

LA VALORIZACIÓN SIMBÓLICO-ESTÉTICA EN LA PRODUCCIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS: EL DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL EN LA ARGENTINA

SAFERSTEIN, Ezequiel; MIGUEL, Paula

esafenstein@gmail.com, paula@sociales.uba.ar

Cátedra Miguel, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo

Moderación

En las últimas décadas la sociedad argentina ha sido parte de intensos procesos de transformación política, económica, social y cultural que se vinculan con reconfiguraciones en las llamadas industrias creativas, sus formas de profesionalización, emprendedurismo, conformación de redes y modos de vínculo social centrados en los contactos cara-a-cara. En ese contexto, distintos sectores del mundo de las clases medias urbanas participaron de estos procesos de cambio social y cultural vinculado a procesos de transnacionalización más amplios que tuvieron como contrapartida formas de nativización de nuevos bienes simbólicos. En este contexto, esta mesa reunió avances en torno a un proyecto de investigación colectivo dirigido por la Dra. Paula Miguel. El proyecto PICT 2017-0381 y el UBACYT 20020170100358BA buscan describir y analizar los procesos de incorporación de valor simbólico-estético en la producción de bienes creativos en diseño de indumentaria y textil y sus dinámicas de circulación, contemplando las distintas redes y actores que intervienen en esos procesos en el período que va de 2005 a la actualidad. Desde la producción se profundiza el análisis de casos vinculados a emprendimientos de profesionales en la industria de indumentaria y textil local, poniendo atención a la conformación de “formas de hacer” en torno a esas producciones, la emergencia de autorregulaciones particulares derivadas de sus oficios y prácticas profesionales y productivas, así como las concepciones de la subjetividad que emergen de estos procesos. Desde la circulación, se profundiza el análisis de las redes de intermediación y circulación entre productores, mediadores y público experto, centrándonos en la conformación de nodos de interés en el Área Metropolitana de la Ciudad de Buenos Aires y en plataformas virtuales (internet, redes sociales, etc.).

En una reflexión sobre el quehacer de la investigación y el uso de herramientas metodológicas, las ponencias presentadas propusieron un aporte que integra enfoques en torno al estudio de los sectores medios y sus producciones culturales, desde una combinación de datos primarios, encuestas, entrevistas y observaciones participantes que dan cuenta tanto de los indicadores más

objetivos así como de un análisis sobre de qué manera estos indicadores son vividos por los sujetos particulares. Al mismo tiempo, se interroga por experiencias específicas en relación con estos nuevos regímenes de producción, circulación y uso que incluyen una amplia y diversa variedad de bienes.

En los trabajos presentados en la mesa aparecen diferentes formas de entender el diseño. El trabajo de Gabriela Alatsis retoma los aportes de la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu sobre la construcción colectiva de valor simbólico, para analizar de qué manera la incorporación de diseño en la producción de indumentaria permite agregar valor simbólico, estético y económico a los productos. La autora estudia estos procesos de valorización a partir de los casos de emprendimientos de indumentaria de pequeña escala ubicados en el sur del Gran Buenos Aires, que se hallan dentro del marco de la Economía Social y Solidaria. Estas formas de generación de valor a partir de la inclusión del diseño fueron promovidas por distintos programas municipales de promoción del empleo independiente y de iniciativas de Economía Social y Solidaria. Aquí el diseño aparece asociado a una figura, a una cualidad asociada a lo personal, lo propio, a darle una impronta e hilo conductor, en línea con lo que se conoce como diseño de autor (Miguel, 2019).

En la misma línea de análisis del rol del Estado en el sector cultural, el trabajo de Victoria Irisarri analiza el proceso de articulación entre el Estado Nacional y los grupos, colectivos, movimientos de artistas y productores autodefinidos como “independientes” que se nuclean desde 2012 en torno al programa conocido como el Mercado de Industrias Culturales de la Argentina (MICA). Allí Irisarri hace foco en la figura del emprendedor cultural, caracterizado como creativo y también gestor de su carrera. En el contexto de ese evento y esa política pública que tuvo sus vaivenes y reconfiguraciones aparecen nociones de gestión y emprendedorismo que le permiten a la autora interrogarse acerca de los modos de convertirse en emprendedor cultural en la Argentina, los vínculos que estos agentes despliegan con el Estado y cómo se articulan y conforman subjetividades.

En su trabajo aparecen claves para pensar el desafío de cómo operacionalizar el diseño y a los creadores de diseño para instrumentar políticas públicas. La cuestión del colectivo aparece en este caso como algo relevante en un sector en donde lo individual pesa, así como también la relación del agente con el mercado, en un espacio social que todavía en algunos sectores sigue siendo pensado como alejado de la cuestión económica, en un contexto en donde economía y cultura se entrelazan de manera insoslayable.

Por su parte, Juan Martín Bello presentó un trabajo enraizado en su investigación de Maestría acerca del complejo ferial La Salada. En el marco de su análisis sobre los modos en que el diseño es movilizado y comprendido al

interior de uno de los paseos de compras de La Salada, la ponencia estudió las distintas estrategias de valorización simbólica que feriantes de este paseo de compras despliegan para valorizar sus artículos, sus locales, e incluso a sí mismos/as como productores/as. Su estudio muestra cómo al interior de un mismo predio se hallan sectores con diferentes niveles de centralidad, que pueden identificarse a partir de múltiples dimensiones, como el tipo de mercadería exhibida, los costos de alquiler de los locales, la mayor o menor incorporación de diseño en los puestos de venta o el flujo de clientes que circulan.

En su trabajo, el diseño como tal no aparece definido de manera exhaustiva pero sí aparece como elemento de delimitación importante en el espacio físico de la feria, con una centralidad respecto de los “afueras”. Hay un uso de la cuestión del diseño en los feriantes, quienes de alguna manera reproducen las lógicas del circuito dominante, como herramienta de distinción, incluso en una zona de producción y circulación comercial. Así, el diseño aparece como algo relacional: lo que tiene diseño y lo que no lo tiene, cuestión que afecta la incorporación de valor y encarecimiento de un producto que tiene diseño frente a otro que no.

Valeria Díaz, por su parte, presentó los avances de su investigación doctoral mediante el poster titulado “La etnografía como herramienta para la co-creación entre investigadores y artesanos indígenas: reflexiones en torno a la definición del catálogo de una marca familiar de cestería QOM en la localidad de Miraflores, provincia de Chaco”. Su investigación doctoral analiza el emprendedurismo en el sector de la producción artesanal de comunidades originarias y el diseño de indumentaria local y sus puntos de encuentro, tensiones y negociaciones. El poster que plasma su investigación analiza la participación colectiva en la producción, difusión y circulación del “binomio Artesanía-Diseño como bienes y como valor (es decir, las diseñadoras, las artesanas, las fundaciones y ONGs, el Estado y los intermediarios)”. Su trabajo atiende a las dinámicas productivas, los espacios de legitimación, los imaginarios y el capital simbólico que participan en la definición de estos emprendimientos.

Finalmente, el trabajo de Miguel y Saferstein presenta los avances del proyecto de investigación que enmarca la mesa, que busca describir y analizar los procesos de incorporación de valor simbólico-estético en la producción de diseño de indumentaria y textil. Se presentaron los resultados parciales que nutren un portal de consulta para el público interesado. El portal Indi.net.ar permite contar con datos sistematizados y de calidad para los sectores profesionales, productivos, educativos, gestión pública, civil y público en general.

Los trabajos presentados se centran en la cuestión del diseño, el cual aparece delimitado, nombrado y trabajado con distintas particularidades que hacen al espacio en cuestión, pero al mismo tiempo con cuestiones generales que tienen que ver con los procesos de diferenciación y distinción, y cómo eso genera valor agregado en términos económicos y en términos simbólicos. Los trabajos aportan pistas para pensar el diseño desde una perspectiva sociológica. Lejos de ser algo incapaz de ser formalizado, el diseño aparece como elemento de distinción para el producto (al insertarse en una línea del autor, una unidad temática, como muestra Alatsis), para el espacio de circulación del producto (al emprenderse estrategias para mejorar el punto de venta, darle una distinción al espacio, como trabaja Bello) y para el productor, en tanto emprendedor simbólico, en tanto comerciante y en tanto individuo o en tanto grupo (como muestran todos los trabajos. Allí hay un trasfondo de crecimiento personal y profesional, de formación, de construcción de prestigio, así como el desafío para que los agentes y el Estado modulen esos procesos, como trabaja Irisarri.

Bibliografía

Miguel, P. "Más allá del autor. La construcción pública del diseño de indumentaria en Argentina", *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* 76: 161-177.