

LUISA WEBER

Coordinadora General de Matriarca

“Nosotros creamos este puente para acercar el arte de estas culturas al consumidor final”



de colores de tintes naturales que habían quedado en el olvido. Además, proyectos liderados por otras organizaciones y empresas contribuyen a la mejora de la calidad de vida de los pueblos, facilitando el trabajo de las artesanas. Por ejemplo, el caso de Samsung con los centros Nanum Village, a través de los cuales brinda acceso a Internet a la comunidad del Gran Chaco. Otro ejemplo es el trabajo de Unilever en el desarrollo de huertas para mejorar la alimentación. Como explicó Weber, las culturas de la región tienen una dieta basada, en gran proporción, en harinas. Con la ayuda de Unilever, se fueron incorporando vegetales a la dieta diaria. Asimismo, Hábitat Para La Humanidad está trabajando en el territorio para construir mejores viviendas. Todos estos son ejemplos de cómo se puede trabajar, cada uno desde su lugar, para mejorar la calidad de vida de una comunidad.

Matriarca, en su rol como puente entre las artesanas y los consumidores, vende los productos en su *showroom* y a través de su página web. Además, fomenta y guía a las mujeres de la cooperativa en los canales de venta: en muchas ocasiones las artesanas se presentan en ferias realizadas en Buenos Aires donde ofrecen sus productos. Norma Rodríguez, presidenta de Comar, viaja al exterior y recorre diferentes lugares donde presenta su cultura y arte; se ofrecen los productos como regalos corporativos o para eventos de las empresas; un caso puntual que recordó Weber fue la posibilidad de mandarle un regalo a Michelle Obama cuando visitó la Argentina. Además, recientemente se abrió un local de Matriarca en Nueva York, siendo este el primer gran paso de las artesanas del Gran Chaco hacia el mundo: “Lo que queremos es que mucha más gente conozca esta historia para lograr que esta cultura esté de moda”, transmitió Weber.

Finalmente, la coordinadora general de Matriarca reconoció los desafíos que tienen por delante: “Contar esta historia más fuerte, escalar en volumen porque son muchísimas mujeres las que tenemos que impactar, seguir mejorando constantemente la calidad y ser rentable para que esto sea sostenible en el tiempo”.

En el interior del país, son muchas las comunidades de pueblos originarios y rurales cuya economía se basa en el desarrollo de sus artesanías. Sin embargo, para poder llegar al resto del país, la gran limitante que se les presenta a estas comunidades son las grandes distancias que las separan de los potenciales consumidores. Como respuesta a esta limitación, nació Matriarca, una comercializadora y distribuidora de productos de base cultural; de esta forma, las artesanías de los pueblos nativos y rurales del interior de la Argentina pueden llegar a los centros urbanos. “Nosotros lo que hacemos es crear este puente para acercar lo que es el arte de estas culturas al consumidor final”, definió Luisa Weber, coordinadora general de la organización, en el congreso “Argentina Supermercado del Mundo”. Asimismo, aclaró que el objetivo de Matriarca no es acercarse a las comunidades por caridad, sino que la idea es ayudarlas a que “su arte llegue al

mundo” y actuar como guía para que “esta llegada al mundo sea cada vez más grande y más lejos”. El proyecto, que arrancó en 2013, busca trabajar con “estos colectivos para que transformen su territorio” y, así, lograr que las comunidades se puedan desarrollar con los recursos nobles que les ofrecen sus tierras.

Según resaltó Weber, la región argentina que tiene una gran oportunidad para proveer al mundo es el Gran Chaco (Chaco, Formosa, Salta y Jujuy), “donde hay más de 4.000 mujeres que abarcan todo este proyecto”. El trabajo se basa, fundamentalmente, en un “programa de conservación del medio ambiente y de sus comunidades para que se valore el monte nativo y para que, también, cada comunidad se desarrolle”, describió la coordinadora general y detalló que el “objetivo principal es construir un modelo virtuoso para que cada persona sea también la que se autogestiona y crece en su entorno y en su hábitat”. Para ello, es importante la articulación público-privada para que cada uno, desde su lugar, aporte en financiación o capacitación para

“Lo que queremos es que mucha más gente conozca esta historia para lograr que esta cultura esté de moda”

las distintas poblaciones.

“Comar es la primera cooperativa de mujeres artesanas del Gran Chaco que ya hace más de quince años que se han organizado en una forma de trabajo asociativa de las mujeres indígenas donde entran diferentes etnias”, describió Weber. En esta cooperativa trabajan mujeres Pilagá y Wichis, entre otras comunidades, y realizan artesanías con lana, carandillo y chaguar. “Todas estas mujeres utilizan su cultura ancestral y también los materiales nobles de su hábitat; no están dañando su territorio pero buscan empoderar toda su obra en el lugar donde ellas

viven para no tener que irse de ahí”, expresó la coordinadora general de Matriarca y destacó que cada una de ellas deja su impronta en cada trabajo que hace, ya sea de cestería, mantas, alfombras, ponchos, carteras o artículos de decoración. “Cada pieza tiene la trazabilidad de la artesana. Son todas únicas y especiales”.

La cooperativa integra y organiza a las artesanas en pos de un objetivo común que es armar la producción y venderla a los distintos consumidores. Para una mayor capacitación, “se las fue acompañando para que adquirieran diferentes capacidades y vayan fortaleciéndose y sabiendo cómo organizarse. Y se fueron armando para generar también intercambio”, comentó Weber; en estas capacitaciones se les enseñaron temas concernientes a la gestión, al tejido, empoderamiento y liderazgo, como así también cuestiones relacionadas al cuidado de los hijos y de la salud.

En conjunto con el INTA, se hizo un enorme trabajo para que el hábitat de ellas les propiciara las condiciones necesarias para producir las artesanías; como ejemplo, la recuperación

Video de conferencia en:
agroempresario.com.ar