

UE Siglo 21

Proyecto de Trabajo Final de Grado

Tutor: Soledad Perez de los Santos

Docentes: Ines Luna, Soledad Velázquez

Año: 2012

Divina Argentina

prendas de la tierra

Licenciatura en Diseño de Indumentaria y Textil

Alumna: Florencia Malem

Matricula: IND 0205

Resumen

En el presente proyecto se propone la creación de una colección trabajando con textiles andinos, re- significándolos y re-valorizándolos. Se los elige como un representante del talento local argentino, y se proponen: nuevas formas de uso, nuevas tipologías (en relación a las preexistentes con dicho material) y la generación de prendas urbanas.

Acompañando la propuesta, se plantea la comercialización justa, a partir de los principios de Comercio Justo, defendiendo la artesanía como factor de desarrollo social y aportando desde el diseño nuevas formas a estos tejidos, ponderando el desarrollo local, poniendo en valor al artesano e indagando sobre los elementos de nuestra identidad nacional.

Abstract

The present project proposes the creation of a collection working with Andean textiles, remeaning and revaluing them. They are chosen as a representative of the local argentine talent, and they propose new forms of use, new typologies (in relation to the preexisting ones with the above mentioned material) and the generation of urban garments.

Accompanying the proposal, the commercialization appears in the terms of Just Trade, defending craft as factor of social development and reaching from the design new forms to these textiles, weighting the local development, putting in value the craftsman and investigating on the elements of our national identity.

Tabla de contenidos

• Portada	1
• Resumen/ Abstract.....	2
• Tabla de contenidos	3
• Índice de tablas	6
• Índice de figuras	7
1. Planteamiento del problema	
1.1. Tema.....	9
1.2. Antecedentes	9
1.3. Definición del problema / problemática	11
1.4. Objetivo General	12
1.4.1. Objetivos específicos	12
1.5. Justificación	13
1.6. Limitaciones del estudio.....	14
2. Marco Teórico	
2.1. Genius Loci y el retorno a los orígenes culturales.....	15
2.2. Cultura e identidad nacional.....	16
2.3. Ser Nacional: El Gaucho.....	17
2.3.1. El Gaucho y su poncho.....	20
2.4. Moda e Identidad.....	21
2.5. Artesanía.....	21
2.6. Textiles andinos.....	24
2.6.1. Historia del tejido andino.....	25

2.6.2. Materiales.....	36
2.6.2.1. Lana.....	37
2.6.3. Modo de Producción.....	38
2.6.3.1. Hilado.....	38
2.6.3.2. Teñido.....	39
2.6.3.3. Tejido.....	41
2.7. Comercio ecuo solidario.....	44
2.7.1. Los Principios del Comercio justo.....	45
3. Metodología	
3.1. Metodología de diseño	47
3.2. Metodología de Investigación.....	48
3.2.1. Plan de investigación.....	49
4. Análisis de los resultados	
4.1. Análisis de imágenes.....	52
4.2. Análisis de resultados de encuestas	53
5. Conclusiones.....	58
5.1. Propuesta de diseño.....	60
5.1.1. Inspiración de la colección.....	61
5.1.2. Colección	62
5.2. Propuesta empresarial.....	74
5.2.1. Misión.....	74
5.2.2. Visión.....	74

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*

TFG: Florencia Agustina Malem

5.2.3. Valores.....	74
5.2.4. FODA.....	75
5.2.5. Diagrama de la empresa.....	75
5.2.6. Análisis de costos.....	76
5.2.6.1. Punto de equilibrio.....	78
5.3. Propuesta de Marca.....	79
2.3.1. Usuario.....	79
2.3.2. 4 P de Marketing.....	80
5.3.3. Competencia.....	80
5.3.4. Imagen de Marca y Branding.....	81
5.3.4.1. Isologotipo.....	81
5.3.4.2. Etiqueta de prenda.....	81
5.3.4.3. Etiqueta colgante.....	82
5.3.4.4. Packaging.....	83
5.3.4.5. Comercialización.....	84
5.3.4.6. Página Web.....	86
• Plan de actividades y cronograma.....	87
• Anexos.....	88
• Referencias.....	105
• Curriculum Vitae.....	107

Índice de tablas

• Tabla N° 1	53
<i>Orden de prioridad sobre los atributos de las prendas.</i>	
• Tabla N° 2	54
<i>Grado de conciencia sobre la práctica del Comercio Justo.</i>	
• Tabla N° 3	54
<i>Grado de adherencia a la iniciativa transmitida por Comercio Justo.</i>	
• Tabla N° 4	55
<i>Grado de aceptación a adquirir productos que se enmarquen en las practicas de Comercio Justo.</i>	
• Tabla N°5	56
<i>Preferencia sobre destinos a la hora de realizar un viaje.</i>	
• Tabla N°6	56
<i>Preferencia a la hora de seleccionar materiales de lectura.</i>	
• Tabla N°7	76
<i>Costos de prendas y fijación de precios.</i>	
• Tabla N°8	77
<i>Costos fijos.</i>	
• Tabla N°9	77
<i>Mix de productos.</i>	
• Tabla N°10	78
<i>Punto de equilibrio.</i>	
• Tabla N°11	78
<i>Rentabilidad de \$5.000</i>	
• Tabla N°12	78
<i>Rentabilidad de \$20.000</i>	

Índice de figuras

Figura N° 1, Aguayos Industriales.....	10
Figura N° 2. Identidad Nacional.....	16
Figura N° 3. Gaucho. (Corcuera, 2010).....	19
Figura N° 4. División del Imperio Incaico.....	25
Figura N° 5.....	27
Figura N° 6. Bordado. Paracas – Nazca. (Corcuera, 2010).....	29
Figura N° 7. Trabajo a la aguja tridimensional. Nazca. (Corcuera, 2010).....	30
Figura N° 8. Técnica <i>Ikat</i> o tinte de reserva. (Corcuera, 2010).....	31
Figura N° 9. Tejido de gasa, sobrebordado. Chancay. (Corcuera 2010).....	33
Figura N° 10. (Ulloa, 2006).....	35
Figura N° 11. Posibilidad de torsiones. (Taranto et al., 2003).....	39
Figura N° 12. Tintes naturales. (Taranto et al., 2003.).....	41
Figura N° 13. Tipos de telares.....	42
Figura N° 14. Telares prehispánicos. (Taranto et al. 2003).....	43
Figura N° 15. Telar europeo o criollo. (Taranto et al. 2003).....	44
Figura N° 16.....	52
Figura N° 17.....	52
Figura N° 18. Matriz FODA.....	62
Figura N° 19.....	75
Figura N° 20.	75
Figura N° 21.	80
Figura N° 22.	81

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*

TFG: Florencia Agustina Malem

Figura N° 23.	82
Figura N° 24.	82
Figura N° 25.	83
Figura N° 26.	83
Figura N° 27. Inspiración del local.....	84
Figura N° 28. Render del local.....	85
Figura N° 29. Página web.....	86
Figura N° 30. Plan de actividades.....	87

1. Planteamiento del problema

1.1. Tema

Revalorización y re-significación de la producción textil artesanal de las comunidades andinas y su incorporación en el diseño de moda urbana.

1.2. Antecedentes

En los últimos años se viene dando una tendencia de retorno a las raíces, a los orígenes culturales. Mientras que por un lado se tiende a globalizar y democratizar la moda, por el otro las personas buscan identificarse con aquello que llevan puesto, inclinándose a la búsqueda de otras experiencias de consumo. Teniendo en cuenta que la indumentaria es una forma de expresión de la identidad y una manera de transmitir la cultura y los cambios sociales, esta corriente se ha visto y se ve plasmada en prendas de vestir como reflejo de ello.

Un punto a considerar es el hecho de que en diversas ocasiones se toma como punto de partida y se extraen elementos de una determinada cultura como inspiración, pero no se respetan los modos de producción pertenecientes a ese grupo, ni hay un feedback hacia ellos. Un ejemplo de ello es, por ejemplo, la industrialización de los aguayos, los cuales se presentan como tejidos del altiplano, pero en ellos solo se respeta un diseño, ya que materiales y modos de producción son absolutamente diferentes a los originales (Ver figura N°1). Por tal motivo, se puede aprovechar esta tendencia de retorno a las raíces como una vía para promover el consumo de estos productos, así como su producción a nivel regional, y de esta manera preservar las tradiciones ancestrales que vienen arraigadas con la producción de estos textiles desde hace miles de años.



Figura N° 1, Aguayos Industriales. ¹

En relación a los modos de producción artesanal que se proponen revalorizar e incentivar, es preciso considerar los términos de trabajo y comercialización, ya que en la actualidad se presentan bastos ejemplos de trabajo esclavo y explotación en el sector textil. Por ello una manera de contribuir a una mejor situación sería la aplicación de los principios de Comercio Justo, el cual propone una forma de producción y comercialización en la cual se respeten los derechos de los trabajadores, permitiéndoles un trabajo digno con una remuneración justa y, a su vez, un plus para permitir el desarrollo local. Dicho modo de comercialización será ampliado en el marco teórico.

En lo referente a los textiles andinos y, teniendo en cuenta la gran extensión geográfica en la cual estos se producen y la incapacidad de abarcar todas estas expresiones, se trabajará los textiles producidos en la comunidad de Belén y alrededores de la provincia de Catamarca, la cual se sitúa al pie de la cordillera en el noroeste argentino. Dicha región es reconocida por su

tradición textil y la calidad de sus tejidos, allí se tejen principalmente ponchos. En aquel lugar tejedoras que se desempeñan en el oficio desde hace años comentan el hecho de que cada vez hay menos personas interesadas en seguir este quehacer, por lo cual, poco a poco, se van perdiendo las costumbres. (Kemelmajer, 04/09/2011)

Un antecedente a destacar es la artista catamarqueña Manuela Rasjido, quien trabaja con la revalorización y re-significación de estos textiles desde el ámbito del arte, generando obras de arte textil. Parte de la consideración de que la indumentaria es una manera de expresar el arte, y es su medio para transmitir las características del interior de nuestro país, y su concepción en cuanto a forma, color, textura, así como también concepciones de carácter antropológico. Más adelante se analizará parte de su obra para poder obtener conclusiones en cuanto al trabajo actual con dichos tejidos.

Otros antecedentes a considerar son los proyectos “Identidades Productivas” y “Emprendedores de Nuestra Tierra” propuestos por el Ministerio de Desarrollo Social y la Secretaria de Cultura de la nación, en los cuales se intenta dar a conocer propuesta de diseño con una gran carga local, permitiendo dar a conocer la labor de artesanos de diferentes puntos del país.

1.3. Definición del problema

Se plantea la generación de una colección que fusione los tejidos artesanales creados en la provincia de Catamarca (usualmente empleados para la producción de ponchos), aportándole diseño, proponiendo nuevas morfologías en prendas y un nuevo contexto de uso. A raíz de ello se plantean diversos problemas y/o interrogantes: ¿Cómo se pueden fusionar elementos con una

gran carga tradicional con elementos contemporáneos? ¿Pueden interactuar el diseño y la artesanía?

Se busca remarcar el concepto de identidad nacional en los productos, así como reforzar y revalorizar la producción artesanal como fuente de crecimiento, generando una propuesta para el desarrollo, el trabajo digno y la cooperación mutua. ¿Qué atributos configura la identidad nacional? ¿Son trasladables al diseño de indumentaria? ¿Pueden tener una bajada comercial y más urbana? ¿Es posible generar una conciencia de responsabilidad social a partir de la indumentaria?

1.4. Objetivo General

Diseñar una marca con una propuesta que refleje en parte la identidad cultural Argentina fusionando textiles artesanales típicos de la región de Catamarca, con otros géneros para el diseño de prendas urbanas, dándoles un nuevo significado y valor a estos textiles.

Generar a su vez una propuesta que permita, a través de la cooperación mutua, el desarrollo y el trabajo digno, en el marco de un comercio solidario.

1.4.1. Objetivos específicos

- Investigar sobre las causas de la tendencia al retorno a los orígenes culturales.
- Identificar la función social de la artesanía y el rol que cumple como transmisora de cultura.
- Definir la moda y la indumentaria en relación a la identidad e identificar las características del ser nacional.
- Identificar las características del Comercio Solidario.

- Identificar las técnicas de telar, acabados y procesos empleados en la producción de los textiles a fin de ser posteriormente utilizadas en la creación de una colección de indumentaria.
- Analizar los motivos y texturas de los textiles y sus posibles aplicaciones y/o rediseños.
- Analizar las características de los tejidos y el modo de aplicación en prendas urbanas (tipologías, moldería, etc.)
- Identificar y describir las características y comportamientos del usuario meta.
- Proyectar un plan de Marketing acorde a la propuesta y al mercado meta.
- Generar una propuesta enmarcada en el Comercio Ecuo Solidario.
- Proyectar el desarrollo estratégico de la marca donde se comercializaran los productos.
- Desarrollar algunos prototipos para verificar la factibilidad de la propuesta.

1.5. Justificación

En un mundo en el que al parecer la globalización en todos sus aspectos parece arrasar con las individualidades para conectarnos en un todo, en una búsqueda de la homogeneidad, este proyecto propone una introspección para valorar aquello que nos hace únicos, aquello que nos diferencia y en ocasiones queda olvidado, una búsqueda de las raíces, de lo tradicional pero con una visión global. Se propone, como presenta Morace (2009), tomar aquellos estímulos únicos pero habidos de convertirse en universales propios de las culturas locales, con un atractivo propio, para ser tomados como inspiración y ser transmitidos al mundo, con la globalización como elemento difusor, sin permitir que ésta nos asfixie.

Se propone el análisis del genio local en relación al talento y el espíritu del lugar en su naturaleza única y distintiva, utilizando los textiles artesanales valiosos por su composición,

confección, historia y simbología para desde allí generar una nueva propuesta en cuanto a formas y situaciones de uso.

A su vez se pretende promover la producción de dichos textiles con el fin de mantener y continuar la tradición presente en algunas comunidades de Catamarca, utilizando como pilares los principios del Comercio Justo para contribuir al desarrollo de los artesanos y al mismo tiempo el crecimiento local.

1.6. Limitaciones del estudio

Debido a la amplitud de capacidades distintivas y elementos propios de nuestro país que se pueden encontrar, y la imposibilidad de abarcar todas las expresiones por completo, es que se propone trabajar con una región particular y con un talento (creación de textiles artesanales) que permite un desarrollo del proyecto y un acceso a los elementos necesarios, de manera que sea factible la realización de la propuesta.

Por otro parte, en relación al marco del Comercio Ecuo Solidario, en esta etapa esto constará sólo de una fase proyectual, análisis de la factibilidad y propuesta, ya que los tiempos para la aplicación de este tipo de iniciativas son muy extensos y no se corresponden con los que se cuentan para la realización del presente trabajo. Además, para conectarse a dicha red, se precisa que el proyecto comercial esté en pleno funcionamiento.

¹ (http://www.artesaniadelnorte.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=21&Itemid=36, consultado el 16/10/2011)

2. Marco Teórico

2.1. *Genius Loci* y el retorno a los orígenes culturales

En la actualidad, con el avance inexorable de la globalización surge una tendencia que apuesta a un bálsamo para ello. Se apuesta a una nueva oportunidad para los talentos y capacidades locales, para que demuestren aquello que los define y los hace únicos, a la vez que, utilicen la globalización como difusor de ello: un regreso a la raíces. Morace (2009) explica que no se propone solo un pasaje de lo local a lo global, sino una estrategia que permita asimilar y conocer lo diferente, propio de las capacidades locales, y participar en lo global, lo universal, sin unificarnos.

A este genio propio de cada lugar, Morace (2009) lo denomina *Genius Loci*. A partir de esta premisa, explica que el conocimiento de este *Genius Loci* nos permitirá conocer nuestra raíces culturales, ya sea a nivel país, región o de un lugar en particular, lo cual delimitará nuestra identidad. Este proceso de definición es permanente y en el confluyen arquetipos del pasado con influencias del presente. “...conocer el propio *Genius Loci* nos permite ser más atractivos, más creíbles, más exclusivos...” (Morace, 2009. Pág. 59). Si bien se lo presenta, sobretudo, como formas de hacer diferenciadoras a un nivel más amplio, aquí lo tomaremos como la capacidad distintiva de un lugar determinado, un “saber hacer” que identifica a una región. Más precisamente lo relativo a la producción artesanal, como expresión propia de un lugar determinado.

En relación al carácter autóctono, al elemento diferenciador, se presenta el hecho de que ninguna cultura ha sido jamás cien por ciento autóctona, ya que se expone que para que cada civilización iniciara su desarrollo debía recibir estímulos externos que fecundaran estas

capacidades (Morace, 2009). Un claro ejemplo de ello, lo podemos apreciar en Argentina donde la cultura proviene de una fusión, un mestizaje de razas que dieron origen a nuestra actual sociedad, y nos permitieron formar nuestra identidad cultural y aquello que nos diferencia y representa.

De la misma manera, se plantea la necesidad de estar en contacto con otras culturas para poder de esa forma apreciar y darnos cuenta de aquello que nos distingue, que nos hace únicos, de nuestro *Genius Loci*. (Morace, 2009)

Se presenta lo local como una forma de desarrollar la creatividad de las personas en su lugar de origen, aprovechando recursos y experiencia que se poseen al alcance. A la vez que, se permite un cambio en la comunidad generando empleos y utilizando los recursos de la zona. La tendencia al localismo es una oportunidad para distinguirse, para generar cambios, basándose en modos de producción más sostenibles y permitiendo a través de trabajos seguros la posibilidad de fortalecimiento y desarrollo de las comunidades. (Fletcher, 2008)

2.2. Cultura e identidad nacional



Figura N°2. Identidad Nacional.

La cultura y la identidad están íntimamente relacionadas, ya que la cultura conforma la identidad y viceversa. A cultura se la puede considerar como aquellos resultados del accionar de un grupo, y que muestran una serie de pautas y valores compartidos, así como también intereses y necesidades afines, las cuales ayudan a la configuración de la identidad de dicho grupo. (Moncalvo, 2007)

La identidad nacional, no solo se compone de la cultura nacional y lo que ella implica como lo es el leguaje, la historia, la literatura, las tradiciones, entre otras. Sino que además está compuesta por el sistema político y las instituciones gubernamentales que conforman un país.

Como una conjugación de ambas podemos encontrar lo que se denomina Identidad Cultural, que según Fernández Chiti puede denominarse como “la simbólica de un pueblo”. Símbolos que perduran a través del patrimonio de una nación y que nos permiten reflexionar sobre ella. En cuanto a la identidad cultural Argentina, la misma es conformada por un crisol de razas que se entremezclaron y dieron lugar a nuestra sociedad, con sus características particulares.

2.3. Ser Nacional: El Gaucho

El ser nacional, puede definirse como aquel estereotipo, que posee ciertas características representativas de un país. Que refleja valores culturales, formas y usanzas de un lugar determinado. En el caso de Argentina se considera como tal, al Gaucho. Aunque cabe mencionar que si bien este estereotipo es relacionado y representa a la argentina, hoy en día se mantiene solo como una figura, ya que no existe en la actualidad como tal. Aun así, se mantienen ciertos elementos simbólicos, tales como su vestimenta.

El origen del Gaucho es diverso, podía ser mestizo, indígena- español, mulato o quizás de muy diversos orígenes, pero era un “tipo social” y no un “tipo étnico”. Cuando los conquistadores españoles dominaban nuestro suelo, Moriscos y Andaluces que habían sido maltratados, mal pagos y víctimas de injusticias, deciden desertar. Huían a caballo por la pampa, esquivando a las autoridades, con lo cual se daba origen a los primeros gauchos. De todas formas, este gaucho del siglo XIX no nace por el azar de ese momento histórico, sino que se fue formando a lo larga de varias centurias. (Corcuera, 1999) (Del Pin, 2007)

Este habitante de nuestras pampas viene arraigado a una economía pastoril y seminomada, la cual luego se vera modificada con la llegada de las estancias, lo cual influirá en todos los aspectos de su vida. (Corcuera, 1999)

De espíritu errante, se destacaban por su rudeza y orgullo. (Del Pin, 2007) Los elementos más importantes en torno a la vida del gaucho, eran su caballo, que la daba libertad para andar a gusto, su cuchillo, que le daba protección, su poncho, que le proporcionaba cobijo y su china, su mujer. (Laxalt, 1980)

El culto al coraje es uno de sus rasgos típicos. “No todos los gauchos eran iguales. Había gauchos y gauchos. Tantos tipos humanos de gauchos como regiones tiene el país.” (Corcuera, 1999. Pág.194)



Figura N°3. Gaucho. (Corcuera, 2010)

En cuanto la vestimenta del gaucho, la prendas típicas son: camisa, poncho, botas de potro, sombrero, pañuelo, chiripa y calzoncillo cribado, aunque en la actualidad se usan las denominadas “bombachas gauchas”, que simplifican estas dos ultima piezas. A estos elementos también puede sumársele, fajas y rastras, y complementos tales como boleadoras, lazos y facones. Estas prendas constituyen la vestimenta tradicional argentina.

En relación a la vestimenta antes descrita, el poncho cumple un papel relevante en relación a la temática planteada, ya que los mismos son realizados mediante textiles artesanales y representan la gran mayoría de prendas producidas con estos textiles. El mismo tiene gran carácter simbólico y es representativo de la figura del gaucho. Si bien, cabe remarcar que su origen es pre- cristiano, el mismo tomo gran auge luego de la conquista. (Taranto, Mari. 2003)

2.3.1. *El Gaucho y su poncho*

“Si hay un personaje de nuestra tradición al cual le pertenece por antonomasia el poncho, es al gaucho.” (Corcuera, 1999. Pág. 190) Esta prenda es uno de los pocos bienes materiales que poseía el gaucho. El poncho ligero, discreto, sencillo y sobretodo útil, acompaña al gaucho en su vida cotidiana día y noche. Lo utiliza como cama, almohada, a veces toldo, escudo, mesa para jugar a los naipes, para abrigarse y abrigar a su china, así como también le sirve para trasladar sus pertenencias atándolo de las cuatro puntas.

Para los argentinos hubo un momento histórico determinante en el cual se plasmo la más fuerte en esta unidad gaucho, caballo y poncho. Esos son los tiempos durante la anarquía y el poder de los caudillos. Dos opciones, poncho o levita, para un destino que debía de ser común. Eran dos mundos difíciles de conciliar, pero en el interior se podían apreciar caudillos de levita y poncho. Este modelo romántico del gaucho se vio perderse en el horizonte, ya que no pudo resistir la nueva forma de vida que traía consigo una pampa parcelada y perdida de su gran libertad. “El gaucho así, se nos aparece como un hombre libre, lector espontaneo de las leyes de la Naturaleza, ni indio, ni ciudadano “domesticado por el uso de la levita.” ” (Corcuera, 1999. Pág. 200)

Sin bien, la prenda poncho tienen un carácter casi universal, ya que su tipología a sido encontrada en diversas culturas alrededor del globo, podemos arraigarla a aquellos elementos que definen el patrimonio cultural argentino. Ponchos de diferentes tramas, diseños y colores representan el patrimonio cultural de los diferentes grupos humanos que poblaron nuestras tierras y américa en general. El poncho tejido y tal como lo conocemos en la actualidad, se encuentra presente en América del Sur y sobretodo a los lados del macizo andino. La mayor difusión de esta prenda esta dada con su inclusión a la vida cotidiana criolla de los siglos XVIII y XIX.

“El poncho es como se sabe, una prenda de forma rectangular que mide por lo general 1,80 por 1,40 m., con una abertura en el medio para poderlo pasar por la cabeza quedando apoyado sobre los hombros, de donde cae en pliegues armoniosos y holgados, cubriendo ampliamente el cuerpo y los brazos de la persona que lo lleva”. (Corcuera, 1999. Pág. 25)

2.4. Moda e Identidad

La identidad se define como el “Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.” (Real Academia Española) Muchos de esos elementos característicos tienen que ver con elementos que podemos percibir visualmente, por lo tanto, la indumentaria que decidimos llevar puede aportar información acerca de nuestra identidad a los demás. Aunque, en muchos casos, lo que vestimos no está conectado directamente con lo que nosotros somos, por tal motivo se presta a interpretaciones erradas. (Entwistle, 2002)

El cuerpo, como portador del Yo, es por tanto, portador de nuestra identidad. La indumentaria, al tener una estrecha relación con nuestro cuerpo, nos permite por tanto emplearla como transmisora de nuestros rasgos distintivos.

2.5. Artesanía

La palabra artesanía deriva del vocablo artesano y hace referencia a su obra. Este término no tiene equivalentes exactos en otros idiomas, como si lo posee el vocablo artesano. Su mayor difusión comenzó hacia 1960 y 1970 con el comienzo de los estudios de la sociología del arte y el folklore. Su definición más precisa es:

Actividad productiva y creativa de carácter plástico manual e inspiración tradicional; de concepción, confección y planificación seriada; que se materializa en objetos, obras o piezas que responden a una necesidad funcional o de uso cotidiano, decorativo, mágico, religioso, etc.; con un ingrediente estético o decorativo necesariamente presente; facturada en un taller doméstico o profesional reducido, sin procesos tercerizados; mediante técnicas manuales y no manuales pero nobles, genuinas y de control personal por parte del artesano; cuya producción es restringida y destinada a un mercado reducido, de ferias, o comercial pero conocido por el artesano. (Fernández Chiti, 2003. Pág. 25)

Si bien en la definición antes expuesta se presentan los rasgos que permiten distinguir a una artesanía, es preciso enumerar una serie de características permanentes que se mantendrán en las diferentes expresiones artesanales y que marcan la esencia de la actividad artesanal como:

- la manualidad de los productos generados,
- la funcionalidad ya que la pieza debe servir a algún fin práctico,
- la seriación o intención repetitiva ya que nunca se concibe como una obra única,
- la objetualidad o el carácter de objeto de la artesanía y su posibilidad ser asible,
- la perdurabilidad o la permanencia y durabilidad del objeto artesanal en relación a su funcionalidad,
- y su tridimensionalidad lo cual se liga al su volumen cósico y a su carácter de objeto de la mayoría de las piezas artesanales, aunque hay excepciones de elementos bidimensionales considerados como artesanía. (Fernández Chiti, 2003)

Los resultados de la producción artesanal pueden ser clasificados en cinco grandes tipos en relación a las características globales y culturales, que no hacen referencia ni a la manufactura ni a las manualidades. Estos tipos son:

- Artesanía folklórica: surge dentro de una comunidad tradicional o folk (origen colonial), que no está contaminada por los influjos de las grandes ciudades; los oficios se transmiten por vía oral, de generación en generación; es anónima ya que es de producción comunitaria.
- Artesanía tradicional: comparte características con la artesanía folklórica, pero no es excluyente que su producción sea en comunidades folk; se pierde en gran medida el anonimato con la necesidad de la comercialización individual.
- Artesanía etnográfica: producción dentro de comunidades indígenas, para un mercado externo; es anónima.
- Artesanía arqueológica: piezas encontradas por arqueólogos, pertenecientes a culturas pasadas. Si bien no son artesanía propiamente dicha, porque no eran producidas para un mercado externo, se las considera como tales por sus características funcionales.
- Artesanía de ciudad: producida en las ciudad; inspirada en diversos estímulos; no se transmite de generación en generación, sino que es aprendida en escuelas, libros, y talleres; no es anónima. Dentro de este tipo hay tres subtipos: artesanía de feria, artesanía de arte, artesanía de semiindustrial urbana.

(Fernández Chiti, 2003)

La artesanía inspirada en la tradición es una valiosa expresión cultural, una forma de expresar lo que somos y lo que nos identifica. Asimismo es un “capital de confianza en un

mismo”, por lo que es especialmente importante. Artesanía, cultura y mercado se complementan, como expresa la UNESCO, por lo cual debemos considerarla y darle una oportunidad como una herramienta para el desarrollo de los pueblos, sin asfixiarla con las grandes industrias.

2.6. Textiles andinos

El acto de vestirse y adornarse ha sido a lo largo de la historia universal una constante en prácticamente todas las culturas. La indumentaria, más allá de cumplir la función básica de protección y el hecho de embellecer el cuerpo, ha cumplido otras funciones como la de diferenciación, jerarquización, indicadora de pertenencia, sexo, entre otras funciones. Con respecto a la cultura andina, ha tenido el textil una importancia mayor relacionada a la vida doméstica y sobre todo al aspecto ritual y mágico referente a sus creencias. (Ulloa, 2006; Entwistle, 2002)

En América del Sur el imperio incaico fue una importante corriente civilizadora, contrariamente a la creencia generalizada de que la civilización vino de la mano de los europeos, y desde allí sus costumbres se transmitieron a lo largo de los Andes. El tejido era un elemento muy importante y siempre presente en ceremonias como tributos a monarcas, obsequios a los guerreros y personas destacadas, elemento de los sacrificios religiosos y de los ajueres funerarios. . (Taranto, Mari, 2003)

Particularmente, en lo que se refiere a Argentina, la mayor influencia textil tuvo lugar en el momento en que nuestro país integrara el Kollasullo (actualmente Jujuy, Tucumán, Catamarca y territorios adyacentes a los Andes), parte sur del Tahuantinsuyo o imperio incaico, aunque no debe dejar de mencionarse que hay hallazgos textiles mucho anteriores a este periodo.(Taranto, Mari, 2003)

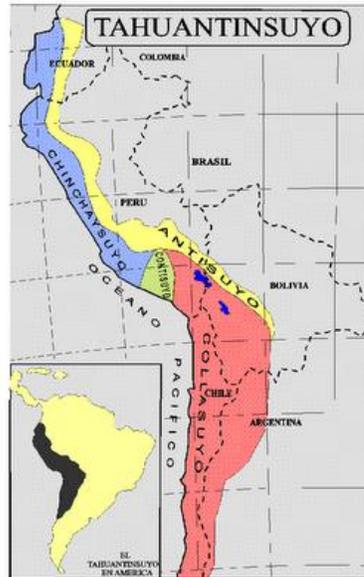


Figura N° 4. División del Imperio Incaico ²

2.6.1. Historia del tejido andino

La historia del tejido se remonta a quince mil años, cuando cazadores primitivos hicieron de América del Sur su lugar de vida, período que se denomina Arcaico. Los primeros pasos consistieron en la confección de sogas y bolsas a base de una sola hebra con sencillas técnicas, que datan del 8600 a.C. según piezas encontradas en los Andes peruanos, las cuales fueron construidas a partir de la torsión de fibras vegetales. En Argentina los hallazgos más antiguos de estas características datan del 7600 a.C. encontrados en la provincia de Jujuy.

Se destaca la torsión, la finura y la regularidad del hilado como logros permanentes y virtudes del tejido andino. En manos del hilandero estaba la posibilidad de girar la hebra para lograr diversos efectos en las piezas, aunque se cree que en ocasiones esta torsión no era aleatoria en un sentido u otro, sino que poseía connotaciones de carácter mágico-religioso. Por

ejemplo según Goodell, citado por Corcuera (2010), se creía que una pieza confeccionada con hilos torsionados a la izquierda traería la protección sobrenatural a su portador.

Los cazadores, quienes se vieron obligados a refugiarse por contingencias climáticas en las cavernas de las altas cumbres, dejaron como testimonio sus creencias y su arte en los Andes, los cuales constan de símbolos abstractos o imágenes de futuras presas, de su economía y los inconvenientes para su subsistencia. Frederic Engel, citado por Corcuera (2010), comenta que estos individuos usaban “camisas muy finas de hilos de cactus... esteras y utilización de pieles de vicuña, para dormir, y quizás también para abrigarse, las esteras de juncos entrelazadas, con tramas de fibras de cactus o pitas de junco. En el entrelazado dos tramas se cruzan alrededor de cada urdimbre y la amarran”. Ya aquí se comienzan a ver los primeros indicios de agricultura y la tentativa de adaptación de las especies vegetales, contexto en el cual, se cree que se daban los comienzos del tejido.

Las poblaciones crecían y comenzaban a darse ciertos cambios culturales que influirán luego en el desarrollo de los tejidos, como por ejemplo el manejo de aguas en zonas de muy baja precipitación y la domesticación de especies vegetales lo que permitirá una economía de subsistencia. Kuhn (1962), citado por Corcuera (2010), explica que no han existido apenas cambios tan decisivos como el pasaje de la caza a la agricultura, lo cual conllevó un cambio en la forma de vida y en las concepciones de estos hombres. Comenzó a generarse una relación más estrecha con los dioses y sus pensamientos girarían en torno a nuevas problemáticas, como la fertilidad, el alma, el espíritu, etc. El mundo se transformó y, con él, la economía, el pensamiento y el arte. El animal ya no era el centro de las representaciones, sino que, comenzaron a representarse nociones abstractas para lo cual es preciso el uso de símbolos.

Poco a poco se podía observar la incorporación de lana a fibras vegetales en un periodo de transición entre la cestería y los principios del tejido, lo cual se ha podido apreciar en el norte y noroeste argentino. Dicho paso intermedio entre una técnica y otra se denomina técnicas “pre textiles” y son valoradas como un periodo de experimentación que darán como fruto los textiles tiempo después.

Hacia el año 2800 a.C. se puede apreciar un gran descubrimiento en la costa sur del Perú que cambiaría la tarea del tejedor y la facilitaría: la domesticación del algodón. De esta época datan tejidos en marco o bastidor con técnica *twining* o torzal, los cuales son relevantes por ser los más antiguos tejidos en evidenciar un intención artística y no meramente utilitaria (Bird, 1985. Citado por Corcuera, 2010). Este avance tecnológico luego se iría desplazando junto con las poblaciones a lo largo de los Andes hacia el sur. En Argentina la introducción y el inicio del cultivo del algodón fueron mucho más tardíos, data del año 1556 en las provincias de Santiago del Estero y Tucumán, de semillas importadas desde Chile, originarias en sus principios de Perú.

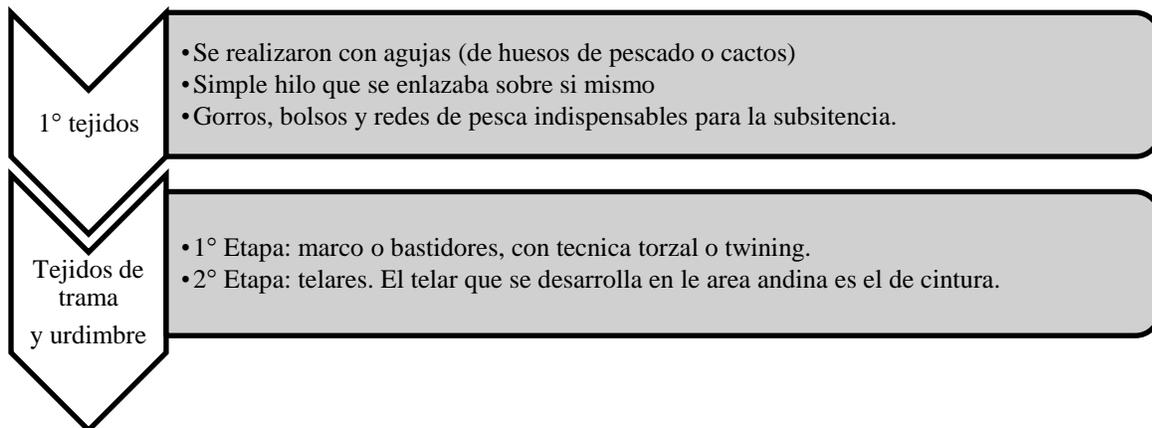


Figura N° 5.

Grandes hallazgos culturales como la domesticación del maíz, del algodón, los albores de la cerámica, el desarrollo urbano cada vez más complejo, sobretudo en la costa peruana, y otros

hechos sociales relevantes van poco a poco acercándonos a una etapa fundamental para el tejido: la etapa Formativa o el llamado “Horizonte Chavín” (1200 al 200 a.C.), primera época de la expansión panandina. Se denomina “horizonte” debido a su gran influencia artística y religiosa en comunidades contemporáneas a la civilización Chavín. En esta época donde la vida de las personas estaba fuertemente arraigada a las creencias, los tejidos eran una fuente de expresión de profundos contenidos. Sin embargo, cuesta dilucidar no solo en los tejidos sino en el arte americano en general aquellas piezas que fueron realizadas con un valor meramente decorativo de aquellas que tenían una connotación simbólica. (Corcuera, 2010)

El estilo Chavín puede apreciarse con un vasto alcance desde los litos del sur de Colombia hasta las culturas del noroeste argentino. Esta corriente estilística no se veía representada únicamente en los textiles sino también en orfebrería, arquitectura y cerámicos. “En este estilo felino, serpiente y ave actúan como triada o aparecen individualmente evocando posibles mitos, en los cuales estos personajes desempeñan un importante papel.” (Corcuera, 2010. pág. 44). La principal fuente de la cual se tienen registros de esta cultura es aquella línea que se perpetuó en la cultura Paracas (700 a. C. – 100 d. C.). Allí los sacerdotes eran quienes mediaban entre el conocimiento proveniente de la tradición y su representación, y los artesanos del área textil los encargados de graficarlo, ilustrando los mitos y permitiendo su difusión en ausencia de registros escritos.

Lumbreras comenta que con la entrada de este estilo, hay un incremento técnico en el tratamiento de los tejidos. Es frecuente el tejido hecho a telar y la gasa comienza a adquirir popularidad. Se utiliza la técnica del brocado, que consiste en la inserción de fibras a manera de tramas suplementarias con el fin de conseguir un efecto decorativo. Parece que

aún no existió el bordado, pero en cambio la tapicería (gobelino) se supone haberse ya iniciado. (Citado por Corcuera, 2010. Pág.46)

En este periodo, gracias a relaciones de comercio, se transmitieron lanas y técnicas del altiplano a la costa. El tejido era considerado como un gran difusor de creencias por su alto contenido mítico sobretodo en este periodo.

Es en Paracas donde se supone que el tejido andino había llegado a su mayor plenitud, se conocían todas las técnicas textiles y se realizaba un extraordinario uso del teñido logrando variados colores y tonos. Las culturas posteriores retomaran en mayor o menor grado algo de la calidad artística y el conocimiento desarrollado en este periodo. (Corcuera, 2010). Migeon (1929), citado por Corcuera (2010), señala con respecto a esta etapa la capacidad de difusión que poseen los textiles, tanto en relación a la iconografía como a la transmisión de las técnicas textiles en ambientes diferentes a los de su origen.



Figura N°6. Bordado. Paracas – Nazca. (Corcuera, 2010)

Tras la tradición Chavín- Paracas, comienza la transición hacia el periodo Medio, en cual hicieron su aparición los maestros artesanos. En este periodo fueron relevantes Nazca, en la costa

sur del Perú, y Moche, en la costa Norte. El textil cumplió un papel fundamental sobretodo en la sociedad moche, debido a que fue un elemento que permitió diferenciar jerarquías, siendo su ausencia la peor humillación que una persona podía sufrir en aquel momento. En esta etapa tuvo lugar una gran difusión de los textiles dobles, que ya eran conocidos en Paracas, y de las tramas excéntricas, las cuales intentaban romper con las ilustraciones geométricas limitadas por la misma trama del tejido generando motivos más naturales, con curvas y formas dinámicas. Nazca, en cambio se distinguió por su utilización de variadas técnicas, su sentido del color, la tridimensionalidad de algunas de sus representaciones, y sobretodo, por la capacidad de observación de su ambiente y medio de vida que luego se vería representado en sus obras. Allí coexisten dos corrientes: aquella que continúa con las creencias y lo mítico y aquella otra que se centra en la representación de la realidad, aunque teniendo en cuenta a la iconografía mítica como parte de su realidad. Los artesanos se concentrarían en copiar fielmente la naturaleza y, a su vez, en su carácter de artistas, en embellecerla. (Corcuera, 2010)



Figura N° 7. Trabajo a la aguja tridimensional. Nazca. (Corcuera, 2010)

A continuación de este periodo se desarrollo lo que se conoce como la segunda expansión panandina u Horizonte Medio (550- 900 d.C.) en el cual las influencias del altiplano producirán

variaciones en el tejido peruano y del noroeste argentino. De esta fase la cultural Tiahuanaco fue un claro representante, y particularmente sus tapices ya que se los considera como unos de los más perfectos exponentes de esta técnica dentro de estas altas culturas. En este tiempo los colores empleados eran más sobrios que en Nazca, se recurre a una disociación de la imagen, y se acude a la evocación de un mito por medio de un elemento, Rowe (1979) considera que "...el tejido se convierte aquí en el registro de un tiempo ritual" (Corcuera, 2010). Se retoma los teñidos utilizados en el horizonte temprano, destacándose técnicas de reserva como el *ikat*, de anudado llamada *plangit*, y otras formas, siempre siguiendo el patrón de proteger ciertas partes del tejido para que permanezcan natural y de esta manera generar los motivos.(Corcuera, 2010)

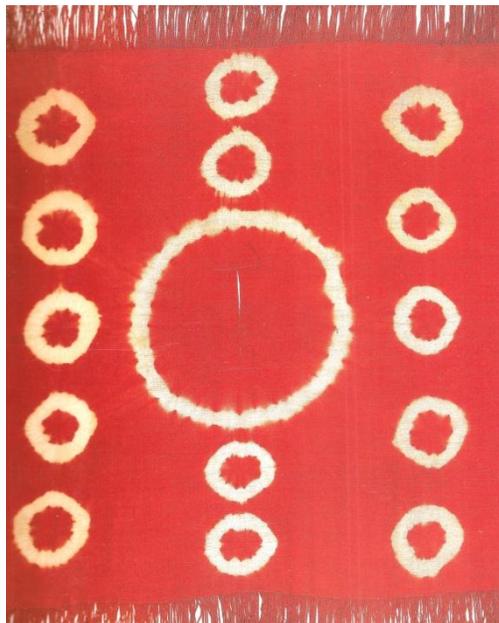


Figura N° 8. Técnica *Ikat* o tintura de reserva. (Corcuera,2010)

Se acerca el tiempo en que irrumpirían los Incas, y lo que se denomina el periodo Intermedio Tardío. Poco a poco el sentido jerárquico de la vestimenta se acentuó y adquirió mayor refinamiento. En la costa norte, los chimúes utilizaban las técnicas y combinaciones más complejas en una misma pieza para darle un valor superlativo. El esplendor de los mismos

rivalizaría en belleza y refinamiento con otras prendas cubiertas en lentejuelas de oro u ornamentadas en plumas. Este despliegue de elementos estaba ligado a una necesidad de que la indumentaria cumpliera un rol en el ámbito escenográfico en que se desarrollaba el culto. En la costa central, en ese tiempo, se retomó la tradición de gasas Paracas y se la llevó a un nivel estético supremo, considerándose uno de los mayores logros de esta etapa. Los altos conocimientos de los artesanos permitieron obtener piezas con elasticidad y una textura especial dado su manejo de la torsión y los hilados, generando piezas con tramas abiertas extraordinarias. En el sector sur una cultura que se destacó fue la Chancay dada su capacidad creativa y su lenguaje textil. Esta tiende a la búsqueda del ingenio del hombre, su sentido del humor y el espíritu de juego, lo que da como resultado, por ejemplo, tejidos con motivos ambiguos a modo de ilusiones que varían dependiendo de la dirección en que se mire. Estas piezas tienen componentes de la naturaleza más profunda del hombre, del artesano, de su necesidad individual de trascender y de relatar el mundo que los circunda, su realidad, su relación con el universo y sus vivencias; y, a su vez, expresan la realidad y las creencias de una comunidad. En el caso de “El tejido sagrado llevaba mensajes simbólicos, mitogramas, mensajes que acompañando al ajuar funerario, iban a establecer un diálogo con los dioses en un tiempo no atado a lo humano.”(Corcuera, 2010. Pág. 83) , de modo que tenía una finalidad más allá de la intención del artista.



Figura N° 9. Tejido de gasa, sobrebordado. Chancay. (Corcuera, 2010)

Ya hacia el periodo Tardío, hace su irrupción el Imperio Inca, cuando con destreza y selectivamente se recogieron 4 mil años de tradición andina. El reinado más importante fue el del Inca Pachacutec, el cual finalizó en 1470, siendo el que represento la mayor expansión del Imperio, el cual se dividía en cuatro grandes provincias que respondían a Cuzco, el centro religioso y administrativo. A este centro se trasladaron una basta cantidad de artesanos para engrandecer el Imperio. En este lapso, se podía observar en el Incario, lo que se denominó una “cultura textil” por el papel socioeconómico y el desarrollo técnico que alcanzaron los textiles allí. Corcuera (2010) comenta que, más allá de lo meramente utilitario, cada acto social (funeral, sacrificio, etc.) era acompañado del tejido como un elemento sumamente importante. Se utilizaban los más variados y refinados materiales, los cuales se dividían en 3 niveles de calidad, de acuerdo a la función del tejido:

- *Cosi*, gruesa tela utilizada comúnmente como frazada.

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*

TFG: Florencia Agustina Malem

- *Ahuasca*, tela de grosor intermedio empleada para uso cotidiano, producto de telares familiares.
- *Cumbi*, la de mayor calidad y más preciada.

La producción textil fue a nivel cultural tan importante como la labor agrícola. Murra (1978), citado por Corcuera (2010.), hace alusión a tal aspecto relatando un episodio del momento de la conquista en la cual los Incas prefirieron quemar sus tejidos que entregarlos a los europeos, el tejido estaba en un orden superior para aquella comunidad.

Con la llegada de los españoles se entra en lo que se denomina periodo de Contacto Hispánico. Después de la conquista el textil siguió ocupando un lugar relevante, fue la Compañía de Jesús desde 1609 hasta su expulsión en 1767 uno de los grupos que en el obraje de sus misiones fomentaron el hilado y los tejidos. Es al día de hoy que en Argentina la tejeduría es la artesanía más divulgada y conservada, en la cual converge la cultura aborígen y europea. (Taranto, Mari, 2003)

Uno de los elementos más importantes que introdujeron los conquistadores, en relación a los textiles, fue el telar europeo que luego devino en el telar criollo. Esta herramienta es la que actualmente se utiliza en la producción de textiles en la zona andina del norte Argentino, mientras que en el sur se continua con el telar vertical que es anterior a este periodo.(Taranto et al. 2003)

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*

TFG: Florencia Agustina Malem

Período Arcaico (6000 aC - 1000 aC)

- Grupos cazadores y recolectores.
- Torcían fibras vegetales y de camelidos para generar prendas e instrumentos de pesca.
- Técnica torzal o amarra. (no era tejido de tipo telar aun)
- Aplicación de pigmentos y bordados en la superficie de los tejidos.

Período Formativo (1000 aC- 500 dC)

- Con el avance en la experimentación de cultivos vegetales se producen progresos en la textilera.
- Se conocen los primeros tejidos en telar.
- Se consolida la agricultura entre el 500 aC y el 500 dC.
- En el altiplano se desarrollan grupos con organizaciones sociales y políticas.
- Empleo de teñidos y mayor diversidad de colores.
- Técnicas de tapicería ojal o kelim.

Período Medio (500 dC - 1000 dC)

- Influencia Tiwanaku que da como fruto la adquisición de una estructura iconográfica y decorativa.
- "Se adoptan nuevas tecnologías y también nuevas formas de organizar el espacio tejido, con una clara demarcación de un centro, espacios intermedios, espacios laterales y bordes."
- Se incrementa la variedad de formas y usos de los textiles.
- Teñido por reserva o ikat.

Período Intermedio Tardío (1000 dC - 1400 dC)

- Época donde el tejido alcanza su mayor complejidad sobre todo a nivel iconográfico.
- "Representaciones zoomorfas (serpientes, monos, camélidos, felinos, ranas, arañas y otros), antropomorfas y geométricas, se organizan al interior de las listas o en toda la superficie de las piezas, en la mayoría de los casos usando la técnica de faz de urdimbre y urdimbres complementarias para las zonas decoradas."

Período Tardío (1400 dC - 1500 dC)

- Imperio Incaico. cambios económicos y sociales que repercuten en los tejidos.
- Los tejidos son muy importantes en todos los ámbitos de la vida del Inca.
- Diferentes tipos de tejidos según su función y rango social de quien lo emplea.

Período de Contacto Hispánico (desde 1532 dC)

- Importancia de los tejidos como un bien de cambio en los mercados europeos.
- Si bien se mantienen las técnicas prehispánicas, se introduce el telar europeo a pedales.
- Pasaje de producción familiar o comunitaria, al trabajo en grandes talleres.

Figura N° 10. (Ulloa, 2006)

2.6.2. *Materiales*

Previo a la llegada de los españoles los grupos que habitaban el cono sur empleaban la lana de alpaca, más comúnmente, la de llama y guanaco en menor medida y la de vicuña es reservada para piezas de mayor calidad. La vicuña y el guanaco no han sido tan domesticados como la llama y la alpaca, las cuales se han acostumbrado a la convivencia con humanos. La domesticación de los camélidos data de unos 6000 años de antigüedad. (Taranto et al. 2003)

También cabe mencionarse la utilización del algodón para la generación de tejidos, sobre todo en las regiones cálidas al norte de Argentina. Si bien la utilización de esta materia prima se utilizaba desde la antigüedad por ser una especie autóctona, su cultivo intensivo fue posterior a las corrientes colonizadoras. (Taranto et al. 2003)

Con la llegada de la conquista se introdujeron las ovejas en América, las cuales en un primer momento eran de razas inferiores a las que se criaban en Europa debido al deseo español de resguardar su industria lanera. Luego se introdujo la raza merino, de la cual se obtenía lana de mayor calidad, aunque la lana de raza pampa si bien se consideraba inferior, era muy utilizada para la confección de ponchos ya que con ella se generaban textiles impermeables. La utilización de la lana ovina tuvo aceptación dado que, por su color claro, era más fácil de colorear. En el caso de la llama, el guanaco y los demás camélidos era muy difícil conseguir basta cantidad de lana blanca. Además se estaban sufriendo considerables bajas de la raza por la caza que se efectuaba para conseguir su pelo. (Taranto, Mari, 2003)

2.6.2.1. Lana

La lana es una fibra proteica de origen animal, que se compone de aminoácidos presentes en la naturaleza. Es una de las primeras fibra utilizadas para la confección de hilos y telas. Este material posee un conjunto de propiedades difíciles de igualar por las fibras artificiales, como por ejemplo la “capacidad de ajustarse a la forma por aplicación de calor y humedad; capacidad de absorber humedad en forma de vapor sin que produzca una sensación de humedad, un calor agradable en tiempo frio, repelencia inicial al agua, capacidad de enfieltrarse y retardo a la llama.”(Hollen, Saddler y Langfo, 2005. Pág. 29)

Las principales cualidades de este tipo de fibras proteicas son: resiliencia o resistencia al arrugamiento, lo cual permite aislar del frio; higroscopia, que contribuye a la comodidad; mayor debilidad al estar húmedas; menor peso específico que las fibras de origen vegetal; sensibles a los álcalis; sensibles a la acción de los oxidantes, como por ejemplo la luz solar; se dañan con el calor seco; resistencia inicial a la llama; capacidad de enfieltrarse. (Hollen et al., 2005)

En cuanto a su modo de producción la lana es obtenida mayoritariamente de la esquila de ovejas u otros animales, lo que permite mantener vivo al animal. También se obtiene de pieles de oveja destinadas para carne, o del reprocesamiento o reutilización de la fibra. Luego de la esquila, la lana es clasificada y seleccionada agrupando las de características similares en relación a finura y longitud. Posteriormente se lava para retirar los restos vegetales, es secada y escarmenada, para seguidamente ser hilada y teñida. El proceso puede terminar allí o ser convertida en un tejido para la generación de prendas u otros elementos.

Particularmente en el caso de la lana de llama o alpaca, ésta puede ser obtenida en varios tonos naturales como lo son el blanco, amarillo claro, café oscuro, gris, negro y rojizo. Mientras que la de vicuña es sólo de color canela claro. (Hollen et al., 2005)

2.6.3. *Modo de Producción*

En cuanto al modo de elaboración de estos tejidos se lo puede enmarcar dentro de la producción artesanal debido a que presenta ciertas características como su producción manual o semimanual de carácter individual o en pequeños grupos o comunidades, por su fuerte reminiscencia tradicional, su confección planificada y seriada, entre otros factores relevantes. (Fernández Chiti, 2003)

El proceso productivo de dichos textiles consta de tres etapas fundamentales: hilado de la lana, teñido, y por último, el tejido.

2.6.3.1. *Hilado*

Para comenzar la tarea del hilado, primero debe separarse el vellón de lana obtenida de la esquila, de acuerdo a las diferentes partes del cuerpo de la oveja, lo que dará como resultante diferentes calidades. Luego se separa de acuerdo a los colores del pelaje y se procede al desmonte, en el cual se trata de alinear las fibras. Terminado estos paso, se utiliza el huso, el cual no suele superar los 25 centímetros, y permitirá la generación del hilo mediante el girado de la fibra sobre sí misma en el sentido de las agujas del reloj o “Z”. (Taranto et al., 2003)

Seguidamente, empelando un huso de mayor tamaño, se procederá a “torcer” para generar un hilo de dos hebras, lo cual, le brinda resistencia y elasticidad a la lana. Este torcido se realiza en sentido “S” o contra las agujas del reloj. (Taranto et al., 2003)

En algunos casos para la obtención de un hilo aun más fino se procederá a un sobre torcido. Esta tarea, se desarrolla sobre todo en Bolivia y Perú lo cual da orígenes a tejidos mucho más finos. (Taranto et al., 2003)

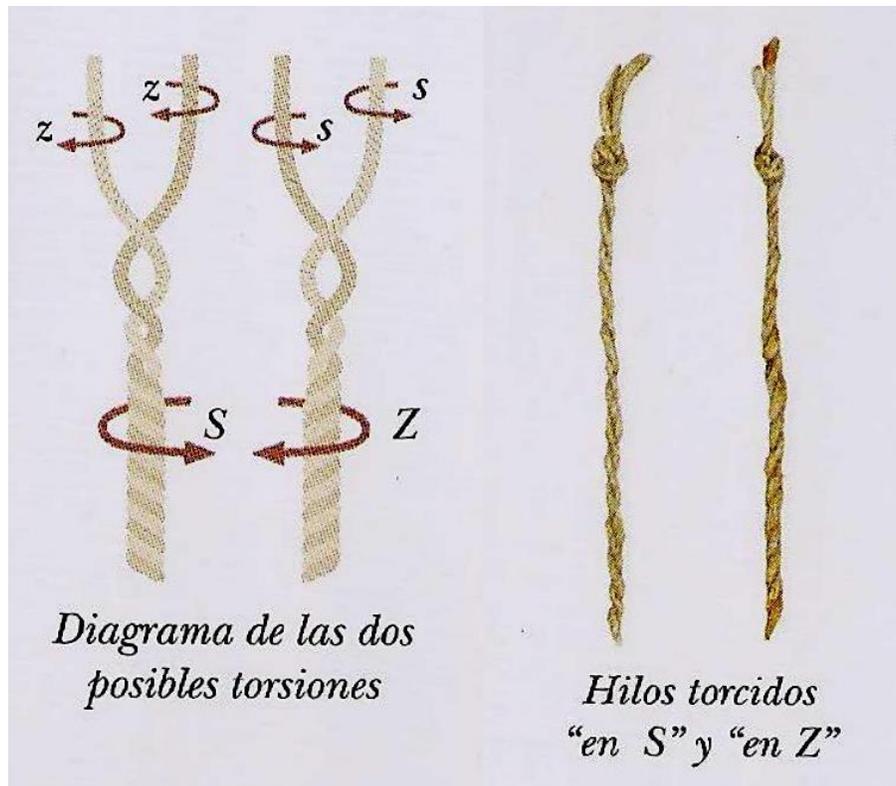


Figura N°11. Posibilidad de torsiones. (Taranto et al., 2003)

2.6.3.2. Teñido

El teñido es una etapa de gran importancia en proceso productivo, ya que es un aporte muy importante para la obtención del producto final, y de los diferentes diseños, en los cuales el color juega un papel fundamental.

Dicho proceso puede realizarse antes o después de realizar el tejido dependiendo el diseño que desee obtenerse. Por ejemplo, el *ikat* o tintura por reservas, se realiza luego de tejida la pieza. (Taranto et al., 2003.)

El proceso del teñido consta de tres etapas: el lavado de la materia prima, el mordentado y el teñido. El primer paso es el lavado, ya que es preciso retirar la lanolina de la lana, la cual es útil para el hilado, pero en el caso del teñido no permite la absorción de los colorantes debido a su consistencia grasa. Es preciso la utilización de agua lo más pura posible, es así, que en alguna

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*

TFG: Florencia Agustina Malem

zonas aun se emplea el agua de lluvia para ello. En la actualidad, gracias a los avances técnicos, gran numero de comunidades emplea el jabón en polvo, mientras que otros continúan usando la ceniza de jume por sus cualidades deterativas. (Taranto et al., 2003.)

Luego del lavado, se procede al mordentado. Este proceso tendrá la función de permitir una mayor penetración de los tintes al interior de los tejidos, y una mayor persistencia y solidez del color. Para dicho proceso se utiliza una gran diversidad de elementos, como por ejemplo: la orina fermentada, por su contenido de urea; la sal o cloruro de sodio, el alumbre o sulfato doble de aluminio y potasio; el vinagre; el crémor tártaro; el hollín; entre otros. Otro factor a tener en cuenta será la cantidad de agua por kilo de lana, lo cual se recomienda que no sea menor a 10 litros por kilo. (Taranto et al., 2003.)

Por último, se procede al teñido, en el cual se sumergirán las madejas, uniformemente mojadas, en el baño tintóreo, el cual debe estar correctamente diluido y caliente. La lana se dejara al menos una hora dentro del tinte, y en algunos casos, se frotara en ceniza y volverá a sumergir para obtener un color más firme. Si bien en la actualidad existen las anilinas, una característica distintiva de estos tejidos son sus colores logrados por medio de tintes naturales. (Taranto et al., 2003.).A continuación se puede observan de que plantas o otros elementos naturales de las que provienen los diferentes colores:

Rojo	Grana de cochinilla, flores de ceibo, semillas de achira, azafrán de la puna, roble pellín, etc.
Rosado	Palo de Santo Domingo, raíces de coshque yuyo, corteza de laurel, etc.
Salmon Oscuro	Aserrín de lapacho sin usar mordiente.
Morado	Raíces de piquillín, aserrín de quebracho colorado, cardón arbóreo, fruto de mora morada o negra, etc.
Violeta	Maqui, aserrín de palo rosa, flor de amapola, etc.

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*

TFG: Florencia Agustina Malem

Anaranjado	Cenizas de jume mezcladas con contrayerba, muermo, linquen, etc.
Marrón	Resina de la corteza del algarrobo blanco y negro, corteza del fruto del nogal, etc.
Ladrillo	Flores de quintral, corteza de muermo, etc.
Leonado	Boldo.
Amarillo	Flores de clavelilla, corteza de sauce colorado o criollo, barba de piedra o barba de palo, manzanilla silvestre, michay, gajos de limón, etc.
Azul	Gajos de añil, hojas de acacia, raíces de mata negra, frutos de maqui, etc.
Celeste	Frutos maduros de palque negro o duraznillo negro.
Verde	Gajos de jarilla, yerba mate, hojas de molle, aserrín de ñire, hojas y ramitas de lingue, etc.
Café	Corteza y raíces de mistol, pelu, ramas de pelai, espinillo, etc.
Ocre	Madera de pitra, aguaribay, etc.
Gris	Churqui, cascara de granada, hollín de cocina, raíces de molle de la sierra, etc.
Plomizo	Chilca, romaza, raíces y tallos de nalca, etc.
Negro	Vainas de espinillo, frutos de paraca, tallos de huique, nogal de las provincias del norte, corteza de boqui negro, etc.

Figura N°12. Tintes naturales. (Taranto et al., 2003.)

2.6.3.3. Tejido

La herramienta utilizada para la creación de los textiles son los telares dentro de los cuales podemos distinguir distinto tipos como los telares de cintura, el telar vertical y el telar horizontal, que son los mas comúnmente empleados en la actualidad dependiendo la zona geográfica y el tipo de tejido. La dinámica del tejido en telar consiste básicamente en “el cruce recurrente de los hilos de urdimbre aprisionando en cada cruzada el hilo de trama” (Taranto et al., 2003. Pág.45) La función primordial del telar es mantener los hilos de urdimbre estirados y separados en dos planos para permitir el pasaje de los hilos de trama. Cada uno de los planos

estará constituido de la misma cantidad de hilos y uno de ellos tendrá un “lizo” lo que permitirá mayor agilidad sin la necesidad de pasar hilo por hilo.

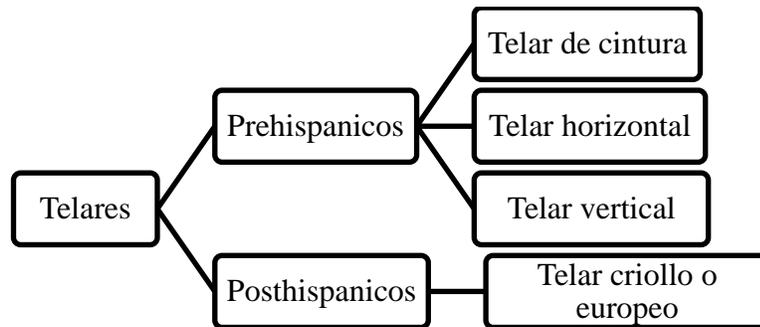


Figura N°13. Tipos de telares.

Con respecto a los tipos de telar se puede establecer una división, aquellos que se consideran prehispánicos y aquellos introducidos luego de la conquista. Dentro del primer grupo podemos encontrar: A) el telar de cintura, el cual recibe su nombre por estar sujeto a la cintura de la tejedora en un extremo, el mismo se utiliza generalmente para la realización de fajas o piezas que no superen los 0,85 m de ancho debido que esta es la capacidad máxima que tiene la tejedora de pasar los hilos de trama con sus brazos. B) el telar horizontal, dentro de este grupo se destaca el telar de suelo el cual consiste en estacas clavadas en suelo mediante las cuales se sujetan los travesaños que mantendrán tensa la urdimbre, los lizos o bien se colocan directamente sobre o la urdimbre o se montan horquetas que lo sostendrán, generalmente son armados a cielo abierto lo cual obliga a la tejedora cada día desmontar su tejido y rearmarlo luego. C) el telar vertical, el cual consiste en dos parantes y dos travesaños que sostienen los hilos, en algunos sectores como el sur argentino y chileno se agregan dos parantes suplementarios para sostener los lizos. Este grupo se divide en verticales propiamente dichos y oblicuos, división que se establece más que

todo en relación a la longitud de los largueros. Este tipo de telar es el que actualmente y en exclusividad utilizan las comunidades del sur argentino como por ejemplo la comunidad Mapuche.

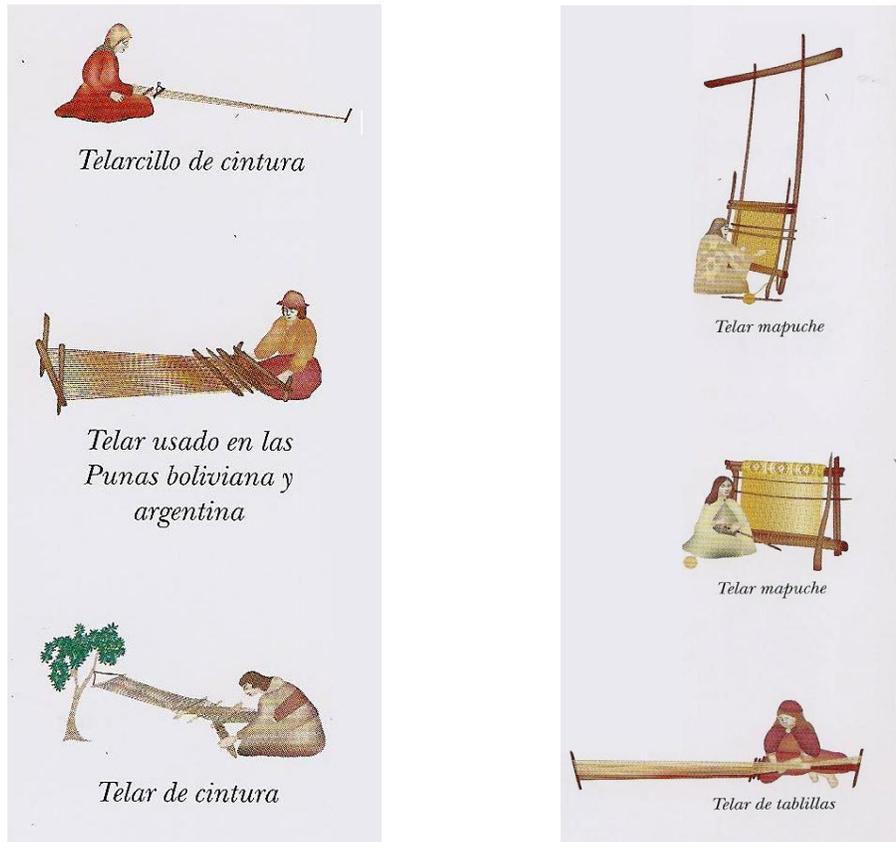
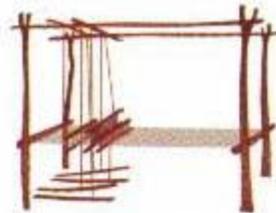


Figura N° 14. Telares prehispánicos. (Taranto et al. 2003)

Con la conquista se introduce el telar europeo que será adaptado y recibirá el nombre de telar criollo. Este tipo de telar fue muy difundido desde la Puna hasta Cuyo y es el que se utilizaba en los obrajes Jesuíticos. Consta de cuatro postes donde se sostienen los travesaños que sostienen la urdimbre, los envolvedores y los largueros que sostendrán la soga de los lizos, lo que permite mover los mismos a través de pedales.



*Telar criollo de tejer
toda laya de telas,
usado en la Argentina,
Perú y Bolivia
(Burgos)*

Figura N° 15. Telar europeo o criollo. (Taranto et al. 2003)

2.7. Comercio ecu solidario o Comercio Justo

En un mundo en el cual es imperante la globalización y el consumismo, donde se crean día a día nuevas necesidades accesorias que poco tienen que ver con las necesidades básicas de subsistencia propiamente dichas, surge el Comercio Justo como una alternativa a las reglas de mercado imperantes, según las cuales, mientras unos se enriquecen, otros quedan afuera.

Este modelo de comercio propone ir más allá del intercambio en si mismo demostrando la posibilidad de mayor justicia en los mercados internacionales. El Comercio Justo es un movimiento social y una tendencia actual que propone una forma de intercambio basado en el diálogo, la transparencia, la equidad y el respeto. Se contribuye a formas más sostenibles y nuevas oportunidades para los productores. ([Http://www.wfto-la.org](http://www.wfto-la.org), consultado el 12/10/2011)

Para que este modelo sea posible son necesarios tres partícipes fundamentales: los productores, los consumidores responsables y los intermediarios sin ánimo de enriquecerse a costa de los bajos precios de los productores.

Actualmente muchos productos son vendidos a precios que no cubren con los costes de las tareas realizadas por los productores, lo cual está provocado en muchos casos por los precios fijados por el mercado mundial y las presiones de las grandes empresas, las cuales obtienen ganancias mayores relacionadas a los bajos precios de producción. Comercio Justo propone una remuneración equitativa al tipo de trabajo desempeñado, más un sobreprecio o plus que permite a las comunidades productoras generar un ahorro, mejorando su calidad de vida y las de su comunidad. Las ONG u organizaciones intermediarias no son capaces de costear este sobreprecio pagado a los productores, sino que son los consumidores responsables y comprometidos quienes están dispuestos a pagarlo a cambio de una sociedad más justa, igualitaria y en la cual el ciclo de la pobreza no siga avanzando.

2.7.1. Los Principios del Comercio justo

La organización mundial del Comercio Justo establece una serie de principios que rigen el accionar de la organización y de esta forma de negocio para llegar a mejores resultados en las comunidades y una vida más digna para los productores. Los mismos son:

1. Creación de oportunidades para los productos en desventaja para combatir la pobreza y lograr un desarrollo sustentable.
2. Transparencia y responsabilidad en la administración y en las relaciones comerciales.
3. Construcción de capacidades para desarrollar la independencia de los productores.
4. Promoción del Comercio Justo a través de la difusión de información sobre sus prácticas.
5. Pago de un precio justo acordado a través del diálogo y la participación, que permite una producción socialmente justa y ambientalmente amigable.

6. Equidad de género en la remuneración y en las oportunidades de trabajo.
7. Condiciones de trabajo favorables en un ambiente seguro y saludable para los productores.
8. Respeto a los derechos de los niños y niñas garantizados por la Convención de la ONU y por leyes y normas sociales locales.
9. Conservación del medio ambiente por medio de prácticas ambientalistas y utilización de métodos de producción responsables.
10. Relaciones de comercio basadas en el interés por el bienestar social, económico y ambiental de los pequeños productores en desventaja, en un marco de solidaridad, confianza y respeto mutuo.

A ser aprobado por la Asamblea WFTO 2011:

11. Respeto y difusión de la identidad cultural contenida en los productos y en el proceso de elaboración de los mismos ³

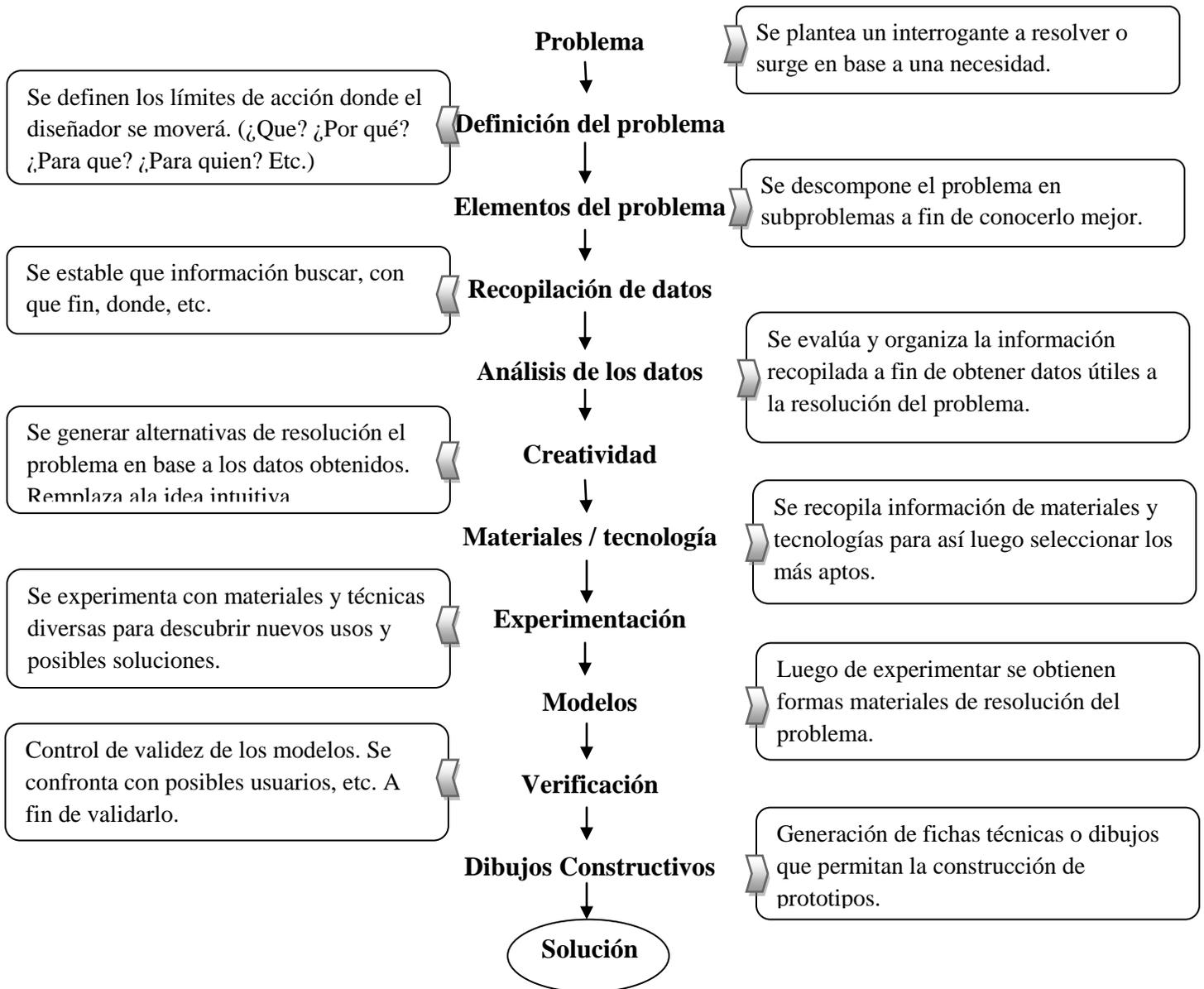
² (<http://www.resumendehistoria.com/2009/05/los-4-suyos-del-imperio-incaico.html>, consultado el 16/10/2011)

³ (http://www.wfto-la.org/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=4&lang=es, consultado el 12/10/2011)

3. Metodología

3.1. Metodología de diseño

El presente trabajo se realizara utilizando la metodología proyectual de diseño propuesta por Bruno Munari, ya que la misma permitirá llegar a los objetivos propuestos de una manera rigurosa y sin esfuerzos en vano. Dicha metodología consta de los siguientes pasos:



Dicha metodología de diseño se selecciono por ser la más afín al proceso de diseño personal empleado usualmente en la resolución de problemas de diseño. Considerando dicha propuesta por constar con los pasos que estimo necesarios para el correcto trabajo del proyecto.

3.2. Metodología de Investigación

En cuanto a la metodología de Investigación, a desarrollarse en la etapa de recolección de datos, la misma será de tipo aplicada ya que su fin último será la aplicación de tipo práctica de las conclusiones obtenidas de la primera etapa de diagnóstico.

En la primera etapa de diagnostico la investigación será de carácter exploratorio, debido que no hay gran cantidad de información específica al respecto, para lo cual como establece Vieytes (2004) es preciso establecer un marco de ideas generales, identificar dimensiones y categorías de análisis.

La estrategia teórico-metodológica en esta primera etapa será de carácter mixto, tanto cuantitativo, como cualitativo.

Los datos necesarios serán obtenidos de fuentes de carácter primario y secundario, dentro del primer grupo se realizaran entrevistas a conocedores de las temáticas específicas, investigación de campo y encuestas, datos que serán recolectados en forma directa. También se utilizaran fuentes de carácter secundario debido que no se cuenta con los recursos humanos y económicos necesarios para recolectar toda la información de manera directa y obtener los mismos datos que ya han sido recabados y recopilados implicaría una demora de tiempo inestimable, dentro de este grupo se utilizaran publicaciones etnológicas, sociológicas,

relacionadas al comportamiento del consumidor, el marketing de moda, la metodología de la investigación, el proceso de diseño, los materiales textiles, etc.

En relación a la investigación en el tiempo la misma será de carácter transversal o sincrónica ya que la recolección de datos se realizara en un único tiempo.

La misma será de carácter no experimental ya que el investigador no hará manejo de sus variables o de los elementos de la investigación.

Para la obtención de la información en lo que respecta a los datos de carácter primario se trabajara con un muestreo no probabilístico.

3.2.1. Plan de investigación

En una primera etapa se realizara un sondeo para detectar la aceptación de algunos elementos de la propuesta, así como también, para conocer las preferencias de los posibles usuarios, para así poder realizar algunas decisiones en cuanto a marketing, propuesta de diseño, entre otras. Las características de la investigación en esta primera etapa serán las siguientes:

- Tipo de investigación: Descriptiva
- Instrumento: Encuesta, dada su posibilidad de abarcar un mayor número de personas y su carácter representativo.
- Metodología: Cuantitativa
- Criterio muestral: no probabilístico por propósito.
- Participantes: mujeres de entre 18 y 55 años, de la ciudad de Córdoba, de nivel socio-económico medio, medio-alto.
- Procedimientos: generación de un plan de encuesta, generación de modelo de encuesta, acciones tendientes a llevar a cabo las mismas, personalmente o vía email.

- Estrategia de análisis de datos: dado que son preguntas cerradas los datos serán traducidos a gráficos de los cuales se obtendrán conclusiones.

También será preciso, la realización de entrevistas a expertos en los temas que se necesita conocer como por ejemplo historiadores, sociólogos, tejedoras de Catamarca, etc. Lo cual permitirá comprender en mayor profundidad algunos aspectos relativos al problema de investigación, así como también puntos de vista que sean de interés. Como por ejemplo, conocer acerca del proceso de producción de los textiles en Catamarca, las características que propiciaron al estereotipo del ser nacional, etc.

- Tipo de investigación: Exploratoria
- Instrumento: Entrevista, ya que permite investigar más en profundidad.
- Metodología: Cualitativa
- Criterio muestral: selección de entrevistados, de acuerdo a, su conocimiento sobre el tema a conocer.
- Participantes: teleras/es de Catamarca.
- Procedimientos: generación de un plan de entrevistas, generación de modelo de entrevista de acuerdo a cada entrevistado, acciones tendientes a llevar a cabo las mismas.
- Estrategia de análisis de datos: se extraerá los hallazgos más relevantes de cada entrevista, generando un resumen que permita su posterior utilización en conclusiones.

Para ello se utilizara un método comparativo.

Por otro lado, se realizara una observación de campo, que se realizara en Tinogasta, Fiamabala y Belén, Catamarca para conocer la realidad del lugar y los procedimientos llevados a cabo por los teleras/os. Para la realización de la misma se aplicaran grillas, se tomaran fotografías, entre otras herramientas, que luego permitan el análisis de los datos.

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.

TFG: Florencia Agustina Malem

- Tipo de investigación: Exploratoria
- Instrumento: Observación de campo, directa, participante, estructurada e individual.
- Metodología: Cualitativa
- Criterio maestro: selección en relación a la importancia del fenómeno, con respecto al problema de investigación.
- Participantes: teleras de la localidad de Tinogasta, Fiamabala y Belén, Catamarca.
- Procedimientos: generación de un plan de observación, generación de modelo de grillas, acciones tendientes a llevar a cabo las mismas.
- Estrategia de análisis de datos: se extraerá los hallazgos más relevantes de la observación, generando un resumen que permita su posterior utilización en conclusiones.

Complementariamente, se realizara el análisis de imágenes de prendas, que pueden considerarse como precedentes en materia del tema propuesto. Dicha sección ira en el apartado de análisis de resultados.

4. Análisis de los resultados

4.1. Análisis de imágenes

Figura N°16



Ambas prendas pertenecen a la colección creada por el artista Manuela Rasjido.

Las mismas están generadas con textiles originados en Catamarca, a base de lanas y tintes naturales.

Un elemento a considerar son las tipologías, que en los dos casos es de tipo poncho, la cual sería interesante trabajar en otras tipologías

debido a la calidad y posibilidades de los textiles. Una opción es dar lugar a prendas más funcionales, ya que si bien el pocho es representativo de nuestro país, sus dimensiones y forma no lo hacen una prenda adaptada a la vida cotidiana en la ciudad.

Figura N°17



4.2. Análisis de resultados de encuestas

Encuesta 1:

La misma fue realizada a mujeres, de entre 18 y 55 años, de la ciudad de Córdoba, para conocer distintos rasgos que permitan la definición de del mercado meta y la viabilidad de algunos elementos que constituyen la propuesta. El número de encuestados fueron 34 y se pretende ampliar la muestra.

Tabla N° 1

Orden de prioridad sobre los atributos de las prendas.

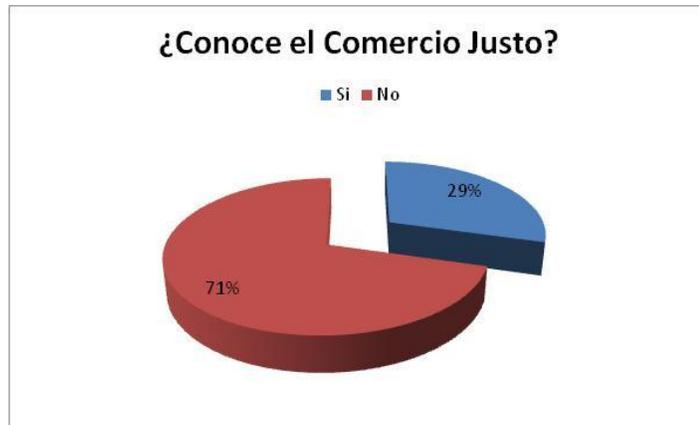


(“Datos recabados por el autor”)

A partir del presente resultado, se puede notar claramente que en nuestra sociedad aun no existe una conciencia de lo que implica, a nivel social y medioambiental, los productos que consumimos, por lo cual esto puede considerarse como un punto a trabajar.

Tabla N° 2

Grado de conciencia sobre la práctica del Comercio Justo.



(“Datos recabados por el autor”)

Tabla N° 3

Grado de adherencia a la iniciativa transmitida por Comercio Justo.



(“Datos recabados por el autor”)

Tabla N° 4

Grado de aceptación a adquirir productos que se enmarquen en las practicas de Comercio Justo.

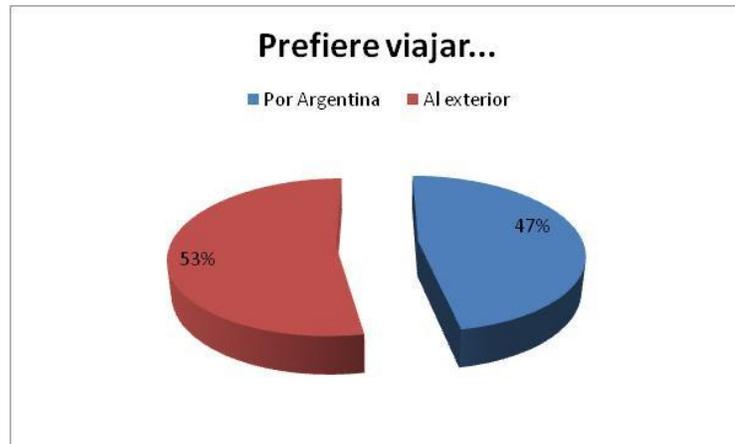


(“Datos recabados por el autor”)

En base a los resultados de las tablas 2, 3 y 4, se puede concluir que, si bien, no hay un gran conocimiento de lo que implica Comercio Justo, la gente está dispuesta a conocer lo nuevo y a participar en estas prácticas que contribuyen a una sociedad mejor. Motivo por el cual la marca puede comenzar desde su lugar a formar una conciencia al respecto de la temática.

Tabla N°5

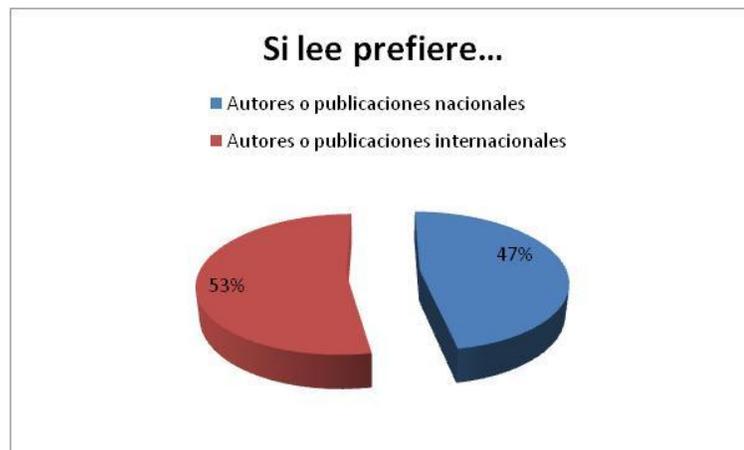
Preferencia sobre destinos a la hora de realizar un viaje.



("Datos recabados por el autor")

Tabla N°6

Preferencia a la hora de seleccionar materiales de lectura.



("Datos recabados por el autor")

En cuanto a los demás datos obtenidos, se puede detectar una inclinación a mirar y elegir aquellas opciones que provienen del extranjero, al igual que a la hora de viajar la mayoría

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.

TFG: Florencia Agustina Malem

prefiere conocer lugares en el exterior, que los lugares de nuestro país y la amplia variedad de opciones que este presenta. Esto puede considerarse en varios aspectos, como por ejemplo, el desconocimiento de la oferta que presenta la Argentina o una falta de sentimiento nacionalista que nos haga elegir lo nuestro ante que lo ajeno. En muchas oportunidades, los Argentinos hacemos voz de nuestra descendencia, es decir “soy italiano, español, etc.”, antes que priorizar el “soy argentino”, lo cual demuestra una falta de sentido de pertenecía, que se ve reflejado en los diferentes ámbitos.

5. Conclusiones

Luego de realizar la primera fase de investigación y en relación al problema planteado se pudo llegar a las siguientes consideraciones:

A lo largo de la historia del tejido se pueden detectar diferentes variables como por ejemplo avances en cuanto a técnicas de tejido, tintes, dominio de nuevos materiales, etc. Pero algo que se ha mantenido constante, es la capacidad que estos poseen de transmitir diferentes elementos culturales propios de los diferentes grupos y periodos. Teniendo en cuenta esto y la capacidad que tienen la indumentaria de transmitir significados, generados por las codificaciones sociales que se hacen en torno a ella, es que se contempla la posibilidad de generar prendas. Prendas que permitan transmitir rasgos distintivos de nuestra cultura, aprovechando un talento local, como lo es la generación de textiles artesanales, que darán vida a esta colección aportándole un sello propio.

Si bien los conceptos de cultura e identidad se presentan como abstractos, ambos poseen rasgos visibles y observables, que se manifiestan en cada grupo social. Una expresión palpable de dichos conceptos es la indumentaria, como lo es por ejemplo la prendas que dan vida al gaucho, las cuales están íntimamente relacionadas con aquello que se considera como nuestro ser nacional.

Un elemento importante a considerar dentro de la producción de los textiles andinos, es su carácter artesanal. El cual, a diferencia de la producción industrial, aporta elementos únicos y diferenciadores que van de la mano de la comunidad que lo produce, mientras que la producción industrial puede mantener patrones y estándares más allá de su lugar de origen. Con respecto a la artesanía, esta presenta también un componente social, ya que en muchos casos, más allá de ser una expresión cultural, esta se presenta como un “capital de autoestima”, el cual es muy valioso

en sociedades en desarrollo o excesivamente industrializados. (UNESCO, 2006) La artesanía se convierte en una herramienta que acompaña el desarrollo de los pueblos y, a su vez, perpetua su legado cultura; legado que se va enriqueciendo y adaptando a las necesidades de la sociedad actual.

Además, dadas las características de la producción artesanal, es importante remarcar que generalmente, la misma es llevada a cabo mediante recursos sostenibles. En el caso particular de los tejidos, no se incurre en gasto de energía eléctrica, dado que los mismos se producen en telares manuales. La materia prima es obtenida de animales criados a tal fin y si matarlos para obtener su fibra, además de que luego los acabados de la lana son mediante tintes con productos naturales, que por tanto no dañan el ambiente.

Como una alternativa para brindar viabilidad a la producción artesanal, es que se presenta el Comercio Justo y la perspectiva de una economía más social. El cual retoma la importancia de este tipo de fabricación, reconociendo su rol social, permitiendo la generación de redes de comercialización más responsable que permitan tanto el desarrollo del productor y su comunidad, como la del resto de los actores que participan del mercado.

5.1. Propuesta de diseño

Con respecto a la propuesta de diseño, la misma consistirá en:

- Colección para mujer.
- Estación: Otoño- Invierno 2013.
- Se propone la fusión de la producción artesanal con el aporte del diseño para crear una propuesta innovadora.
- Materiales: se empleara como material estrella los textiles artesanales, los cuales se fusionaran con otros materiales nobles como algodón, seda, cuero, lino, gabardinas, etc.
- Tipo de prendas: se trabajara con una colección urbana que acompañe a la mujer en sus diferentes momentos y necesidades, para lo cual se desarrollaran dos líneas: una más casual para el día a día y otra más elegante, con detalles exclusivos para situaciones o eventos que requieren mayor distinción. Ambas líneas son Prêt-à-porter.
- Rubros: sastrería, remerería, punto, tejidos.
- Tipologías: sacos, capas, blazers, ponchos, sweaters, pantalones, remeras, vestidos, blusas, faldas, camperas.
- En el caso de los textiles artesanales, los mismos serán creados por artesanos de la localidad de Tinogasta, Fiambala y Belén, Catamarca. La confección podría ser realizada por alguna cooperativa que se genere a tal fin, o alguna ya existente, dando la posibilidad a un mayor número de personas de poseer un trabajo digno, colaborando a una economía más social. Mientras que los diseños serán

aportados por la empresa. A tal fin es que se propone establecer una relación directa con los proveedores, de acuerdo a la normas de comercialización justa.

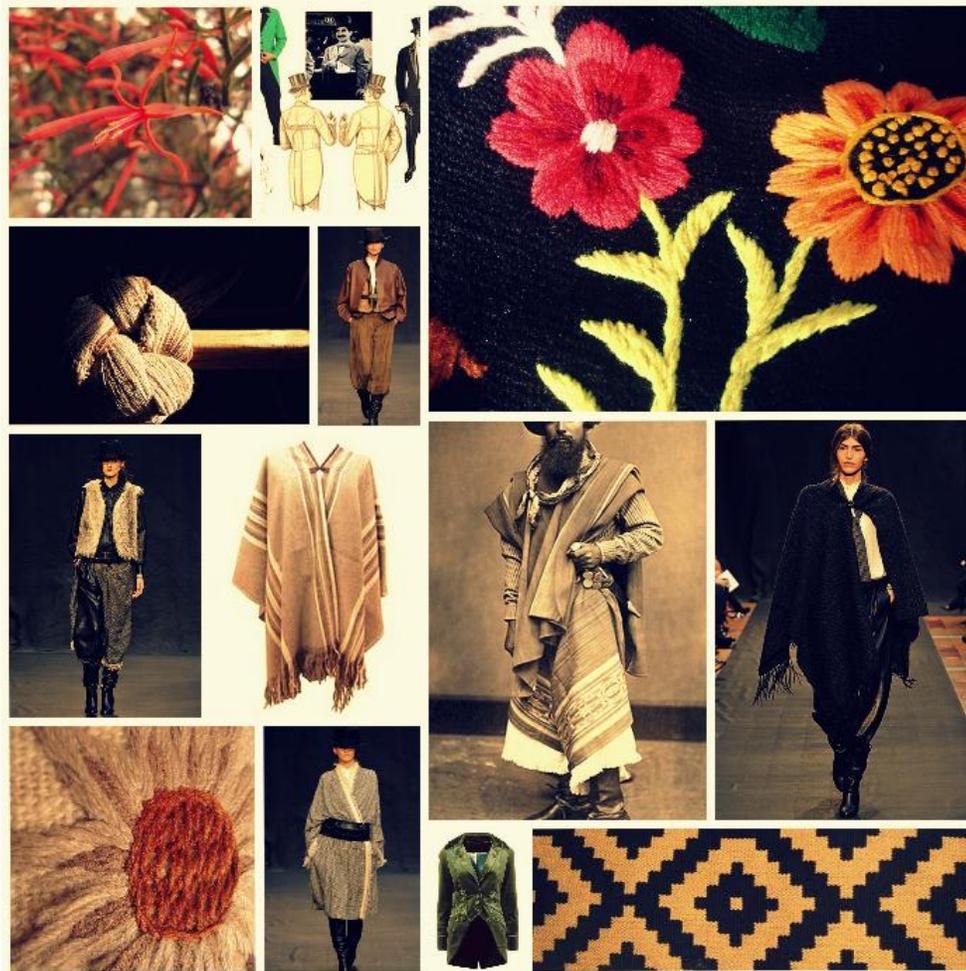
5.1.1. Inspiración de la colección

La colección Otoño-Invierno 2013 esta inspirada en diversos elementos. Toma como referencias la vestimenta del gaucho y sus tipologías para desdibujarlas y agiornarlas a prendas mas urbanas. Se toman símbolos como es la guarda y la cruz pampa, motivo comúnmente empleado en ponchos clásicos, para recrearlos con diversos materiales como puntillas, juegos de opacidad y transparencias, accesorios en alpaca, de forma que se logre incluirlos sutilmente.

De Catamarca, la estrella de esta colección, se toman sus bellísimo tejidos, lo colores del paisaje y de las lanas teñidas con elementos de la naturaleza, puntillas laboriosamente realizadas en lana, bordados inspirados en al naturaleza que son un símbolo de Catamarca, entre otros elementos.

A continuación una imagen que plasma parte de lo mencionado.

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*
TFG: Florencia Agustina Malem



Divina Argentina
prendas de la tierra

Figura N° 18. Inspiración de la colección.

5.1.2. Colección

A continuación se podrán apreciar los figurines:



Divina Argentina
prendas de la tierra



Divina Argentina
prendas de la tierra



Divina Argentina

prendas de la tierra



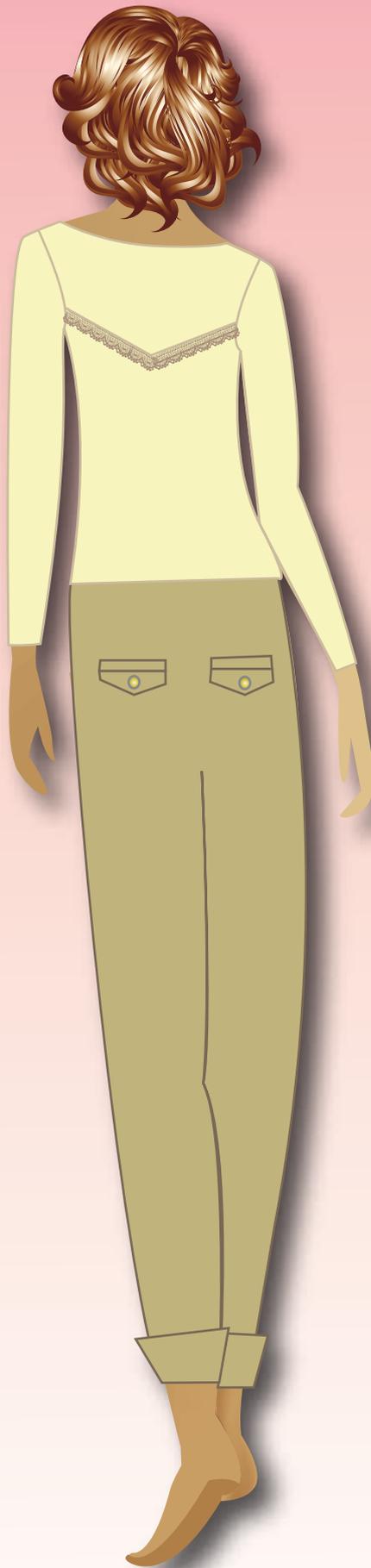
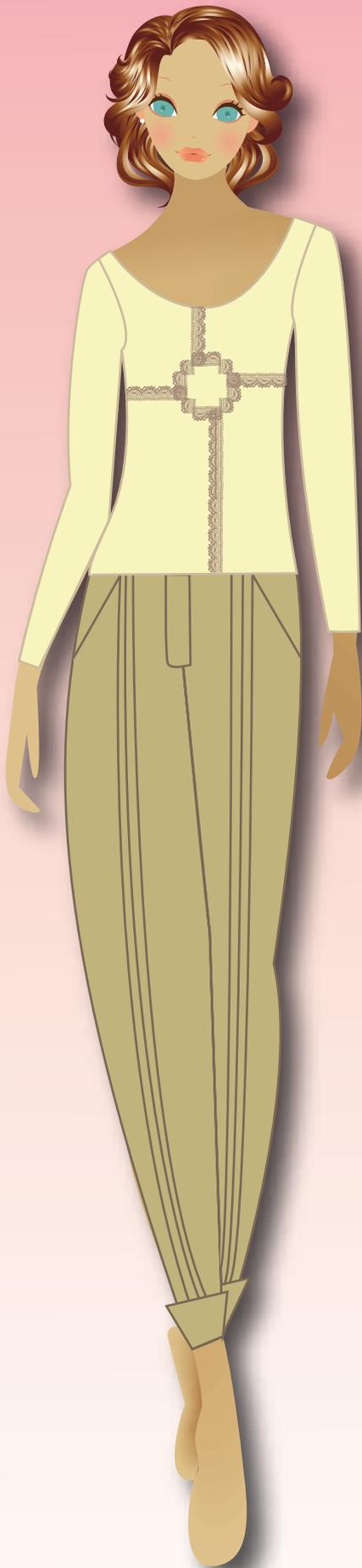
Divina Argentina
prendas de la tierra



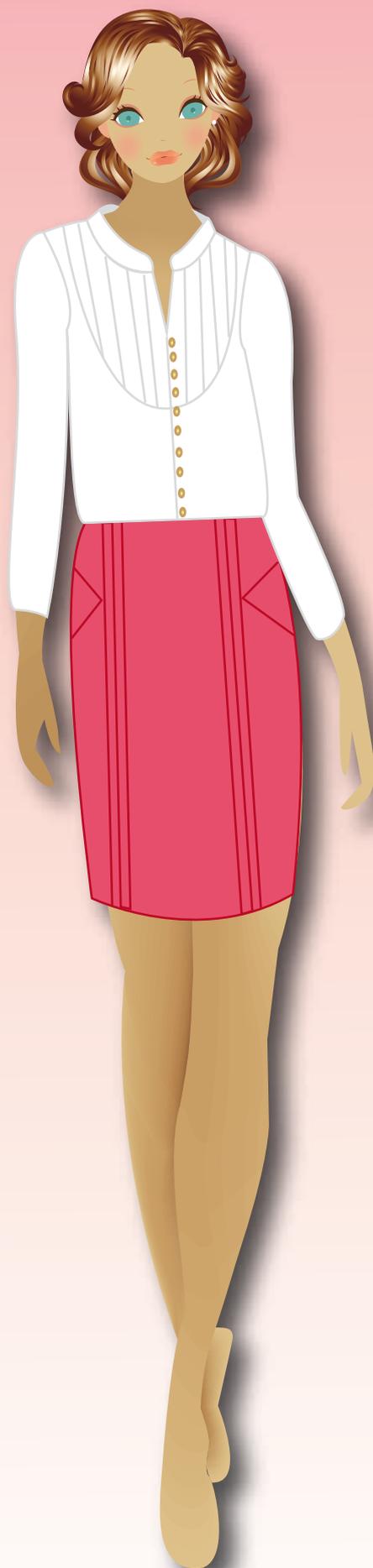
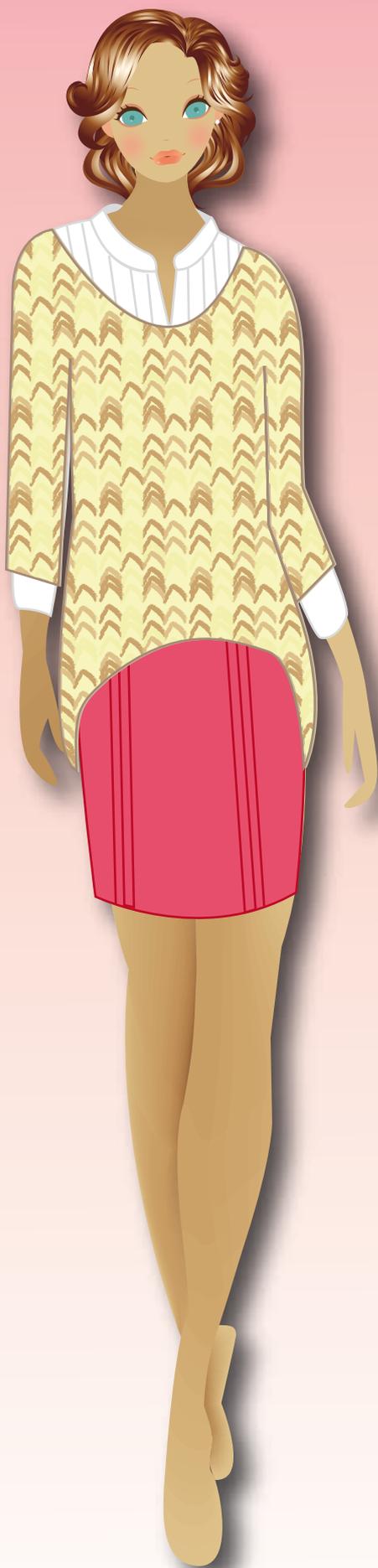
Divina Argentina
prendas de la tierra



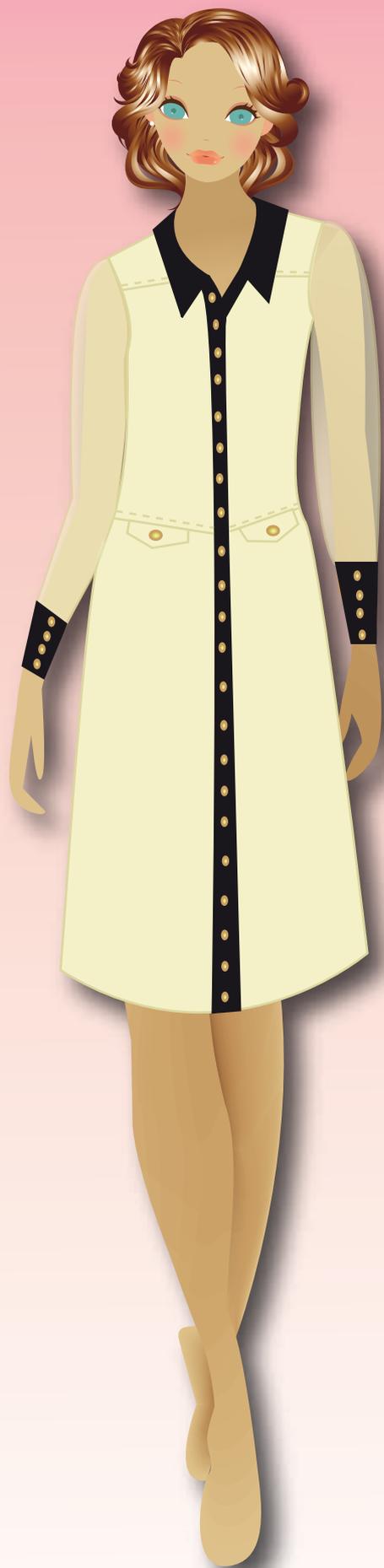
Divina Argentina
prendas de la tierra



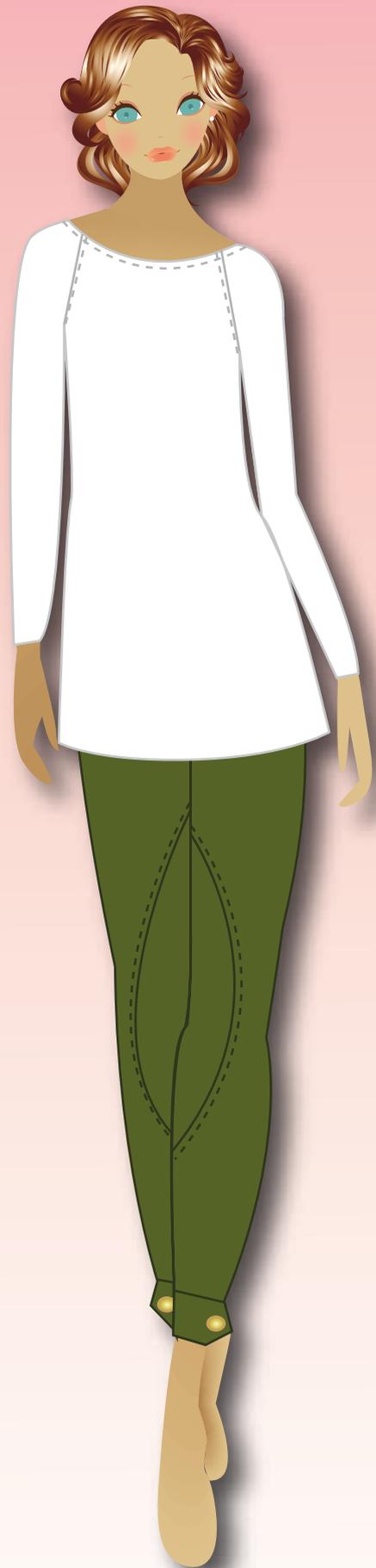
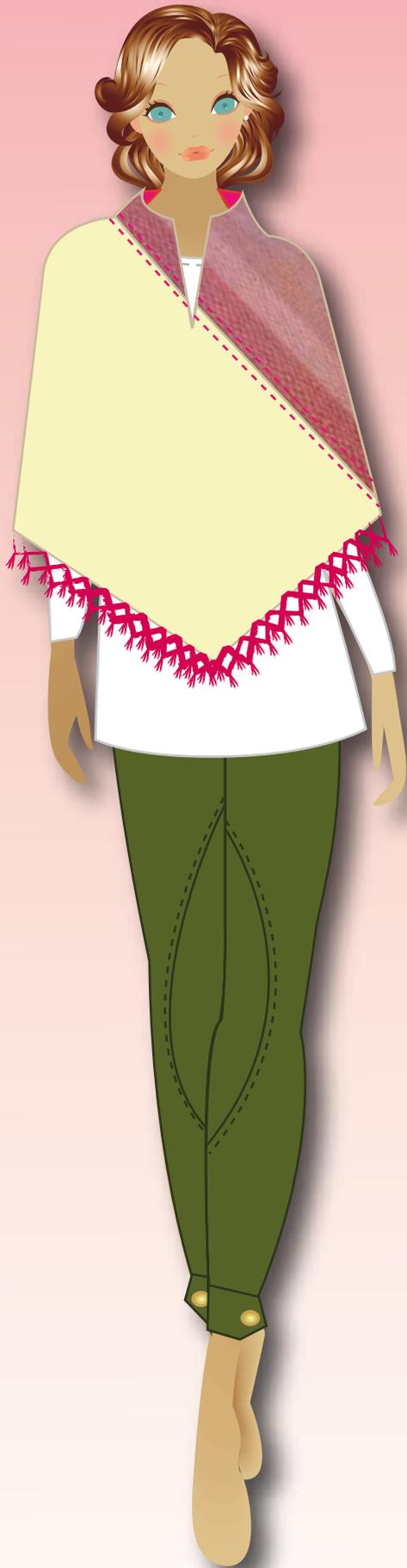
Divina Argentina
prendas de la tierra



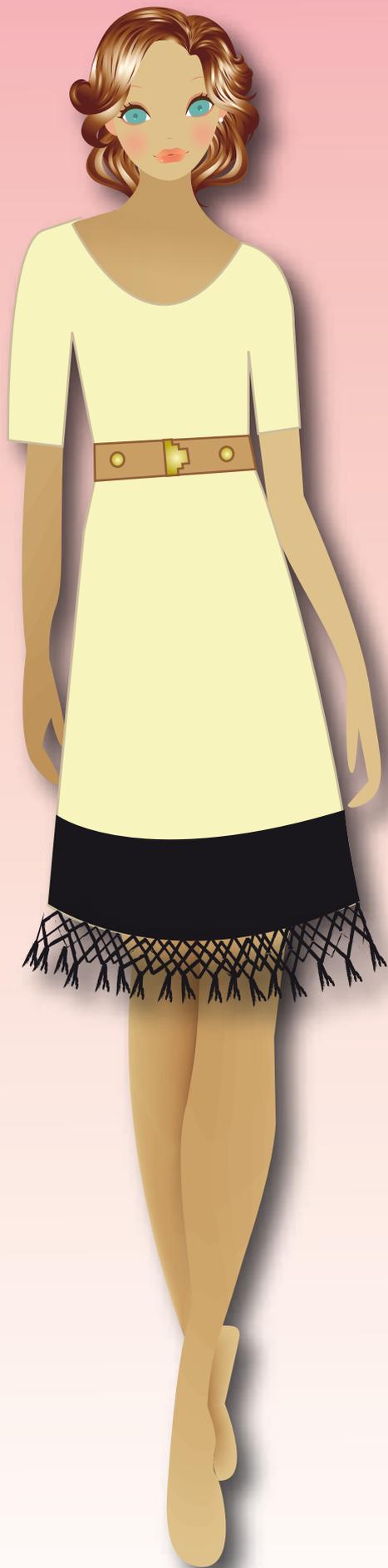
Divina Argentina
prendas de la tierra



Divina Argentina
prendas de la tierra



Divina Argentina
prendas de la tierra



Divina Argentina
prendas de la tierra

5.2. Propuesta empresarial

5.2.1. Misión

Divina Argentina es una empresa que con cada colección intenta satisfacer la demanda y las necesidades de aquellas mujeres que se interesan tanto por la moda, como por el entorno social que las rodea; brindando una propuesta innovadora, urbana, comprometida socialmente y con una excelente calidad.

5.2.2. Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional e internacional gracias al diseño de sus prendas, la calidad de sus productos y el alto compromiso a nivel social. Siendo la innovación y el compromiso con el entorno una constante en el crecimiento de la empresa.

5.2.3. Valores

- Innovación y diseño
- Responsabilidad comunitaria
- Trabajo en equipo
- Mejora continua
- Compromiso social
- Cuidado del medioambiente y desarrollo sustentable
- Honestidad
- Espíritu emprendedor

5.2.4. FODA

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Nicho de mercado no explotado, ya que hay un desconocimiento de las prácticas de Comercio Justo. Falta de desarrollo de tipologías innovadoras con los textiles artesanales. 	<ul style="list-style-type: none"> Economía cambiante, Inflación. Posibilidad de que otras empresas del rubro desarrollen una propuesta similar. Aceptación del mercado, ya que no está desarrollada la tendencia al consumo responsable en el mercado local.
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> Conocimientos técnicos en el rubro. Capacidad de innovar. Prendas de gran calidad y diseños únicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de establecer una red de proveedores estables, que sean consistentes con los principios establecidos por el Comercio Justo. Bajo capital inicial. Precios un tanto elevados a la media, correspondientes a la manufactura artesanal y la aplicación del Comercio Justo en la comercialización.

Figura N°19, Matriz FODA.

5.2.5. Diagrama de la empresa

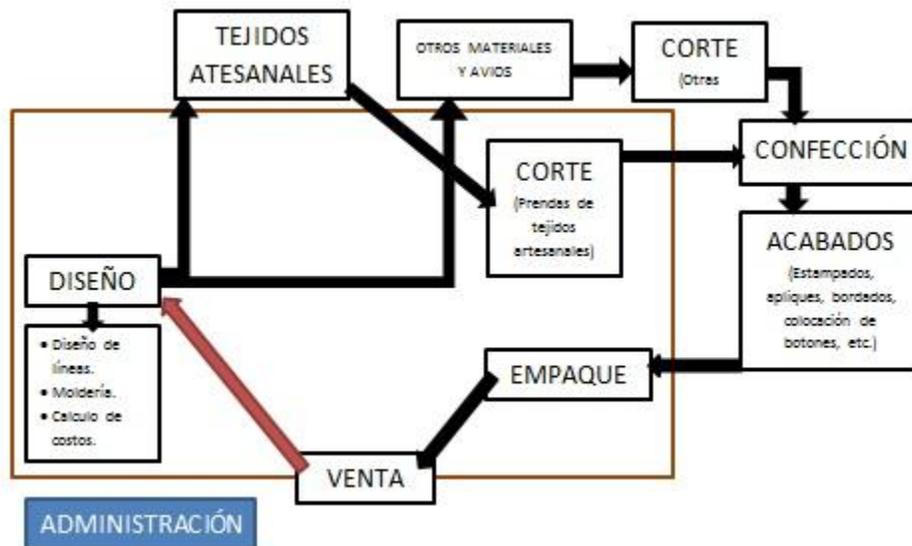


Figura N° 20.

En el diagrama se presenta la empresa en una fase inicial en la cual se propone interiorizar solo aquellas tareas que hacen a la diferenciación de la empresa, como lo son el diseño, la venta y algunas fases de producción de las prendas más representativas, las realizadas en telar. Asimismo se plantea un trato directo con los productores, respetando los principios del comercio justo y entablado una relación que permita un crecimiento mutuo y un desarrollo sostenido en el tiempo.

5.2.6. Análisis de costos

En relación a la colección diseñada y para tener una idea mas real del emprendimiento, a continuación se presenta un análisis de costos de algunas prendas seleccionadas, lo cual permite fijar un precio de venta. Los precios fueron fijados considerando los costos y un margen de rentabilidad del 150%, obteniendo así el precio mínimo estimado por prenda.

Los costos estipulados en la siguiente tabla son considerados variables ya que dependen del nivel de producción.

	REMERA CRUZ	PANT. ALFORZAS	MUSC. BROCATO	FALDA PLISADA	CAPA BELEN	BLAZER TINOGASTA
Materia Prima						
Tela	21,60	63,00	30,00	99,20		
Tejidos a telar					500,00	450,00
Otras telas					105,00	30,00
Avios (cierre, broches, botones,etc)	9,00	12,00			14,00	4,00
Etiqueta Interna	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75	1,75
Etiqueta colgante	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
Estampa/Bordado						55,00
Tizada/Corte	3,00	3,00	3,00	3,00		
Packaging	8,00	8,00	8,00	8,00	12,00	12,00
Otros procesos (plisado, teñido,etc.)				120,00		
Mano de Obra	35,00	70,00	30,00	25,00	150,00	150,00
COSTO TOTAL	79,65	159,05	74,05	258,25	784,05	704,05
Margen de rentabilidad	150%	150%	150%	150%	150%	150%
Precio estimado	199,13	397,63	185,13	645,63	1.960,13	1.760,13
Margen de rentabilidad en \$	119,48	238,58	111,08	387,38	1.176,08	1.056,08

Tabla N° 7. Costos de prendas y fijación de precios. (“Datos recabados por el autor”)

Cabe aclarar que la escala de producción influye directamente en la estructura de costos, por lo cual los mismos pueden variar dependiendo de la escala a la que se lleve el emprendimiento.

En la siguiente tabla podemos observar los costos fijos estipulados en base al modelo de emprendimiento propuesto, los cuales serán absorbidos por el margen de rentabilidad obtenida de la venta de los productos.

Costos Fijos	
Sueldo Diseñador	8200
Sueldo Corte/Empaque	5400
Sueldo Vendedor	6200
Alquiler	1800
Servicios	1400
Honorarios	450
Otros	250
Total	23700

Tabla N°8. Costos fijos. (“Datos recabados por el autor”)

Luego y con el fin de calcular el punto de equilibrio del emprendimiento, es decir el mínimo de productos necesarios a vender para cubrir tanto los costos variables como los costos fijos, se estipulo un mix de productos. Dicho mix resulta la proporción esperada de venta de cada tipo de producto en la producción total, estableciendo la relación entre ellos, es decir por ejemplo, cuantas remeras cruz se venden por cada capa Belén.

	REMERA CRUZ	PANT. ALFORZAS	MUSC. BROCATO	FALDA PLISADA	CAPA BELEN	BLAZER TINOGASTA	Totales
Mix de ventas en cantidades	5	4	4	3	1	1	18
Mix de ventas en porcentajes	27,80%	22,20%	22,20%	16,70%	5,60%	5,60%	1
Mix de ventas en pesos	995,63	1.590,50	740,5	1.936,88	1.960,13	1.760,13	8.983,75
Mix de Costos Variables en \$	398,25	636,2	296,2	774,75	784,05	704,05	3.593,50
Mix de Margen en pesos	597,38	954,3	444,3	1.162,13	1.176,08	1.056,08	5.390,25

Tabla N°9. Mix de productos. (“Datos recabados por el autor”)

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*

TFG: Florencia Agustina Malem

5.2.6.1. *Punto de equilibrio*

	REMERERA CRUZ	PANT. ALFORZAS	MUSC. BROCATO	FALDA PLISADA	CAPA BELEN	BLAZER TINOGASTA	Totales
En cantidades	21,98	17,59	17,59	13,19	4,40	4,40	79,14
En pesos	4.377,59	6.993,15	3.255,85	8.516,11	8.618,33	7.738,97	39.500,00
Costo Variable	1.751,04	2.797,26	1.302,34	3.406,44	3.447,33	3.095,59	15.800,00
Utilidad Bruta	2.626,55	4.195,89	1.953,51	5.109,66	5.171,00	4.643,38	23.700,00
Utilidad Bruta Total	23.700,00						
Costo Fijo	23.700,00						
Utilidad Neta	-						

Tabla N°10. Punto de equilibrio. (“Datos recabados por el autor”)

La tabla nos muestra que para cubrir los costos variables derivados de la producción y cubrir los costos fijos establecidos nos es preciso vender 79, 14 prendas, dentro de ese número contemplando cantidades de cada prenda en relación al mix establecido. Vendiendo dicha cantidad de prendas la empresa cubre a totalidad de sus costos sin obtener ninguna rentabilidad.

Se plantean a continuación dos escenarios con dos rentabilidades propuestas con la finalidad de ejemplificar las cantidades necesarias para cumplir dicho objetivo, siendo la rentabilidad deseada en el primero de \$5.000 y de \$20.000 en el segundo.

	REMERERA CRUZ	PANT. ALFORZAS	MUSC. BROCATO	FALDA PLISADA	CAPA BELEN	BLAZER TINOGASTA	Totales
En cantidades	26,62	21,30	21,30	15,97	5,32	5,32	95,84
En pesos	5.301,13	8.468,50	3.942,74	10.312,75	10.436,55	9.371,66	47.833,33
Costo Variable	2.120,45	3.387,40	1.577,10	4.125,10	4.174,62	3.748,66	19.133,33
Utilidad Bruta	3.180,68	5.081,10	2.365,64	6.187,65	6.261,93	5.623,00	28.700,00
Utilidad Bruta Total	28.700,00						
Costo Fijo	23.700,00						
Utilidad Neta	5.000,00						

Tabla N°11. Rentabilidad de \$5.000. (“Datos recabados por el autor”)

	REMERERA CRUZ	PANT. ALFORZAS	MUSC. BROCATO	FALDA PLISADA	CAPA BELEN	BLAZER TINOGASTA	Totales
En cantidades	40,54	32,43	32,43	24,32	8,11	8,11	145,93
En pesos	8.071,76	12.894,55	6.003,40	15.702,69	15.891,19	14.269,74	72.833,33
Costo Variable	3.228,70	5.157,82	2.401,36	6.281,08	6.356,47	5.707,90	29.133,33
Utilidad Bruta	4.843,06	7.736,73	3.602,04	9.421,62	9.534,71	8.561,84	43.700,00
Utilidad Bruta Total	43.700,00						
Costo Fijo	23.700,00						
Utilidad Neta	20.000,00						

Tabla N°12. Rentabilidad de \$20.000. (“Datos recabados por el autor”)

En conclusión el punto de equilibrio resulta con la venta de 79 prendas de acuerdo a las proporciones propuestas en el mix de productos. La venta de 95 prendas producirá una utilidad de \$5000 y la venta de 145 prendas una utilidad de \$20.000

5.3. Propuesta de Marca

2.3.1. Usuario

Divina Argentina esta dirigida a mujeres de entre 25 y 40 años, de clase media, media – alta. Que tengan interés por el diseño, la tendencia, pero especialmente a una mujer que expresa sus emociones, ideales y su compromiso con su entorno (tanto medio-ambiental como social) a través de las acciones diarias, como por ejemplo mediante sus elecciones de consumo. Son mujeres que buscan constantemente nuevas experiencias que las deleiten a través de los sentidos y que proyectan a través de sus formas de consumo su personalidad. Valorán aquellos productos que se relacionan con la cultura y poseen un carácter artesanal, que les permite expresar un nuevo Romanticismo.

Son consumidores que valoran la calidad y el detalle, así también como el componente artesanal y artístico del producto. Aprecian aquellos productos que transmiten características o el lenguaje de un lugar pero de manera moderada.

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.
TFG: Florencia Agustina Malem

2.3.2. 4 P de Marketing

Producto	Indumentaria femenina, que se distinga por su diseño, calidad y compromiso social. Para su confección uno de los materiales estrella serán textiles artesanales, importantes por su diseño y calidad, y por permitir el desarrollo de las comunidades que los producen, entre otros elementos.
Precio	El mismo se establecerá en base a las materias primas y los estándares de comercialización justa. No se trabajara con una política de liderazgo en costos.
Plaza	De acuerdo con los datos obtenidos en la primera etapa de encuestas, los lugares preferidos por las potenciales consumidoras son: locales dentro y fuera de centros comerciales y tiendas de diseño, en la zona Centro y Nueva Córdoba. Pero teniendo en cuenta las características de la propuesta la ubicación de la tienda seria Alta Córdoba o barrio General Paz , dado su actual desarrollo, la posibilidad de conseguir una casona antigua y el entorno tranquilo y mas relajado que en el centro de la ciudad, elemento que acompaña a la experiencia de consumo. También se tiene en cuenta que aquellas consumidoras que buscan el producto lo hacen por su singularidad y por la experiencia de consumo, por lo cual se dirigirían al local.
Promoción	La misma estará en una primera etapa encarada a dar a conocer la marca y su iniciativa comercial, remarcando los valores y características distintivas, para comenzar a generar conciencia acerca de la temática y del consumo responsable. Los posibles medios a emplear serian redes sociales dado el bajo costo y la gran cantidad de público a la cual se puede acceder, mailing, pagina web y publicaciones del rubro (Para Ti, Harper´s Bazaar Argentina, Ohlala, Elle Argentina, Vogue Latinoamérica), esta última se realizaría en una segunda fase del negocio dado su costo.

Figura N° 21.

5.3.3. Competencia

A nivel competencia en el rubro y la temática se puede detectar las marcas Cardón, Marcelo Senra, Abrapampa y a nivel local Crespo. Siendo las más reconocidas por los encuestados Cardón y Crespo, lo cual puede tener su origen en que son marcas con mayor presencia en la ciudad de Córdoba, además de realizar esfuerzos en comunicación de marca y publicidad. Cabe considerarse que si bien, por ejemplo Marcelo Senra trabaja con textiles del

norte de nuestro país y la marca Cardón busca transmitir características de la identidad nacional, ninguna de ellas propone una iniciativa de comercio solidaria. Así como tampoco, en el caso de la marca Cardón, emplean textiles artesanales, tal vez debido al volumen de su producción y a los costos que ello implicaría.

5.3.4. Imagen de Marca y Branding

A través de la imagen de marca se busca comunicar el espíritu de la misma, y los valores que defiende, por lo cual los diferentes materiales que sean soporte de la marca serán seleccionados cuidadosamente. Toda la etiquetería y el packaging serán confeccionados con materias primas reciclables y/o biodegradables (papel, cartón, cuero vacuno, cintas de algodón, etc.) de manera que se contribuya al cuidado del medio ambiente.

5.3.4.1. Isologotipo



Figura N°22.

5.3.4.2. Etiqueta de prenda

Las etiquetas de las prendas serán confeccionadas en cuero vacuno mediante calado laser para mantener la idea de materiales naturales. Las mismas serán de diferentes tamaños dependiendo la tipología de prenda.



Figura N° 23.

5.3.4.3. Etiqueta colgante



Figura N°24.

5.3.4.4. Packaging

Las bolsas están realizadas con cartón Saville Row de 300gr. Grabadas laser. Las tiras están realizadas con puntilla o cintas de algodón.



Figura N° 25.



Figura N° 26.

5.3.4.5. Comercialización

Los productos serán comercializados desde un local propio perteneciente a la empresa, debido que quiere brindarse una experiencia de consumo diferente, generando un espacio donde el cliente vivencie un momento agradable y además de las prendas se lleve otros complementos, como por ejemplo el hecho conocer de donde proviene aquello que esta adquiriendo.

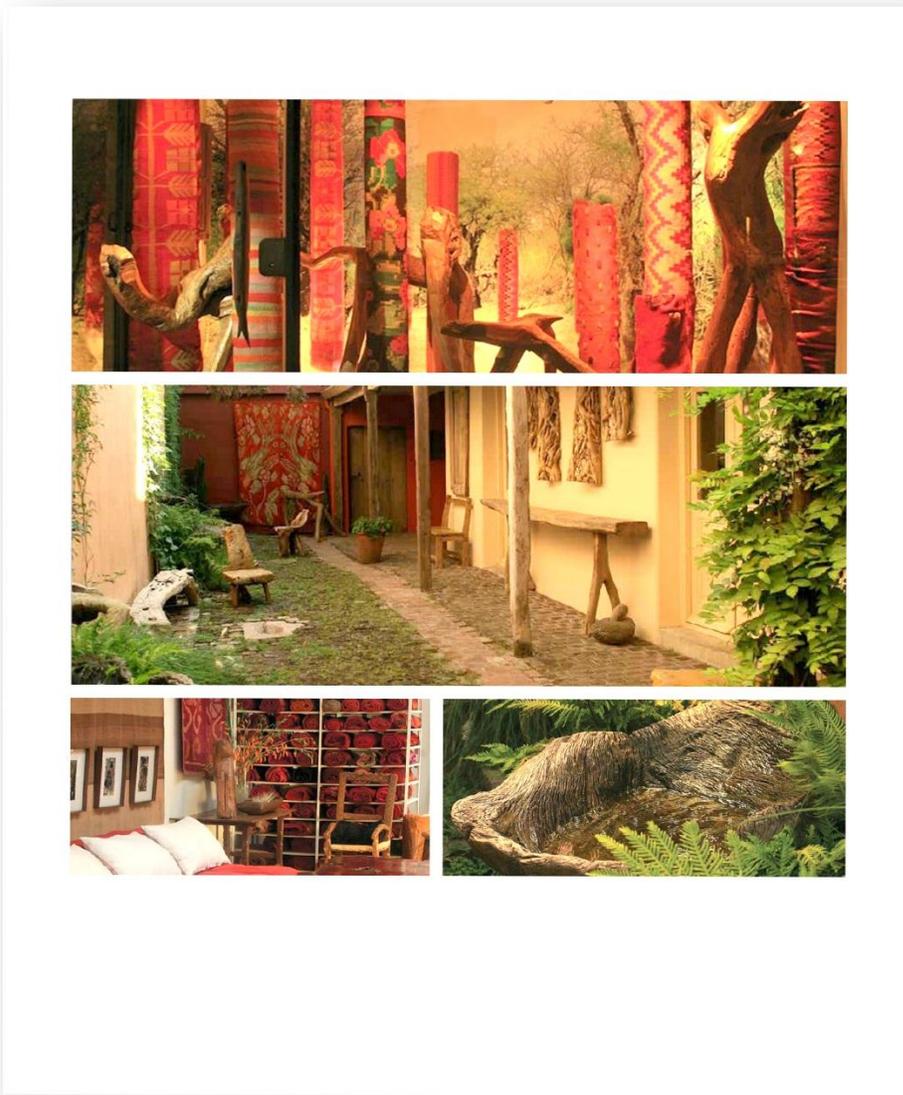


Figura N° 27. Inspiración del local.

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.
TFG: Florencia Agustina Malem



Figura N° 28. Render del local.

5.3.4.6. Pagina Web

La marca se dará a conocer mediante diferentes soportes tales como: mailing, página web, catálogos y publicidades en diversas publicaciones. A continuación un pantallazo de lo que sería la pagina web, una herramienta muy importante que permite establecer un contacto con la marca, conocer su filosofía y sus productos sin necesidad de acercarse al local.



Figura N° 29. Página web.

Anexos

Modelo de Encuesta 1

ENCUESTA

Con motivo del trabajo final de graduación es que surge la propuesta de generar una colección trabajando con textiles andinos, como un representante del talento local argentino y proponiendo nuevas formas de uso, tipologías y prendas urbanas, acompañando la propuesta de una comercialización justa, defendiendo la artesanía como factor de desarrollo social y aportando desde el diseño nuevas formas a estos tejidos, defendiendo el desarrollo local e indagando sobre los elementos de nuestra identidad nacional.

Es para el desarrollo del presente proyecto que agradecería la colaboración respondiendo la presente encuesta.

1. Edad:

- Entre 18 y 25 años.
- Entre 26 y 35 años.
- Entre 36 y 45 años.
- Entre 46 y 55 años.

2. ¿A la hora de adquirir una prenda cuales son los factores de peso en su elección?(enumere en orden de importancia siendo 1 el más importante y 4 el menos importante)

- Calidad
- Diseño
- Compromiso social y medioambiental
- Precio
- Otro. ¿Cuál?-----

3. ¿Conoce el Comercio Justo?

- Si
- No

4. Teniendo en cuenta el concepto del comercio justo, en cual se paga un precio justo por su trabajo directamente al productor y además un plus para con ello colaborar al desarrollo local. ¿adhiera a esta forma de comercio?

- Si
 No

¿Por qué? -----

5. ¿Estaría dispuesto a comprar producto que se enmarcan en este tipo de comercio aun si el precio fuere un poco más elevado a uno similar pero que no se enmarca en este tipo de prácticas?

- Si
 No

6. ¿Compra productos artesanales?

- Si
 No

7. ¿Qué zona de la ciudad prefiere para hacer sus compras?

- Zona norte
 Zona sur
 Centro
 Nueva Córdoba
 Paseo de las artes

8. ¿En qué lugar prefiere comprar?

- Shoppings o malls
 Tiendas de diseño
 Ferias
 Locales comerciales fuera de centros comerciales
 Vía internet

9. ¿Le interesa conocer diferentes culturas y sus expresiones?

- Si

No

10. ¿Le gusta viajar y conocer diferentes lugares?

Si

No

11. Prefiere viajar ...

Por Argentina

Al exterior

12. ¿Conoce Argentina?

Si

No

13. ¿Qué regiones le gustan más o le gustaría conocer?

Región Noroeste (Jujuy, Salta, La Rioja, Tucumán, Catamarca, y Santiago del Estero)

Región Noreste (Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes y Entre Ríos.)

Región Patagónica (Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.)

Región de Cuyo (San Juan, San Luis y Mendoza.)

Región pampeana (Córdoba, Santa Fe, Buenos Aires y La Pampa.)

14. ¿Su profesión o desempeño laboral a que área pertenece?

Ciencias sociales y filosofía.

Ciencias naturales.

Arte y diseño.

Ciencias económicas.

Ingenierías.

Salud.

Otra. ¿Cuál?-----

15. Si lee prefiere...

Autores o publicaciones nacionales

Autores o publicaciones internacionales

16. Si escucha música ¿Qué estilo prefiere?

Divina Argentina, *prendas de la tierra.*

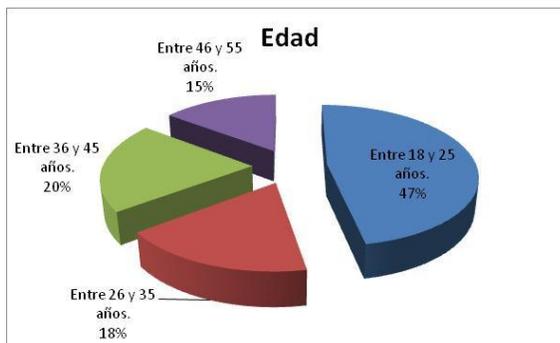
TFG: Florencia Agustina Malem

- Folclore
- Rock nacional
- Rock internacional
- Tango
- Pop
- Otro. ¿Cuál? -----

17. ¿Cuál de las siguientes marcas conoce? (marque con una cruz aquella que conoce)

- Cardón
- Marcelo Senra
- Crespo
- Abrapampa

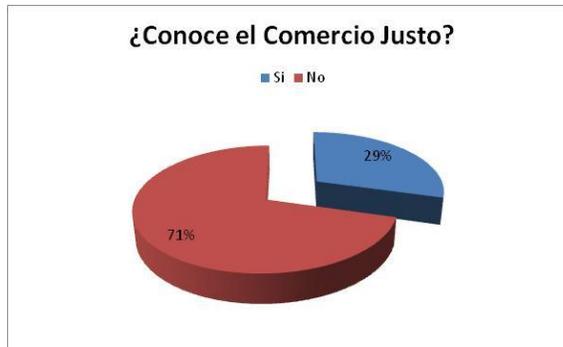
RESULTADOS



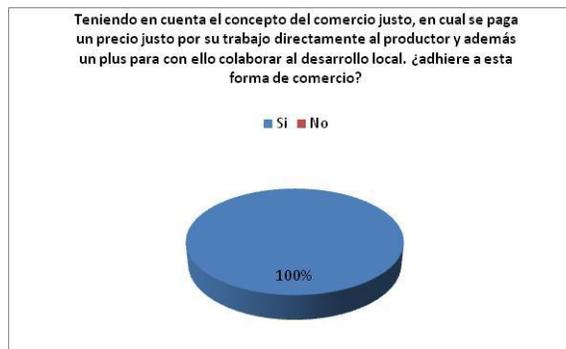
(“Datos recabados por el autor”)



(“Datos recabados por el autor”)



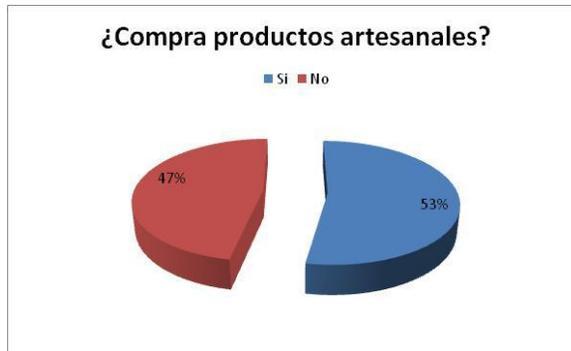
(“Datos recabados por el autor”)



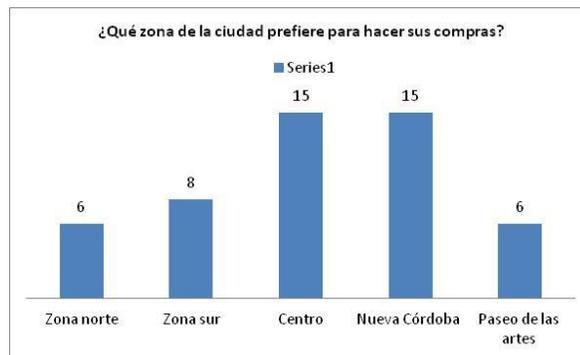
(“Datos recabados por el autor”)



(“Datos recabados por el autor”)



(“Datos recabados por el autor”)

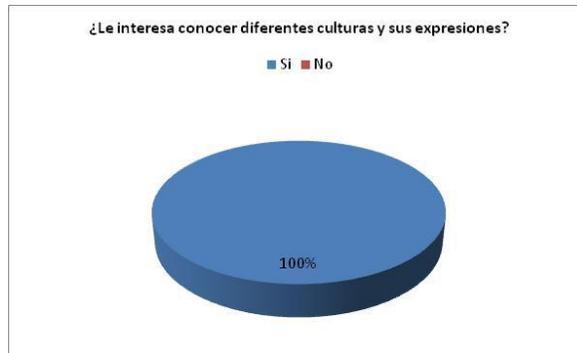


(“Datos recabados por el autor”)



(“Datos recabados por el autor”)

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.
TFG: Florencia Agustina Malem



(“Datos recabados por el autor”)

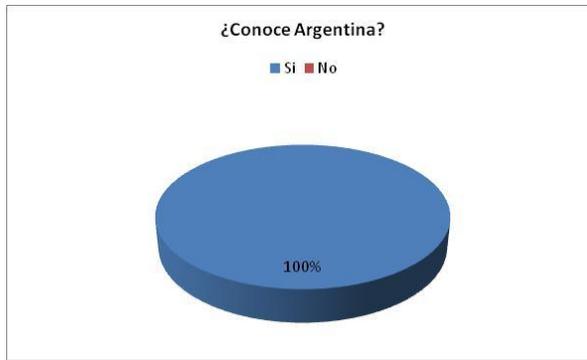


(“Datos recabados por el autor”)



(“Datos recabados por el autor”)

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.
TFG: Florencia Agustina Malem



(“Datos recabados por el autor”)

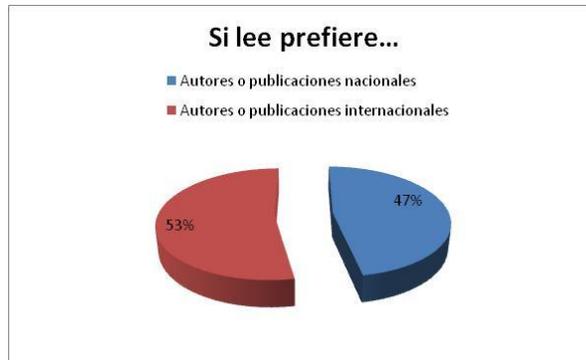


(“Datos recabados por el autor”)

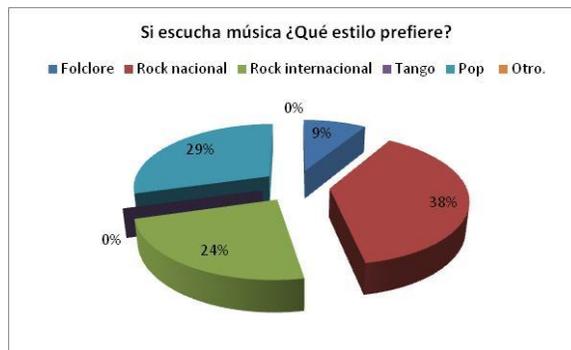


(“Datos recabados por el autor”)

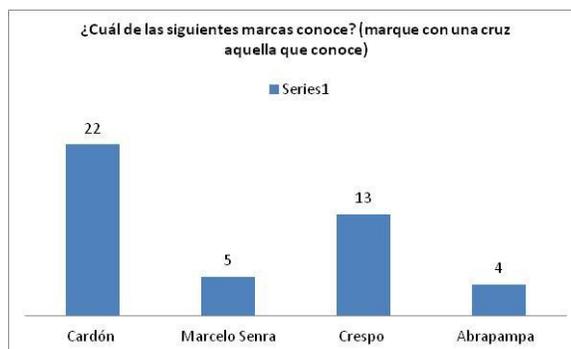
Divina Argentina, *prendas de la tierra*.
TFG: Florencia Agustina Malem



(“Datos recabados por el autor”)



(“Datos recabados por el autor”)



(“Datos recabados por el autor”)

NOMBRE:

LOCALIDAD:

1. ¿Cómo aprendió usted a hacer telar? ¿Que significado tiene para ustedes esta practica?
2. ¿Qué productos son los que más realizan?
3. ¿De que manera comercializan sus tejidos?
4. ¿La venta de sus productos les permite mantenerse?
5. ¿Los tejidos son realizados por lana teñida e hilada por ustedes?
6. ¿Emplean tintes naturales o anilinas?
7. Otros datos obtenidos en la entrevista.

RESULTADOS

NOMBRE: Ramón Baigorria y Graciela Carrasco (Rua-Chaky)

LOCALIDAD: Belén, Catamarca.

1. ¿Cómo aprendieron ustedes a hacer telar? ¿Que significado tiene para ustedes esta practica?
 - Es una técnica que viene de generación en generación, esta es la quinta generación aproximadamente en ambas familias en la cual se viene desempeñando esta labor. Ambos aprendieron desde niños y hace ya 18 años que se dedican a esto completamente, ya que por diferentes motivos y luego de realizar diversas tareas, la vida los devolvió a esta labor que los acompañaba desde siempre.
2. ¿Qué productos son los que más realizan?
 - Es variado, la técnica siempre es la misma, pero se intenta actualizarse y ver lo que el mercado pide, “buscarle la vuelta”. Realizan muchos ponchos y mantas, entre otras cosas.
3. ¿De que manera comercializan sus tejidos?
 - Los venden allí en su casa, que es su lugar de trabajo. Obvian los intermediarios y en ocasiones se presentan en ferias, pero solo alguno de los dos para no perder de seguir trabajando.

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.

TFG: Florencia Agustina Malem

4. ¿La venta de sus productos les permite mantenerse?
 - Hoy por hoy les permite mantenerse y su dedicación es full-time. En ocasiones sus hijos los ayudan en el trabajo, pero ellos estudian en la universidad y tienen otras ocupaciones. (Las familias de ambos también vivían de los tejidos.)

5. ¿Los tejidos son realizados por lana teñida e hilada por ustedes?
 - Ellos realizamos todas las etapas para producir sus tejidos. Hilan, tiñen y tejen. (Para realizar un paño emplean aproximadamente 1 semana para hilar, 1 día para urdir y enlisar y 5 días aproximadamente para el tejido)
 - Emplean casi en su mayoría lana de oveja, en ocasiones de alpaca y llama y muy rara vez de vicuña dado su elevado costo.

6. ¿Emplean tintes naturales o anilinas?
 - Tiñen todo naturalmente, se remitimos a lo que sería la química aplicada, solo en ocasiones utilizan alumbre como mordiente. Se tiñe con remolacha, mora, cochinilla, cebolla morada, cebolla, yerba mate, etc. Siempre utilizando elementos de su tierra.
 - La lana de llama la emplean en sus colores naturales.

7. Otros datos obtenidos en la entrevista.
 - Cuando eran pequeños la técnica era difundida mediante pequeños incentivos, los cuales llevaban al interés por la labor. Comentan que ovillaban sobre monedas, para que luego quisieran realizar el urdido y el tejido, teniendo como recompensa dichas monedas. Y así ir aprendiendo la tarea.

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.
TFG: Florencia Agustina Malem



NOMBRE: María Petrona Coria

LOCALIDAD: Fiambala, Catamarca.

1. ¿Cómo aprendió usted a hacer telar? ¿Que significado tiene para ustedes esta practica?
 - Aprendió de su abuela, de la cual también aprendió los motivos diaguitas que hoy emplea en sus trabajos. Hoy por hoy cree que esta labor se va a perder ya que las nuevas generaciones no desean aprender y poseen otros trabajos.
2. ¿Qué productos son los que más realizan?
 - Puyos, ponchos y mantas.
3. ¿De que manera comercializan sus tejidos?
 - En su casa o en ferias, pero siempre personalmente.
4. ¿La venta de sus productos les permite mantenerse?
 - Antes, hace 10 años, si podía mantenerse con sus tejidos, pero actualmente precisa de otros ingresos.
5. ¿Los tejidos son realizados por lana teñida e hilada por ustedes?
 - Si, y siempre empleando especies del lugar para teñir como por ejemplo algarrobo y jarilla. Todas las etapas se realizan en el hogar.
 - Emplea generalmente lana de oveja, llama y guanaco. Comenta que la lana en su sector ya no se consigue tan fácilmente dado que ya en al zona no hay tantos criaderos de ovejas.
6. ¿Emplean tintes naturales o anilinas?
 - Emplea tintes naturales y tintas o anilinas cuando desea lograr tonos más fuertes. Comenta que hoy en día no se consiguen la calidad de tinta que venían hace algunos años.
 - Como mordientes suele emplear alumbre y coipa (sal).
7. Otros datos obtenidos en la entrevista.
 - Su principal preocupación es el hecho de que la tradición se va terminar ya que no hay más interés y ella por su edad ya no puede hacer tanto.

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.
TFG: Florencia Agustina Malem



NOMBRE: Aldacira Flores de Andrada (90 años) y Rosa Andrada.

LOCALIDAD: Tinogasta, Catamarca.

8. ¿Cómo aprendió usted a hacer telar? ¿Que significado tiene para ustedes esta practica?
 - Aldacira aprendió a los 6 años como algo cotidiano dentro de las labores de su hogar, actualmente ya llevan seis generaciones realizando esta tarea. Cada generación va evolucionando con su propia impronta. Siempre se trata de adaptarse a los nuevos tiempos y escuchar a los clientes.
 - Para ellas el tejido va arraigado a una tradición familiar en la cual siempre se esta en constante aprendizaje.
9. ¿Qué productos son los que más realizan?
 - Mantas y ponchos, entre muchos otros. Son muy reconocidas por sus magníficos bordados, un elemento típico de Catamarca.
10. ¿De que manera comercializan sus tejidos?
 - Venden personalmente, directo desde el artesano al cliente, en su casa o en ferias en las que exponen.
11. ¿La venta de sus productos les permite mantenerse?
 - Actualmente no, precisan de ingresos extra, ya que si bien la gente aprecia su trabajo la venta no es muy sencilla de concretar.
12. ¿Los tejidos son realizados por lana teñida e hilada por ustedes?
 - Si completamente, trabajan con lana de oveja, llama y en menor medida vicuña dado su alto costo (hace ya 2 años el kilo costaba \$2000, de lo cual mucho se pierde al limpiarla para luego hilarla)
 - Cuentan con personas que las ayudan, ya que es todo labor manual, sin ninguna maquina lo cual lleva mucho tiempo. Cuando lo precisan le dan trabajo a otras mujeres para que hilen en sus casas, lo cual genera empleo y a su vez les permite a estas mujeres cuidar a su familia y estar en su casa.
13. ¿Emplean tintes naturales o anilinas?
 - En mayor medida se trata de usar tintes naturales, pero en ocasiones se necesita emplear anilinas para lograr colores más fuertes.
14. Otros datos obtenidos en la entrevista.
 - El bordado de una manta puede llevar aproximadamente 3 meses, y se realiza de a dos personas, tanto para agilizar como para no aburrirse en la tarea. El motivo va surgiendo en el momento, a menos que sea un encargo, no se trabaja con guías previas sobre la prenda o manta.

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.

TFG: Florencia Agustina Malem

- Los bordados se realizan con lanas industrializadas dado que la lana hilada a mano no es lo suficientemente resistente para pasar muchas veces sobre si misma.
- Se borda primero una mitad de la manta y luego se espeja el trabajo.
- Son prendas para toda la vida.
- El cliente es lo primordial.
- Si bien la técnica es la misma, cada tejedor le pone su sello.
- Están siempre dispuestas a enseñar su trabajo, ya que quieren que la tradición perdure sin egoísmos.

Divina Argentina, *prendas de la tierra*.
TFG: Florencia Agustina Malem



Referencias

- 1) Asociación Internacional de Comercio Justo Latinoamérica. (consultado el 12/10/2011) los principios del Comercio Justo. (en línea) Recuperado de: http://www.wfto-la.org/index.php?option=com_content&view=article&id=21&Itemid=4&lang=es
- 2) Corcuera, R. (1999) *Ponchos de las tierras del plata*. Buenos Aires, Argentina: Fondo Nacional de las Artes, Verstraeten.
- 3) Corcuera, R. (2010) *Herencia textil andina*. 3° ed. Buenos Aires, Argentina: Fundación CEPPA.
- 4) Del Pin, C. (2002) El Origen del Gaucho. *Revista Identidad Nacional y Cultura Gaucha*. Año 7, (N° 13).
- 5) Entwistle, J., (2002) *El cuerpo y la moda una visión sociológica*. Barcelona, España: Paidós Contextos.
- 6) Fernández Chiti, J. (2003) *Artesanía, folklore y arte popular*. Argentina: Ediciones Condorhuasi.
- 7) Fletcher, K. (2008) *Sustainable fashion & textiles*. Londres: Gutenberg press.
- 8) Hollen, N., Saddler, J. y Langfo, A. (2005) *Introducción a los textiles*. DF, México: Limusa.
- 9) Kemelmajer, C. (04/09/2011) *La punta del ovillo*. Artículo de la revista Rumbos N° 419.
- 10) Moncalvo, A. (2007) *Administración de negocios digitales*. Buenos Aires, Argentina: Libros en Red.
- 11) Morace, F. (2009) *La estrategia del colibrí*. Madrid, España: Editorial Experimenta.

- 12) Munari, B. (1983) *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.
- 13) Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. (22° edición) Versión virtual.
- 14) Taranto, E. Mari, J. (2003) *Textiles Argentinos*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Maizal.
- 15) Ulloa, L. (2006) *Textiles prehispánicos y coloniales*. Chile: Universidad Tarapacá de Arica. http://www.uta.cl/masma/patri_edu/textiles.htm
- 16) UNESCO, (2006) *Artesanía y diseño*.(en línea)
- 17) Vieytes, R., (2004) *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Ed. De las ciencias.
- 18) Laxalt, R. (1980) The gauchos of Argentina. *Revista National Geographic*. Vol.158 (4)

Curriculum Vitae

Florencia Agustina Malem

22 años, Argentina, Soltera. DNI 35090157

Fecha de nacimiento: 24.03.1990

Lamadrid 380 (5000)

Córdoba Capital, Córdoba, Argentina

Tel. (0351) 4512150 / (0351) 156009323

florenciamalem@hotmail.com



Educación

1995 - 2007 | Primario y Secundario Completo – **Colegio De María**

Título: Bachiller en Salud y Ambiente.

03.2008 - Presente | **Universidad Empresarial Siglo 21**, Argentina. Diseño de Vestuario / Textil / Modas.

Lic. Diseño de Indumentaria y Textil, En proceso de tesis. Promedio: 8.44. Materias aprobadas: 45.

Informática

- **Herramientas Gráficas.**
Corel, Illustrator, Sketch Up, Photoshop.
- **Herramientas Office.**
Word, Excel, Power Point, Movie Maker.

Idiomas

- **Español.** Lengua madre.
- **Inglés.** Nivel oral Intermedio. Nivel escrito Intermedio. Nivel de lectura Intermedio. Última vez aplicado: Actualmente.
- **Italiano.** Nivel oral Intermedio. Nivel escrito Básico. Nivel de lectura Intermedio. Última vez aplicado: Más de 1 año
- **Francés.** Nivel oral Básico. Nivel escrito Básico. Nivel de lectura intermedio. Estudios en curso.

Otros Conocimientos

- **Maquillaje Social Profesional.** Realice un curso de maquillaje social en el segundo cuatrimestre de 2009, obteniendo el título de maquilladora Social Profesional.
- **Curso de primeros auxilios.** Dictado por la Cruz Roja Argentina - año 2006.
- **Workshop de Figurín** con Gabriela Lago Millán, en el marco del 2° Congreso de Creatividad Disparo.
- **Workshop Impulso y Tendencia,** en el marco del 3° Congreso de Creatividad Disparo.
- **Participación ESTARDEMODA 2008, 2009,2010.**
- **Training con el Future Concept Lab** sobre nuevas tendencias, coolhunting y la aplicación en la generación de nuevos productos. Febrero 2012.
- **Seminario Be Connected** sobre tendencia invierno 2013/2014 dictado por WGSN. Agosto 2012.
- **Capacitación en Asesoramiento de Imagen y Estilo** dictado por Carolina Aubele. Septiembre 2012.
- **Capacitación en producción de moda** junto a Georgina Valdez, Octubre 2012.

Experiencia Laboral

- **Hermanos Estebecorena,** pasantía consistente en la asistencia para la producción de la campaña Otoño – Invierno 2011 y desfile en BAF Week Otoño – Invierno 2011.
- **Bar La Plazoleta,** desempeño en tareas administrativas, trabajo de tiempo parcial, desde 2007 al presente.
- **Pasantía en Cover House** diseñando ropa para gastronomía, en el marco de la materia de Prácticas Profesionales Universitarias.
- **Ayudantía de cátedra** en la materia Mordería III. 2011/2012.