas por trabajo esclavo*. Buenos Aires: Fundación La Alameda. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.fundacionalameda.org/2013/12/marcas-de-ropa-denunciadas-por-trabajo.html>

Fundación Protejer (s.f.) *La industria textil dice que el 50 % del valor de la ropa corresponde a impuestos*. Argentina: Fundación Protejer. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.fundacionprotejer.com/boletin-prensa/la-industria-textil-dice-que-el-50-del-valor-de-la-ropa-corresponde-a-impuestos/>

Gago, V. (s.f.). *Talleres textiles. Progreso clandestino*. Anfibia. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/progreso-clandestino/>

Gardetti, M, Luque Delgado, M (2018) *Vestir un mundo sostenible* Buenos Aires: Lid Editoial.

Generación Vitnik, (2018). *La industria textil y la problemática ambiental*. Argentina: Generación Vitnik. Recuperado el 03/10/19 disponible en:

<http://www.generacionvitnik.com/2018/08/06/la-industria-textil-y-la-problematica-ambiental/>

Greenpeace. (2012) *Puntadas tóxicas: El oscuro secreto de la moda*. Greenpeace International.

INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial) (2013) *Mapa de Diseño 101 diseñadores de autor*. [Posteo en blog]. Recuperado el 04/06/2019. Disponible en: https://issuu.com/odtinti/docs/inti_mapa_de_dise_o_101_dise_ador

InfoTextil (2019). *Industria textil: cuánto cayeron la actividad y el empleo*. Argentina: La Nación. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.infotextil.com.ar/industria-textil-cuanto-cayeron-la-actividad-y-el-empleo/>

InfoTextil (2018). *Apertura importadora: perjuicios para la industria y para consumidores*. Argentina: InfoTextil. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.infotextil.com.ar/apertura-importadora-perjuicios-para-la-industria-y-para-consumidores/>

Inzaugarat. J (2019). *Algoselan no levanta y vuelve a suspender personal*. Argentina Ladrán Sancho. Recuperado el 31/10/19 disponible en: <https://ladransanchoweb.com.ar/algoselan-no-levanta-y-vuelve-a-suspender-personal/>

Procuraduría de Trata y Explotación de Personas (2016). *Talleres textiles denunciados en la ciudad autónoma de Buenos Aires*. Buenos Aires: MINISTERIO PÚBLICO FISCAL. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://mpf.gob.ar/protex/files/2016/06/Informe-Talleres-Textiles-Denunciados.pdf>

Lazaro.A. (2018) *La diseñadora fueguina que diseña a partir de cascotes*. Argentina: La Nación. Recuperado el 30/10/19 disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/la-disenadora-fueguina-disena-partir-cascotes-nid2202156>

Lento.G. (octubre, 2018). *Plataforma para el diseño necesario, humano y político*. (40ª ed.) Buenos Aires: Clarín DNI, 26.

Listek, V (2018). *La industria de la moda en la mira de Naciones Unidas*. Argentina: Visión Sustentable. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://www.visionsustentable.com/2018/05/15/la-industria-de-la-moda-en-la-mira-de-naciones-unidas/>

MERCOSUR (2007). *REGLAMENTO TÉCNICO MERCOSUR SOBRE ETIQUETADO DE PRODUCTOS TEXTILES*. Recuperado el 03/10/19 disponible en: http://www.puntofocal.gov.ar/doc/r_gmc_33-07.pdf

Mercedes Cardenal, Elena Salcedo (2004) *Moda y empresa gestione con éxito su negocio de diseño*. Barcelona: Norma.

Moenneyron, F (2005) *50 respuestas sobre la moda*. Klincksieck, Paris: Editorial Gustavo Gili SL.

Mundo Textil (2018). *Argentina exporta 103,1 millones de dólares en lana*. Argentina Mundo Textil. Recuperado el 03/10/19 disponible en:

<https://mundotextilmag.com.ar/argentina-exporta-1031-millones-de-dolares-en-lana/>

Museo de Bellas Artes (2009). Antonio Berni. *Pesadilla de los injustos Argentina*. Recuperado el 14/02/2020 disponible en: <https://www.bellasartes.gob.ar/exhibiciones/antonio-berni/>

Noticias ONU (2019). *El costo ambiental de estar a la moda*. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>

Organización Internacional del Trabajo (s.f.). *La definición del trabajo forzoso*. Argentina

Organización Internacional del Trabajo (2014). *Trabajo forzoso en Argentina*. Argentina: Organización Internacional del Trabajo. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.ilo.org/buenosaires/temas/trabajo-forzoso/lang--es/index.htm>

Saltzman, A. (2004) *El cuerpo diseñado*. Buenos Aires: Paidós

Sanguinetti Andrés (2019). *"iProfesional": Caída de las ventas, inversiones frenadas y menor producción, el escenario de la industria textil para este año*. Argentina: iProfesional. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.fundacionprotejer.com/boletin-prensa/produccion-industria-encuesta-anual-protejer/>

Saulquin, S (2005) *Historia de la moda Argentina*. (3° e.d) Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta.

SI SANJUAN, (2018) *Uñac: Seremos los primeros productores textiles del país, y es un orgullo para San Juan*. San Juan: SI SANJUAN. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://sisanjuan.gob.ar/secciones/prensa/item/8551-unac-seremos-los-primeros-productores-textiles-del-pais-y-es-un-orgullo-para-san-juan>

Sicilia, Pilar (2017) *La Guía del Estilo: LA SILUETA*. Recuperado el 16/01/2020 disponible en: <https://pilarsiciliafashionplace.wordpress.com/2017/01/18/la-guia-del-estilo-la-silueta/>

Soifer (2019) *De visita en la hemeroteca de la Biblioteca Nacional me topé con una serie de ediciones de la revista Viajes y Viajeros*. Recuperado el 16/01/2020 disponible en: https://www.instagram.com/p/B3Pm5xQH_ao/?utm_source=ig_web_copy_link

TANMODERNOS (2017) *ENTREVISTA >>> MIA SOIFER*. Recuperado el 16/01/2020 disponible en: <https://tanmodernos.com/2017/10/26/entrevista-mia-soifer/>

RTC (2007) *Red Téxtil - Federación de Cooperativas Textiles - Red Textil Cooperativa Ltda*. Argentina:Essap. Recuperado el 16/10/19 disponible en: <https://www.essapp.coop/cooperativas/red-textil-federacion-de-cooperativas-textiles-red-textil-cooperativa-ltda>

Redacción Chubut (2019). *Maderna declaró la emergencia laboral textil en Trelew*. Trelew: El Chubut. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <https://www.elchubut.com.ar/nota/2019-1-11-16-5-0-maderna-declaro-la-emergencia-laboral-textil-en-trelew>

Ruiza, M., Fernández, T. y Tamaro, E. (2004). *Biografía de Antonio Berni. En Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea. Barcelona* (España). Recuperado el 14/01/2020 disponible en https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/berni_antonio.htm

Ussher, M. (s.f.). Trata de personas. Cuando la esclavitud es un negocio. Recuperado el 03/10/19 disponible en: <http://webiigg.sociales.uba.ar/pobmigra/archivos/4.pdf>

Whelan, M. Bride (1994) *La armonía en el color*. Mexico: Rosario Salinas