

30 de agosto de 2018

## Presentan Somos Fibra, la marca que fusiona saber ancestral con diseño

Con la presencia de Juliana Awada, Luis Etchevehere, Lino Barañao y Juan Balbín se lanzó en el Malba la nueva tienda online. La marca del INTA busca potenciar los emprendimientos artesanales de la agricultura familiar.



Alfombras de lana de oveja tejidas en telar, bolsas geométricas de cuero de cabra curtido y prendas de diseño que resignifican las tipologías tradicionales, como el poncho y la ruana. Éstas son algunas de las artesanías que elaboran unas 270 familias campesinas y de pueblos originarios bajo la marca del INTA "Somos Fibra" y el asesoramiento de sus extensionistas. En sintonía con el auge del comercio electrónico en América Latina, el INTA lanzó al mercado, en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Malba), una tienda online donde se comercializarán las artesanías de todo el país. De la presentación, participaron Juliana Awada –primera dama–, Luis Etchevehere –ministro de Agroindustria–, Lino Barañao –ministro de Ciencia y Tecnología– y Juan Balbín –presidente del INTA–, que fueron acompañados por autoridades nacionales e institucionales.



Awada recorrió las colecciones desarrolladas por artesanos de la Quebrada y Puna de Jujuy, de los Valles Calchaquíes de Salta y de la Puna de Catamarca.

En su discurso, Etchevehere señaló: "Cada vez se valora más la historia que hay detrás de los productos, que llevan una región y una cultura", al tiempo que felicitó a las comunidades de Jujuy, Salta y Catamarca. "Ojalá podamos seguir sumando más".

Por su parte, Barañao dijo: "Veo con mucha satisfacción que el INTA haya iniciado este proyecto. Estamos en el momento justo porque hay un nuevo consumidor responsable que valora estos productos y está dispuesto a pagarlo. Tenemos la posibilidad de atender a ese nuevo mercado". A su vez, agregó: "Están cumpliendo con la misión que la sociedad espera del INTA, desarrollando proyectos que tienen un profundo impacto social".

A su turno, Balbín afirmó: "Tenemos que generar las condiciones para que la juventud se quede en el campo".

La nueva marca del INTA "Somos Fibra" presentada hoy busca potenciar los emprendimientos artesanales de la agricultura familiar, mediante la incorporación de diseño como herramienta de agregado de valor y su comercialización desde una plataforma homónima abierta al mundo. Esta plataforma de comercialización online es el resultado de una articulación entre la Coordinación Nacional de Transferencia y Extensión del INTA y los artesanos rurales. Fue desarrollada gracias a la organización comercial de INTeA S.A., con financiamiento de la Fundación ArgentINTA y el asesoramiento de la economista especializada en diseño, Marcela Molinari.



Alfombras de lana de oveja tejidas en telar, bolsas geométricas de cuero de cabra curtido y prendas de diseño que resignifican las tipologías tradicionales.

Diego Ramilo –coordinador nacional de Transferencia y Extensión del INTA– aseguró que el proyecto se funda en la demanda de los grupos de artesanos respecto de diseño y comercialización. “Juntos, estamos desarrollando un proceso significativamente mejorado en cuanto a calidad, logística y estrategias de venta”.

“**Somos Fibra** acerca el saber artesanal con identidad local a nuevos mercados”, aseguró Marcela Duhalde, responsable del área INTA Diseño y directora creativa del proyecto, quien señaló: “La tienda online es una propuesta que impulsa la comercialización de los productos de la agricultura familiar y los pone al alcance del consumidor urbano desde la comodidad de su hogar”.

En esta primera instancia, se presentarán colecciones de indumentaria, decoración y marroquinería, desarrolladas con artesanos de la Quebrada y Puna de Jujuy, de los Valles Calchaquíes de Salta y de la Puna de Catamarca.

Para Marcela Duhalde, “el diseño funciona como herramienta de desarrollo”. En este sentido, fue más allá al asegurar que “agregar valor a la producción artesanal textil es un área de trabajo que tiene la potencialidad de reivindicar el rol de la mujer rural mediante la valorización del trabajo en el ámbito doméstico y de sus saberes”.



Historia, tradición y trabajo familiar son algunos de los valores que trasladan los productos elaborados por las artesanas de la Red Puna, Makiwan, CUM y El Kakán.

### **Manos artesanas, protagonistas del logro**

Historia, tradición y trabajo familiar son algunos de los valores que trasladan los productos elaborados por las artesanas de la Red Puna, Makiwan, CUM y El Kakán y cargados con la identidad ancestral y la tradición local.

La Red Puna es una organización que reúne a 80 familias entre cooperativas, asociaciones, comunidades campesinas y de pueblos originarios de la Quebrada y Puna jujeñas.

Tradicionalmente, crían llamas, las esquilan y acopian la fibra que en parte venden y en parte la transforman en productos, mediante los telares y el tejido tricot.

Por su parte, las Comunidades Unidas de Molinos (CUM) concentra a 24 comunidades campesinas y de pueblos originarios del Valle Calchaquí Salteño. Las mujeres de estas comunidades crían ovejas en rebaños mixtos con cabras, las esquilan e hilan con huso. Con los hilados, ellas tejen a mano y los hombres en el telar.

La Cooperativa Agroforestal Jóvenes conocida como El Kakán está integrada por 20 familias de productores familiares de la localidad de Palo Blanco, Tinogasta, en la Puna catamarqueña que comercializan comestibles, vinos y artesanías. También realizan curtido artesanal de los cueros de cabra y oveja, resultado del autoconsumo familiar de la carne. Los más jóvenes lideran la línea de marroquinería de la colección Somos Fibra.

A su vez, Makiwan es una organización comercial joven que, desde 2016, reúne a distintas agrupaciones de artesanos rurales de Jujuy. Estas comunidades basan su economía en la cría de llamas y su utilización integral, principalmente para autoconsumo.

Con la fibra de estos animales, 150 familias producen tejidos en telar y técnicas de tricot que venden en su local de la turística localidad de Purmamarca. La colección que se presenta en esta tienda fue trabajada en talleres de diseño colaborativo, con una artesana por cada comunidad involucrada, quién transmitió y coordinó la producción en su comunidad.