

Cómo proteger un diseño textil sin “regalarlo”

Objetivo: demostrar autoría colectiva y defender el trabajo, sin exponer el corazón del diseño para que lo copien más fácil.

1) Documentación inteligente (autoría sin revelar secretos)

Hacé una “ficha” por diseño:

Nombre del diseño (como lo llaman ustedes)

Comunidad/colectivo

Fecha aproximada (año/mes)

Fotos: pieza completa + 2–3 detalles

Historia/significado (general, sin explicar todo lo sagrado o interno)

Constancia interna: “Este diseño pertenece a ____ (autoría colectiva)”

2) Prueba de proceso (sirve mucho)

2–3 fotos del proceso (telar, bordado, materiales)

Una foto del grupo/colectivo (si están de acuerdo)

No muestres patrones exactos ni medidas si no querés

3) Lo que compartís, compartilo con control

Si alguien pide “más info” (marca, ONG, institución):

Enviá fotos en baja resolución si es por WhatsApp

Poné marca de agua simple (nombre del colectivo)

No mandés el patrón / explicación completa por chat

4) Si una empresa “quiere colaborar”, pedí lo mínimo

Antes de decir que sí, pedí:

Quiénes son y para qué lo quieren

Dónde lo van a usar (ropa, publicidad, empaque, redes)

Por cuánto tiempo

Qué ofrecen (pago justo, reconocimiento, límites claros)

Y poné condiciones:

Sin consentimiento de la comunidad, no hay autorización

Reconocimiento visible (nombre del colectivo/comunidad)

Beneficio justo (pago/royalty/compra directa a precio justo)

Límites: qué NO se permite (alteraciones ofensivas, uso masivo, símbolos sagrados, etc.)

Mensaje listo para responder cuando te piden “usar el diseño”

“Gracias por su interés. Este diseño pertenece a autoría colectiva de nuestra comunidad/colectivo. Podemos conversar una colaboración únicamente con consentimiento comunitario, reconocimiento claro y beneficio justo. Para avanzar, por favor indiquen: uso específico, alcance, duración y propuesta de compensación. Sin acuerdo escrito, no autorizamos uso del diseño.”

5) Protección básica que funciona en la vida real

Etiqueta del colectivo en cada pieza

Registro interno (catálogo con fechas y fotos)

Ventas por canales de confianza (comercio justo)

Evidencia de autoría + cronología (por si hay disputa)