

¿INDUSTRIA O AUTOGESTION? REDEFINICIÓN DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL DISEÑADOR INDUSTRIAL A PARTIR DEL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS AUTOGESTIONADOS DE PRODUCCION

INDUSTRY OR SELF-MANAGEMENT? REDEFINITION OF THE PROFESSIONAL LABOUR OF INDUSTRIAL DESIGNERS ACCORDING TO THE DEVELOPMENT OF SELF-ENTREPRENEURSHIPS PRODUCTIONS

María Eugenia Correa

UBA/CONICET

eugeniacorrea@sociales.uba.ar

Resumen

En los últimos años, la proliferación de experiencias vinculadas al desarrollo de emprendimientos productivos generó transformaciones en relación al modo de insertarse laboralmente en el mercado. Tal es el caso de los diseñadores, quienes en su mayoría han orientado su desempeño profesional en la búsqueda de un desarrollo de trabajo autónomo, no sujetos a modalidades de dependencia en su relación laboral.

Esta búsqueda se enmarca en un contexto de visibilidad del fenómeno del “diseño independiente”, evidenciado principalmente a partir de la última década en nuestro país.

En el caso de los diseñadores industriales, la elección de un modelo autogestivo de inserción cuestiona la orientación “industrial” avalada por la Universidad, lo cual evidencia dos instancias: por un lado, la necesidad de incorporar a los estudios una formación orientada a la autoproducción; y por otro, la situación de ambigüedad planteada en el seno de la identidad del egresado, cuya formación “industrial” se ve contrapuesta a una realidad de inserción múltiple. Esta cuestión incide en la propia configuración identitaria de estos profesionales.

Este trabajo busca, entonces, dar cuenta de esta problemática, basada en la investigación que dio lugar a la tesis doctoral orientada al análisis de la inserción laboral de los diseñadores industriales egresados de la Universidad de Buenos Aires. La metodología de esta investigación fue de tipo cualitativa y los datos fueron

producidos a partir de diversas entrevistas en profundidad realizadas a diseñadores industriales egresados de esta Universidad.

Se propuso, a partir de este trabajo, contribuir a la construcción de conocimiento de una temática escasamente abordada en el ámbito de las ciencias sociales, como es el diseño, y específicamente la disciplina del diseño industrial, a fin de indagar en la inserción laboral de estos profesionales, en tanto actores ciertamente relevantes de la producción cultural de la sociedad contemporánea.

Abstract

In the last years, the growth of experiences linked to the development of productive entrepreneurs have generated transformations related to the way of labour insertion in the market. This is the case of designers, who have oriented their professional labour in a search of a development of an autonomous job, not subjected to dependence in their labour relations.

This search is configured into a context of high visibility of the success of 'independent design', principally produced in the last decade in our country.

In the case of industrial designers, the election of a self-managed job rises some questions related to the 'industrial' orientation that discipline promotes in the University, setting different instances, as well: on the one hand, the necessity to incorporate, into the career, a formation oriented to self-production, and, on the other hand, the situation of ambiguity that emerges into the identity of the professionals, whose 'industrial' formation is opposed to their multiple insertion's reality. This situation certainly influences the identity configuration of such professionals.

In this sense, the article seeks to make this problem visible. It is the result of a study performed for a doctoral thesis oriented to study the labour insertion of industrial designers who graduated in the University of Buenos Aires.

The methodological approach was based on a qualitative strategy and data is product of in depth-interviews applied to industrial designers from that University.

This work proposes to contribute to the construction of knowledge on a matter not explored at all in the social sciences field as design is, and specifically the discipline of Industrial Design, in order to inquire about labour insertion of these professionals, who became relevant actors of the cultural production in the contemporary society.

Palabras clave: diseño, diseño industrial, inserción laboral, campo profesional, identidad, reconocimiento.

Key words: Design, Industrial Design, Labour insertion, Professional field, Identity, Recognition.

Introducción

En los últimos años, la proliferación de emprendimientos autogestionados, vinculados a la producción bajo una modalidad de inserción independiente, ha alcanzado mayor protagonismo en la escena económica y laboral local. Tal es el caso de los diseñadores, quienes en su mayoría han orientado su desempeño profesional en la búsqueda de un desarrollo de trabajo autónomo, no sujetos a modalidades de dependencia en su relación laboral. Esta búsqueda se enmarca en un contexto de desarrollo de emprendimientos productivos gestados en torno a la emergencia del fenómeno del diseño independiente, mayormente visible en la última década. En este sentido, la participación de numerosos emprendedores que iniciaron actividades productivas y creativas de manera autogestionada, vinculadas al diseño y a la creación de bienes y servicios de uso cotidiano, se ha vuelto cada vez más significativa desde el período de crisis de 2001 en nuestro país (Correa, 2010, 2012.a, 2012.b, 2014; Guerschman, 2009; Miguel, 2010, 2013; Saulquin, 2014).

En relación a esto, y específicamente en el caso de los diseñadores industriales, la elección de un modelo autogestivo de inserción pone en discusión la orientación “industrial” avalada por la Universidad, lo cual evidencia dos cuestiones: por un lado, la necesidad de incorporar a los estudios una formación orientada a la autoproducción —cuestión que ha dado lugar a cierta reformulación de la carrera—; y por otro, la situación de ambigüedad planteada en el seno de la identidad del egresado, cuya formación “industrial” se ve contrapuesta a una realidad de inserción múltiple. Cuestión que incide en la propia configuración identitaria de estos profesionales.

Este trabajo busca, entonces, dar cuenta de esta problemática: la inserción del diseñador industrial, orientada históricamente a la industria, pero al mismo tiempo, y en función del devenir del propio mercado y sus requerimientos, enmarcada en un desarrollo laboral que excede el ámbito meramente industrial. Así, se plantea la

necesidad de ampliar las bases de la formación en miras a una realidad de inserción “múltiple”, a fin de adaptarse a los nuevos tiempos, altamente cambiantes y demandantes, del mercado.

Se propone, así, reflexionar en torno, no solo a la realidad “dual” de inserción del diseñador industrial, sino a su propia configuración identitaria, devenida de esta complejidad que delinea tanto su espacio de acción, como su campo de inserción y desarrollo profesional.

Este estudio está basado en la investigación que dio lugar a la tesis doctoral orientada al análisis de la inserción laboral de los diseñadores industriales egresados de la Universidad de Buenos Aires.

A modo de organización, este artículo aborda inicialmente el proceso metodológico que dio lugar a la construcción de los datos producidos en la investigación mencionada; luego se desarrollan los principales lineamientos teóricos en términos de diseño, definiendo las concepciones centrales en relación a esta práctica, para dar lugar al abordaje de las modalidades de inserción laboral de los diseñadores industriales en la actualidad —resultado de la investigación anteriormente citada—; y finalmente, en relación al punto anterior, se analiza el desarrollo de su compleja identidad profesional.

La construcción del objeto: abordaje metodológico

En relación al análisis de la inserción laboral de los diseñadores industriales, así como de sus perfiles e identidades profesionales, es preciso mencionar el corpus obtenido a partir de las entrevistas realizadas, en el marco de un abordaje metodológico cualitativo, a 25 diseñadores industriales egresados de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA).

A partir de esta técnica se propuso comprender los discursos y prácticas de estos profesionales, en relación a cuestiones relevantes a los fines de la investigación, como ser: su modalidad de participación en el espacio productivo, su visión de integración en el mercado laboral, en el sector industrial argentino, sus experiencias en torno a la formación profesional y sus percepciones y visiones acerca de sí mismos como profesionales. En relación a las entrevistas, realizadas entre noviembre de 2010 y julio de 2011, fueron desarrolladas en función de una guía de pautas construida en una primera instancia de salida a campo. Posteriormente este instrumento fue modificado a partir de la aparición de temas emergentes al realizar las primeras



entrevistas. Esta guía se constituyó en base a diversos ejes de análisis, los cuales buscaron recuperar la visión de los entrevistados en torno a temas como: sus motivaciones con respecto a la elección de la carrera, sus percepciones con respecto a la formación educativa en la Universidad, sus diversas experiencias laborales —a fin de reconstruir sus propias trayectorias—, sus percepciones sobre el mayor o menor grado de conocimiento y de reconocimiento de la profesión y de sí mismos como profesionales en relación al mercado, la industria y la sociedad en general, así como sus expectativas o perspectivas con respecto a sus desarrollos profesionales, y también en relación al servicio de diseño en el país¹.

La concepción del diseño

Al definir el concepto de diseño es importante destacar los aportes que han realizado diversos autores vinculados a las denominadas disciplinas proyectuales. Entre estos, Tomás Maldonado ha sido —y es, entre otros numerosos autores— uno de los principales referentes teóricos en términos de diseño industrial.

Entre los principales aportes de este autor, podemos mencionar la concepción de la idea de proyectación como un elemento configurativo del diseño, en virtud del cual el diseño vendría a trazar ciertos límites (más precisados que precisos) en torno a su rol/función. En este sentido, Maldonado concibe al diseño (industrial) en tanto “la proyectación de objetos fabricados industrialmente, por medio de máquinas y en serie” (1993: 9). De este modo, este autor configuraba un aspecto central en la práctica del diseño, trazando una suerte de circunscripción. Pero ¿qué se entiende por esta idea de proyectación, de concebir al diseño como una práctica “proyectual”? Tal como afirma Maldonado, “proyectar la forma significa coordinar, integrar, y articular todos aquellos factores que, de una manera o de otra, participan en el proceso constitutivo de la forma del producto” (1993: 12), esto es, comprender el diseño en tanto proyectación de una forma, su ideación hasta volverla un producto con una forma y función determinadas.

De la misma manera, y siguiendo esta concepción maldoniana del diseño como proyectación, María Ledesma plantea que “el diseño es una actividad de proyección en un doble sentido: se proyecta internamente sobre la obra a partir de sistemas semióticos que le son propios, y en esa proyección, proyecta un tipo de relaciones sociales” (2005: 33). Es decir que el diseño en sí mismo atañe una intervención en lo social, configura su producción en tanto práctica cultural, al interior de un contexto que

incorpora cambios, y en su proceso mismo de transformación interviene el diseño, configurando modos de hacer, de ver. En este sentido, el diseñador Otl Aicher afirma que “el diseño consiste en adecuar los productos a la circunstancia a que están adscritos. Y esto significa sobre todo adaptarlos a circunstancias nuevas. En un mundo que cambia, también los productos tienen que cambiar” (1994: 18).

El diseño atraviesa la cultura misma de una sociedad en el sentido que construye significantes que van a ser constitutivos de ella. Como resultado, se produce toda una serie de bienes, materiales o simbólicos, que van a ser integrados a la cotidianidad para generar un mayor desarrollo de la vida misma, generando innovación, una mejor calidad de los productos, mayor integración científica y tecnológica en su creación y fabricación. En este sentido es que se puede pensar el rol del diseñador tal como lo planteara Maldonado, al afirmar que “será un coordinador. Su responsabilidad será coordinar, en estrecha colaboración con un gran número de especialistas, los requerimientos más variados de la fabricación y del uso de productos; la responsabilidad final por el logro de la máxima productividad en la fabricación y la máxima satisfacción material y cultural del consumidor será suya” (Rinker, 2003: 6).

De este modo, el diseño tiene una destacada participación en la industria. En los procesos de producción de bienes y servicios, el diseñador mismo participa de la producción, o mejor dicho, de la coordinación de los elementos y factores necesarios para llevar a cabo satisfactoriamente la fabricación de un producto. Tal como se plantea en la definición adoptada internacionalmente por el ICSID (*International Council of Societies of Industrial Design*), de acuerdo a lo expuesto por Tomás Maldonado en el Congreso ICSID de 1961, en Venecia, podemos afirmar que:

“Por diseño industrial se entiende la actividad cuyo objetivo es determinar la forma de los productos. En la práctica esto significa coordinar, integrar y articular tanto los factores que hacen a la forma (funcionales, simbólicos o culturales) como los factores técnicos que se refieren a la producción (vinculados a lo económico, lo constructivo y la distribución).” (Rinker, 2008: 252)

Es decir que el diseñador, y en este caso específico, el diseñador industrial, es de alguna manera quien se encarga de dar forma a los bienes, crear formas, lo cual implica integrar las diferentes dimensiones simbólicas, visuales, culturales que le atañen al producto, además de las técnicas, a través de las cuales el producto mismo es realizado.

En este punto, es importante destacar que si bien el proceso de diseño ha estado asociado desde sus orígenes al arte y a la estética, es necesario pensar esta práctica desvinculada de estas configuraciones con las que suele estar asociada, puesto que pensar el diseño en estos términos implica dejar de lado o perder de vista toda su significación, su propia constitución como práctica cultural, como disciplina arraigada en lo social, así como en los procesos de producción, de industrialización, en el mercado, en la economía o la tecnología misma.

La funcionalidad que el diseño adopta en la vida cotidiana diverge de la que adoptan las artes y la arquitectura. No sólo su meta, su accionar, su intervención en lo social, sino la mirada de la realidad que realizan estas disciplinas divergen una de otra. Es decir que el diseño, a diferencia de las artes y la arquitectura, opera sobre la realidad de diferente manera, puesto que su realidad, su espacio de acción en lo social y su modalidad de intervención son también disímiles. El crecimiento del diseño como disciplina y como campo de acción sobre lo social da cuenta de una realidad de autonomía, diferenciación, en un grado de consolidación tal que ya no puede ser pensada como íntimamente vinculada al campo de las artes o incluso de la arquitectura, aunque sus orígenes puedan entrelazarse o “deberse” a que existieron disciplinas tales que permitieron su posterior configuración y crecimiento, al punto de alcanzar, como afirma Bonsiepe, una autonomía suficiente y un cuerpo propio de saberes que han institucionalizado, legitimado y consolidado como disciplinas tanto al Diseño gráfico como al Diseño industrial.

Diseño ¿industrial? o reconocimiento de nuevos perfiles profesionales

Ahora bien, tal como hemos planteado, la labor específica del diseñador industrial se encuentra orientada a la producción de bienes a ser producidos industrialmente. Históricamente, la configuración inicial de esta práctica se articula con el período de industrialización al interior de la Revolución Industrial, buscando generar a través del diseñador un mejoramiento de la calidad de los productos fabricados por la máquina. La profesionalización de esta figura estuvo ligada, así, a su labor en el desarrollo de productos industrializados. Pero al hablar de inserción laboral de los diseñadores industriales en la actualidad, debemos remitirnos a la pluralidad de actividades que componen el repertorio de posibilidades de acción de estos egresados, excediendo el mero ámbito industrial.

En relación con ello, cabe destacar que el escenario de inserción dentro de la



industria no se presenta como el principal espacio de desarrollo de profesionales, al mismo tiempo que estos no encuentran una demanda alta por parte de este sector. Ambas instancias se combinan y dan lugar, de acuerdo a las entrevistas realizadas, a un mayor interés por trabajar de forma independiente (por ejemplo en un estudio propio o compartido con otros profesionales), opción muchas veces elegida frente a la posibilidad de trabajar en una empresa realizando tareas “de diseñador” (proyectación, diseño y desarrollo de productos en 3D, gestión de la producción, entre otros)². De este modo, diversos entrevistados insertos en empresas plantean sus aspiraciones de trabajar por fuera de ellas bajo una modalidad autónoma. En este sentido, podemos observar el siguiente relato de un entrevistado, quien trabajó varios años en una fábrica de juguetes hasta que decidió comenzar a trabajar en forma independiente para la misma empresa:

“(…) Y después hacía ya la parte gráfica de los juguetes, y ya me gustaban más los juguetes, ya a lo último después me desligué de la empresa, empecé a trabajar en forma contratada hasta hace muy poco. Y ahí hacía la parte de diseño, más que nada la parte de diseño 3D, la parte de diseño del producto en sí. La parte gráfica empezamos a... la empezó a hacer otra persona y después yo traté de desligarme porque no era lo que más me interesaba. Hasta hace poco, y ahora supuestamente por cada trabajo, me contrata para hacer un trabajo en particular, esa es la condición que pongo ahora...

¿Por qué no te interesaba, qué era lo que no te interesaba?

No, el tema es... después de todo lo que tiene que ver con el aprendizaje propio está la relación con los empleadores y bueno, ya llega un momento que había cumplido una etapa y quería hacer otra cosa”. (Santiago, 38 años, DI, FADU-UBA, trabaja en una empresa distribuidora de productos y realiza actividades como diseñador independiente para la industria, entrevista realizada en 2011.)

Este entrevistado luego se insertó en una empresa que se dedica a la venta de productos de bazar y gastronomía, en la cual realiza trabajos de publicidad y diseño, pero más vinculado a la gráfica, al mismo tiempo que lleva a cabo externamente trabajos para la fábrica de juguetes en la que estaba anteriormente. Si bien este entrevistado ha estado vinculado a empresas, su deseo de trabajar nuevamente de manera independiente se encuentra latente:

“Pero también ya estoy buscando qué puedo hacer próximamente, ya no me quiero quedar acá [en la empresa de venta de productos de bazar] un tiempo muy largo. (...) Ver, por ahí no me gustaría otra empresa, a mí me gustaría formar un estudio o ver de qué manera con ciertos clientes, tener clientes fijos como si fuera la fábrica de juguetes, dos o tres más como para poder tener cierto trabajo fijo y que me implique la misma cantidad de dinero que estoy ganando ahora. (...) Pero bueno, no me gusta trabajar en relación de dependencia en general. (...) Me

parece que el ser humano necesita generalmente tener sus proyectos, por lo menos a mi tipo de persona, y me parece que necesito tener un proyecto propio, no trabajar para proyectos de otros. Aunque sea con socios, que sea un proyecto compartido, pero que sea un proyecto propio.” (Santiago)

Al mismo tiempo que agrega:

“Me gustaría trabajar para industria en forma independiente. Para no desperdiciar también todos los conocimientos que adquirí en procesos industriales de alta producción, que eso no es fácil de adquirir, es muy difícil.” (Santiago)

En algunos casos, el perfil desarrollado no es permanente ni único, puesto que se puede solapar y combinar con otros, como en este caso, en el que se imbrica una modalidad en relación de dependencia con una forma de trabajo independiente. En relación a este planteo, podemos observar el relato de otra entrevistada, quien también ha trabajado en empresas —fábrica de muebles y de calzado—, pero que, tras haber adquirido experiencia y conocimientos, decidió emprender su propio proyecto:

“(…) Y bueno, ese fue el último lugar donde estuve en relación de dependencia, estuve casi dos años. Ahí fui creciendo, empecé ayudando en el área de diseño y después dirigiendo el área esa ya con tres personas a cargo. Y lo que había un poco de proyección ahí, era meterse ya más en lo comercial y a mí mucho no me interesaba... Entonces me fui de ahí y empecé en el 2009, no hace mucho, a hacer cosas por mi cuenta.” (Patricia, 36 años, DI FADU-UBA, autoprodutora, entrevista realizada en 2010.)

Esta diseñadora inicia, así, un camino en la autoproducción, alejada de la modalidad en relación de dependencia al interior de las empresas. Del mismo modo que Miguel, otro entrevistado, quien ha trabajado en una empresa metalúrgica mientras estudiaba en la Universidad, y que, luego de tres años de trabajar en ella, decidió sumarse con otros compañeros de facultad a un emprendimiento independiente que estos habían iniciado:

“(…) Y el último año me acuerdo que había como bastante... Todas las semanas venía un diseñador que trabajaba para la empresa. Al principio me sumaron a estas reuniones y después como que no había mucho lugar para que yo hiciera algo ahí, no había mucho trabajo y ya él se ocupaba de todo. Entonces, bueno, decidí que no quería trabajar más en la empresa. Me interesaba hacer algún proyecto independiente, me interesaba vincularme más que nada por lo que ellos [sus compañeros] venían haciendo hace un año. Quería hacer algo así.” (Miguel, 42 años, DI FADU-UBA, diseñador independiente en estudio propio, compartido con dos socios, entrevista realizada en 2011.)



La elección por un tipo de inserción independiente también tiene como contrapartida la escasez de incorporación de estos profesionales al interior de las empresas. En relación con esto, el desconocimiento de las prestaciones que un diseñador puede brindar a la industria es un tema recurrente en la mayoría de las entrevistas, lo cual da cuenta de una de las mayores dificultades que se presentan a los diseñadores que buscan insertarse en las empresas. A su vez, otra de las causas señaladas al momento de plantear esta escasa contratación de diseñadores en la industria lo constituye la práctica de la “copia” de productos o modelos industriales. Esta instancia remite a un cierto desinterés por parte de los empresarios de incorporar diseñadores industriales, puesto que consideran más factible viajar a otros países en busca de nuevos modelos de productos para luego producirlos en sus propias fábricas.

La práctica de la copia se plantea como inherente a la cultura industrial argentina. Si bien se encuentra vinculada a la instancia de desconocimiento de los servicios que el diseño industrial podría brindar a la producción de bienes, también es claro que el contexto de desindustrialización que tuvo lugar tanto en los '70 como en los '90, incidieron en la escasez —o, mejor dicho, en la ausencia— de políticas de desarrollo de productos nacionales, con diseño y producción en el país, lo cual generó un marco propicio para este tipo de prácticas:

“(…) O sea, que una empresa contrate a un diseñador era [en los '80 y '90]: «¿y qué va a hacer?». ¿Entendés? Y ¿por qué? Porque estaba estructurado de otra manera, o sea se viajaba de vez en cuando a Europa o Estados Unidos, se traía una pieza, se copiaba lo más parecido posible, digamos con una matriz cero, con un ingeniero, con un técnico, con gente de mucho oficio, claro... y digamos eso estaba... no era que estaba mal visto, era así, no había el grado de comunicación que hay hoy para que te venga un juicio o para que la gente pueda comparar, o sea, otro mundo, estamos hablando de otro mundo... económicamente.” (Raúl, 43 años, DI-FADU-UBA, diseñador independiente en estudio propio.)

A su vez, otra de las razones planteadas como obstáculos frente a la incorporación de diseñadores en la industria tiene que ver con experiencias no satisfactorias en empresas que han contratado diseñadores para que presten algún tipo de servicios, los cuales, por escasa experiencia en este ámbito, no alcanzaban a resolver los problemas o demandas requeridas. Esta instancia se vincula con otra cuestión evidenciada: la escasez de preparación o formación universitaria que vincule al diseñador con la industria y sus necesidades o lenguajes propios. Instancia

altamente influyente en el proceso de integración del diseñador al interior de este contexto productivo.

Ahora bien, las cuestiones anteriormente planteadas reflejan las vicisitudes que forman parte del escenario complejo de inserción de los diseñadores al interior de la industria. Así, el diseñador industrial se constituye como una figura vulnerable que debe adoptar, ante un contexto dinámico, nuevas orientaciones y especificidades, al no encontrar la inserción *legitimada y específica* en la industria, sector para el cual, tradicionalmente, fue concebido.

En relación a esto, si bien no podemos pensar que estas dificultades sean las únicas causas por las cuales estos egresados optan mayormente por el perfil “independiente”, sí en gran medida influyen en esta decisión. Del mismo modo, incide también en esta elección la redefinición de la figura del diseñador industrial de su tradicional espacio de inserción al interior de la industria, como consecuencia de su escasa integración o como aspiración a un desarrollo laboral de tipo autónomo.

Con respecto a lo anterior, la redefinición de la disciplina que tuvo lugar en torno a la Universidad³, ha resignificado el reconocimiento de estos profesionales en tanto sólo circunscriptos a la proyección de productos industriales, al sentirse habilitados para una inserción más allá de la mera industria. Esta resignificación sin dudas alojó la práctica del “diseño independiente” desde la autoproducción, en tanto resultado de la adaptación a un mercado cambiante y dinámico. Este proceso de reconfiguración de la figura profesional devino en una definición identitaria mayormente vinculada a procesos de autogestión laboral, en torno a lo cual Dubar sostiene que:

“El último grito del modelo de la competencia supone un individuo racional y autónomo que administra sus formaciones y sus períodos de trabajo según una lógica empresarial de «maximización de sí». Esa forma muy «individualista», pero también muy incierta, es *identidad de red* muy vinculada a la «sociedad en red» que se construye a través de la mundialización, primero en el trabajo y después en todos los demás ámbitos. Esa forma, dirigida hacia la «realización de sí» y la plenitud personal en un contexto de gran competencia, coloca a los individuos en la obligación de afrontar la incertidumbre y, cada vez con más frecuencia, la «precariedad», a la que intenta dar un sentido. Pero tal forma, ¿no está ella misma en crisis permanente?

Si el resultado de treinta años de crisis de empleo, de transformaciones del trabajo en el sentido de la responsabilidad individual, de la valoración de la competencia y de la «empleabilidad de cada uno» ha sido el hacer de esa forma identitaria la única deseable en el porvenir, la única susceptible de reconocimiento temporal, la única a proponer a las nuevas generaciones, entonces es que hemos entrado en una crisis identitaria permanente. En el futuro, ¿deberá cada uno «venderse»



durante un tiempo a un empresario o «buscar su oportunidad» en una incierta creación de empresa? (...) ¿Qué ocurrirá entonces con su identidad profesional, parte más o menos central de su identidad personal? ¿Se convertirá para la mayoría en una historia imprevisible, incierta, siempre vuelta a empezar?”. (Dubar, 2002: 148)

Tal como menciona el autor, esta elección por un desarrollo laboral que remita a una “realización de sí”, vinculado, en el caso de los diseñadores, a un desempeño de tipo autogestionado, o como expresara un entrevistado, “de autovenderse”, deviene de un contexto atravesado por un proceso de mayor individualización, en relación al cual “las identidades colectivas han sido desestabilizadas, desestructuradas y a veces destruidas” (Dubar, 2002: 251), con lo cual, en términos de este autor, “el individualismo parece triunfar en todas partes” (2002: 251). Si las elecciones de los diseñadores se encuentran orientadas mayoritariamente a una inserción en forma “independiente”, podemos pensar esta opción a la luz de la preeminencia de procesos mayormente individualizados, promotores de producciones subjetivas y personalizadas. Esto se inscribe en una dinámica posfordista, en la cual el diseño adquiere mayor peso en la producción y los consumos individualizados, en un contexto de “estetización de la vida cotidiana” al interior de procesos productivos más flexibles⁴.

Cabe destacar que la construcción identitaria de estos profesionales, si bien se ve atravesada por una lógica de mercado que demanda cambios, nuevas configuraciones en torno al quehacer del diseñador —anteriormente formado para diseño de productos industriales—, en la actualidad remite a un sujeto con inserción diversa y habilitado a numerosos espacios de acción. Si bien, en este punto, podemos pensar que la lógica mercantil ha influido en alguna medida en la reconstrucción de esta figura profesional, no es posible reducir el devenir identitario al desarrollo del mercado capitalista global, aunque éste lo circunscribe en su propia evolución y dinamismo. No se trata de pensar la identidad y el reconocimiento profesionales en términos de proyección mercantil, sino del resultado de procesos complejos formativos, experienciales, de instancias de negociación simbólica dentro del campo, al interior del cual se puede consolidar la identidad profesional. En este sentido, tal como sostiene Bourdieu en relación a los nuevos ingresantes al campo, podemos pensarlos en relación a esta nueva figura emergente del diseñador industrial autogestionado, que busca “hacerse un nombre” en el campo profesional en el que se desarrolla, tradicionalmente circundado por una visión *industrialista*:



“La iniciativa del cambio pertenece casi por definición a los recién llegados, que también son los que más carecen de capital específico, y que, en un universo en donde existir es diferir, es decir ocupar una posición distinta y distintiva, sólo existen, sin tener necesidad de pretenderlo, en tanto en cuanto consiguen afirmar su identidad, es decir su diferencia, que se la conozca y se la reconozca («hacerse un nombre»), imponiendo unos modos de pensamiento y de expresión nuevos, rupturistas con los modos de pensamiento vigentes.” (Bourdieu, 1995: 355)

El entramado simbólico que subyace en esta reconstrucción de la figura de *sí mismo como profesional* depende del accionar de cada diseñador, de cómo actúe y opere a fin de “hacerse un lugar” en el mercado y en la sociedad. En relación a esto, Dubar sostiene que:

“Los individuos de las sociedades con predominio «societario» son compelidos a construirse identidades personales que deben traducirse en «proyectos de vida» y en «competencias» que ya no vienen «dadas» al nacer, ni están puramente «determinadas» por el lugar en la división del trabajo, sino «construidas» por y en la experiencia personal y biográfica de cada uno.” (2001: 13-14)

Esto es, no se trata de pensar la influencia del mercado como imperante sobre las transformaciones o nuevas configuraciones que atraviesan la identidad profesional del diseñador, sino de factores que se articulan en torno a experiencias e intereses subjetivos con énfasis en los procesos de mayor individualización, en las nuevas modalidades productivas de tipo autónomas vinculadas a instancias performativas adaptadas a nuevos contextos socio-culturales. En relación con esto, podemos pensar que:

“(…) la consolidación de la revolución científico-tecnológica y la extensión de fenómenos de «reflexividad» social paralelos a la mundialización de los mercados, plantean que no basta con un proceso de reforma del Estado de Bienestar que incorpore descentralización, empoderamiento o nuevas protecciones universales. Porque ni el mercado ni la sociedad civil son los mismos. En las últimas décadas se modelaron cambios profundos en la organización económica y en la cultura de las sociedades, que empujan a algunos investigadores a formular hipótesis de una «revolución en marcha» tanto en el corazón del sistema capitalista⁵ como en los más recónditos rincones de su periferia, de perfiles no siempre mercantiles y que encuentran expresión clara en la emergencia de una multiplicidad de iniciativas sociales y económicas de corte asociativo o emancipatorio.” (De Pascuale, 2012: 6-7)

Hablamos de una profesión atravesada por un contexto nacional y global de cambios en materia económica, productiva, cultural, social, en el cual se han desarrollado diversas modalidades productivas devenidas de las propias

competencias, saberes adquiridos, dando lugar a procesos autogestionados de desarrollo laboral. En este marco, los propios profesionales plantean la multiplicidad de tareas en las cuales desempeñarse valiéndose de las propias herramientas, más allá de la lógica mercantil imperante:

“A mí me parece que la carrera tiene infinitas aplicaciones. Que está en cada uno lo que quiere hacer. Me parece que está bueno eso, porque cuando empezás a ver, tenés tantas posibilidades de aplicarlo... Vos podés hacer hasta una tostada con diferentes formas, y vender hasta un vehículo, hasta una mesa, es una infinidad la cantidad de cosas. Un arquitecto tiene muchísima menos posibilidad de intervenir porque si bien tenés hospitales, casas de familia o edificios, es acotado lo que podés hacer. El diseñador industrial tiene dos millones de aplicaciones. (...) No importa en qué país estés y en qué situación económica, siempre hay dos millones de cosas para hacer. Y cosas que se pueden mejorar y cosas que se podrían aplicar... Para mí depende de uno, no depende del mercado”. (Santiago, DI FADU-UBA.)

Si bien la posibilidad de participar en la industria se plantea también, como hemos mencionado, como opción a contemplar por los egresados, la escasez de incorporación de su en las empresas —cuestión que busca ser revertida, dadas las nuevas condiciones económicas y las políticas de mayor promoción de diseño en la industria a nivel nacional— debe ser comprendida atendiendo a dos cuestiones principales. Por un lado, el desconocimiento existente entre los industriales con respecto a la figura del diseñador y los servicios que las empresas pueden obtener de él; y por otro, la desarticulación entre formación recibida y desempeño en la industria, ambos vinculados a una tradición de políticas de escasa promoción de la fusión de diseño e industria en el país. Esto, sin dudas, ha conducido a un repliegue de los profesionales a espacios de autogestión de su desarrollo laboral, iniciando un camino profesional que permitiese desplegar competencias y habilidades propias, más allá de una efectiva participación en relación a la industria.

Este desarrollo bajo una modalidad “independiente” además se enmarca en el proceso de individuación generado en las últimas décadas por consecuencia de la crisis de la sociedad salarial y de los marcos regulatorios sostenidos, dando lugar a una mayor flexibilización en el desarrollo laboral. Así, el caso estudiado muestra la reorganización de relaciones laborales en el sector industrial en donde la posibilidad autogestiva e independiente por la que optan los diseñadores industriales surge de una mixtura y una tensión entre autonomía y dependencia en perfiles de profesionales cualificados. En este sentido, la calificación profesional habilita al mismo tiempo una



proyección de la propia carrera laboral en donde la autonomía se inscribe en un marco de opciones estratégicas adoptadas por los diseñadores industriales en el contexto de una sociedad que estimula relaciones sociales flexibles, dinámicas, cambiantes a la vez que vulnerables.

Es importante destacar que si bien la Facultad ha asumido la necesidad de reponer el ejercicio de la autoproducción como práctica profesional adaptada a un mercado que presenta una débil incorporación de diseñadores en la industria, aun la confluencia de discursos acerca de la especificidad de la disciplina da lugar a una configuración compleja del desarrollo laboral del diseñador. Esto, a partir de la coexistencia de postulados que sostienen, por un lado, la tradicional práctica de diseño de producto como aquella ciertamente específica de la disciplina, y por otro, la pluralidad de áreas de inserción, como atributo del diseñador industrial, en tanto “prestador” de servicios diversos para el mercado y la sociedad. Esta última visión fue acentuada, específicamente, a partir de dos hechos: la apertura de cátedras del Taller de Diseño Industrial y la puesta en práctica de la autoproducción al interior de una de ellas. Con respecto a esto, y principalmente en referencia a la mentada legitimidad de la disciplina en el área de diseño de producto, que instala la necesidad de un discurso único en torno a la orientación de los perfiles diferenciados, algunos egresados sostienen que:

“(…) Es que justamente esa falta de definiciones también es lo que enriquece la profesión, ¿no? O sea, que uno puede formarse y en realidad abrir el campo hacia donde vos... Digamos, son herramientas... Me parece que más que una profesión es como una formación que te da herramientas para meterte en el campo... O sea, en un terreno de producción, pero que sea de producción de producto, o sea, ya es como muy amplio. Y estaría re bueno que desde la Facultad también se promueva que esto es así, ¿no? Que no se dé una visión de «hay una imagen del diseñador industrial que es ésta», esto del núcleo chiquito, ¿no? en... [diseño de producto] que después genera también mucha frustración.” (Sandra, 35 años, diseñadora en estudio independiente, entrevista realizada en 2011.)

“(…) O sea, una cosa es lo que a uno le enseñan, otra cosa es lo que termina haciendo, entonces si es tan diferente hay que tratar de coordinarlo para que los diseñadores aprendan lo que van a hacer después por lo menos, o ver qué es lo que pide el mercado, a ver si dentro de lo que pide el mercado les gusta algo y se pueden dedicar a eso. Y no salir con unos humos porque hacen... en la Facultad los trabajos es de diseñar computadoras, diseñás electrodomésticos, y después para diseñar en la vida real es imposible, no sé cuánta gente diseña electrodomésticos en este país, deben ser cinco diseñadores.” (Santiago, 38 años, DI, FADU-UBA, diseñador en empresa al mismo tiempo que realiza trabajos independientes de diseño, entrevista realizada en 2011.)



Aquí se evidencia la necesidad de articular discursos impartidos institucionalmente sobre el perfil con el que se forma al alumno con las prácticas profesionales a desarrollar posteriormente. En este sentido, si bien la apertura de cátedras de alguna manera inició un camino orientado a ampliar esta formación, aún la visión que predomina en relación a su inserción laboral se encuentra definida, dada la legitimidad —y la fuerza— de la “tradición selectiva” (Williams, 2000), sobre la base del diseño de productos, práctica históricamente reconocida en torno a la cual se configura la especificidad del diseñador industrial.

En este punto, la necesidad de articular aquello que se performa como identidad para otro, “lo que el otro dice que uno es”, en este caso, el profesional en el que el diseñador deviene —institucionalmente percibido como potencial “diseñador de productos”— con “lo que uno dice de sí mismo” o “lo que uno mismo dice ser” —que define a este profesional en torno a una figura más compleja que un diseñador de productos— se vuelve clara. Esta desarticulación que se genera entre lo “heredado” y lo “proyectado”, y también, entre lo “heredado” y lo “real”, puede generar “frustración” entre los egresados, tal como planteaba una entrevistada. Esto es, se produce una ruptura, un desencuentro entre ambas dimensiones —la imagen “ideal” de inserción y la “real”— al volverse “imposible”, tal como expresaba un entrevistado, la instancia de inserción en función del postulado tradicional del diseño de productos como área específica de este profesional, conduciéndolo a “rearmar” su figura, su identidad, sobre la base de estas instancias *desencontradas*. En este sentido, es que podemos pensar que:

“(…) la crisis o la continuidad identitaria proceden de la articulación entre las formas identitarias de autoconcepto y de concepción desde los otros, así como de la concordancia interna del proyecto de vida. En este sentido, pueden ocurrir desencuentros que exijan un replanteamiento identitario, el cual una vez resuelto garantizará la continuidad de la socialización.” (Machuca Barbosa, 2008: 11)

Tal como señaláramos, el desencuentro generado entre la identidad “tradicional” y construida desde la Universidad, basada en el postulado moderno del hacedor abocado al diseño de productos, constituida en tanto identidad “heredada” —una de las posibles identidades heredadas que el sujeto puede construir para sí—, no se corresponde con aquella “proyectada” por el diseñador en su propio devenir. Este desencuentro, planteado por Dubar, en términos de ruptura resultante de la transacción subjetiva, vuelve necesario construir una identidad por fuera de este



espacio, al interior del cual se construyó y legitimó la identidad pasada. En este sentido, es posible pensar que la demanda proveniente de los alumnos a fin de ser formados bajo nuevos perfiles, en relación al caso de la autoproducción, haya constituido en sí un nuevo espacio generador de una identidad proyectada divergente de la “tradicional” o “heredada”. Pero en la medida en que persista el discurso que legitime institucionalmente esta identidad, en tanto pasada, heredada, aquella proyectada seguirá en ruptura con ésta, desencontrándose, así, estos espacios: uno, propio de la identidad performada históricamente; otro, conformado en relación al devenir y al nuevo contexto que da lugar a la identidad proyectada, tornando la figura profesional, ciertamente imprecisa.

Con respecto a esto, cabe mencionar el relato de una entrevistada, quien expresaba que “(...) entre la demanda y lo que nosotros hacemos hay por ahí un hueco (...)”, al dejar en claro la distancia entre la diversidad de acción para la cual son formados, a partir de una multiplicidad de herramientas —pero aun portando la especificidad nominal del “diseñador de productos”—, y la demanda de estos profesionales, aún vinculada a cierto desconocimiento sobre su propia labor, o, en casos de conocimiento, vinculada a una demanda específica de diseñador de producto. Esta cuestión refleja, sin dudas, una de las principales dificultades que debe atravesar el diseñador en su trayectoria profesional: el devenir constitutivo del diseñador industrial al interior de un entramado en el cual confluyen prácticas y discursos en un punto divergentes, en un punto *desencontrados*, dando lugar, entonces, a un proceso de construcción de identidad sobre la base de desencuentros o rupturas que se dejan entrever en los mismos relatos de los entrevistados, como evidencia discursiva del dilema que atraviesa su propia identidad y reconocimiento.

Identidad profesional del diseñador industrial: complejidad en la diversidad

Ahora bien, pensando nuevamente en la figura del diseñador y su constitución como resultado de una combinación de diversas áreas (artística, técnica, estética, semántica, morfológica, proyectual), podemos pensar que esta misma diversidad que brinda mayores herramientas y puede ser entendida como beneficiosa en términos de una formación “completa”, al mismo tiempo reduce el nivel de especialización en la formación, la cual debe ser obtenida posteriormente.

Esto mismo incide en la construcción de la identidad profesional, que ha sido redefinida en términos institucionales, al desarrollar, desde la propia Universidad, una



formación “ampliada”, excediendo el marco laboral para el cual estaba inicialmente orientada, esto es, el diseño de productos industriales. En este punto, la demanda de “autoproducir” los productos, proveniente de los mismos alumnos, que fue contemplada por una cátedra que le dio lugar y la gestionó como base de su formación, permitió alcanzar cierta redefinición de la propia disciplina en un contexto de crecimiento de la autoproducción. Fueron los alumnos quienes posteriormente iniciaron el circuito de diseño en Palermo, dando mayor reconocimiento y visibilidad a los diseñadores, y sentando las bases de una redefinición identitaria, articulada entre lo meramente subjetivo —aquello que los alumnos querían para sí: ser diseñadores independientes— y aquello que institucionalmente fue redefinido: el perfil de diseñador de productos para la industria, ahora resignificado —o ampliado— a partir de esta modalidad —repositorada en un contexto de crisis y dificultad de incorporación en las empresas— de diseñador “autogestionado”. En este contexto de redefinición disciplinar, lo que se puso en juego fue la posibilidad de visibilizarse en la escena pública, alcanzando un reconocimiento de esta figura profesional, o específicamente, del diseñador como autoemprendedor.

Pero ante esta realidad claramente dicotómica, o asentada en visiones claramente divididas —puesto que encontramos una modalidad de inserción “múltiple”, adaptada a los varios requerimientos del mercado, lo cual vuelve al diseñador una figura imprecisa, ciertamente indefinida, frente a aquella que privilegia la participación del diseñador en la industria, proyectando objetos industriales, en relación al inicial discurso que ha moldeado históricamente la configuración profesional del diseñador—, observamos que aquello que se vulnera y se confronta es la propia subjetividad de este trabajador, cuestionando, así, su identidad profesional.

Ante esto, cabe la pregunta: ¿Incidiría una mayor especificidad profesional en un mayor reconocimiento de los diseñadores? En un punto, esta redefinición disciplinar debe acentuarse, consolidarse, instalarse legítimamente en los discursos y prácticas que atañen a la disciplina y su formación, puesto que, dado que aún conviven discursos de tipo “industrialistas” con otros más abiertos y diversos en cuanto a la actividad profesional, los diseñadores, como consecuencia, se vuelven una figura vulnerable a los contextos diversos en que se insertan. Su identidad, entonces, deviene ciertamente compleja.

No hay una única visión que permita ubicar al diseño en una sola línea de acción, sino que, tanto la postura más “industrialista” —si se permite el término—

como aquella más diversa, que habilita a la construcción de perfiles profesionales diferenciados, excediendo el mero espacio de intervención en la industria, en las empresas, dan cuenta del escenario actual en que tiene lugar la inserción de los profesionales universitarios en Diseño Industrial. Esto es posible si pensamos en la emergencia o visibilidad de nuevas prácticas —o viejas prácticas reposicionadas con mayor fuerza, como la autoproducción— que se volvieron presentes en un contexto cuyo marco económico dio lugar a su producción. En este sentido, según Williams, lo emergente remite, así, a “los nuevos significados y valores, nuevas prácticas, nuevas relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente” (2000: 145).

Así, esta diversidad de acciones se contrapone a la mentada unicidad a la que aspira la formación universitaria al privilegiar la inserción en el desarrollo de producto industrial (Correa, 2012.a). De este modo, la inserción del diseñador en el escenario productivo refleja la complejidad que dicha figura porta en su propia constitución, al dar cuenta de un universo discursivo performativo no unívoco en cuanto a su inserción y desempeño profesional.

Reflexiones finales

Tal como he analizado a lo largo de este trabajo, la configuración disciplinar del Diseño se construye en un marco de divergencias que devienen la propia figura del diseñador ciertamente compleja. Por un lado, el postulado que aún legitima a este profesional a una inserción claramente orientada desde la Universidad al interior del sector industrial, y por otro, al mismo tiempo, se evidencia un desconocimiento de los industriales con respecto a este profesional y su idoneidad al servicio de las empresas. En este aspecto, expusimos distintas cuestiones que contribuyen a configurar la propia identidad del diseñador como profesional, atravesada por saberes diversos, contradicciones emanadas de discursos performatores que lo orientan a una cierta inespecificidad en su propia acción, de su propia figura.

El diseñador como profesional es formado sobre una base múltiple de acción, en la medida que requiere de herramientas diversas que se vuelven necesarias para desarrollar su labor. Es decir, que la construcción de la disciplina vuelve al diseñador una figura compleja en cuanto a la diversidad inherente a la formación obtenida, la cual lo habilita a desarrollar actividades diferentes según las demandas del mercado y del contexto económico, productivo, social y cultural en que se inserta. La conformación de sus perfiles profesionales diferenciados da cuenta, así, de una

formación, y una posterior inserción, que apela a la diversidad de acción. Es esto mismo lo que incide en su construcción identitaria profesional, en la configuración de una identidad devenida del reconocimiento de los otros, reconocimiento que se vuelve difícilmente perceptible en tanto la propia identidad se vuelva difusa.

Las visiones encontradas, o mejor dicho, desencontradas, sobre las cuales se construye esta figura profesional, si bien son planteadas en términos de una mayor diversidad, en un punto se contraponen a las centradas en la escasez de delimitación o especificidad del propio accionar profesional. En función de lo cual se resignifica esta ausencia de especificidad, en términos de una *imprecisión* en la que se sienten inmersos, al mismo tiempo que la asumen, contradictoriamente, en tanto una especificidad inherente a la profesión: la indefinición es lo que constituye a la disciplina, y a sí mismos como profesionales. En este sentido, la “abstracción” que subyace en la formación habilita, de alguna manera, a una inserción más *libre*, del mismo modo que la imprecisión que “define” en algún punto a la profesión la vuelve más liberal, al partir de una formación ampliada que no reduce ni limita al profesional en un área específica. Esto, de algún modo, también explica la elección por un trabajo de tipo independiente, al responder, en cierta forma, a este modelo internalizado de formación *indefinida*, o mejor dicho, definida mayormente en términos de una formación ampliada.

En este punto, la revisión de las percepciones de los egresados con respecto a la formación recibida, y a su impronta sobre sus posibilidades de inserción, ha sido ciertamente relevante, en función de poder dar cuenta de cómo se orientaban laboralmente, cómo construían sus senderos profesionales a la luz de una formación diversa, y ciertamente portadora de discursos antagónicos en términos performativos. En este sentido, es importante señalar que, en la medida que pudimos poner en escena estas divergencias entre discursos que sostienen un perfil “industrialista” y aquellos que sostienen la redefinición disciplinar en función de una mayor diversidad, y a partir de pensar la contradicción entre aquello *heredado* sobre lo que cimientan sus propios saberes y aquello *anhelado* para sí, es que pudimos comprender la dificultad que atraviesa a esta misma figura, y la complejidad que ésta encuentra en términos de poder asumir una identidad devenida de la integración entre lo performado por otros y lo proyectado para sí.

Esta contradicción o desarticulación entre lo que alguna vez *el diseñador industrial fue* y lo que *hoy es*, es lo que les genera una ruptura con su propia historia,



lo cual nos conduce a pensar en una grieta nominal que, en un punto, los atraviesa. Esto, en el sentido de que se perciben a sí mismos —y los perciben— como diseñadores industriales, pero al contemplar deseos y proyecciones propias se sienten o se proyectan como diseñadores “múltiples”, abiertos y convocados a una realidad más amplia que la propiamente industrial. El diseñador industrial deviene, en un punto, *no industrial*, y es en ese mismo entramado simbólico en el que debe construir una nueva identidad que integre, sin rupturas, aquello a lo que aspira ser y esto que, en un punto, le es dado. Al no encontrar equilibrio entre una y otra, deben configurarse un perfil que les permita encontrarse a sí mismos como diseñadores, y esto lo hacen desde el deseo y la voluntad que los moviliza a actuar de forma independiente.

La mayor visibilidad alcanzada por la práctica autogestionada en los últimos años ciertamente ubica al diseñador como un actor reconocido socialmente, pero que aún debe precisar en mayor medida su función, su rol en el mercado. Esto, justamente, dado que se trata de un reconocimiento que no llega a dar cuenta del completo potencial de este profesional, al reconocerle *una* dimensión: la práctica de la autoproducción. Con lo cual, el hecho de reconocer al diseñador en relación a este perfil, y sólo a éste, implica desconocer las competencias (amplias y diversas) que lo integran.

Pero, en un punto, fueron los propios diseñadores los que dieron lugar a esta *versión incompleta* del diseñador industrial, en tanto que eligieron volverse visibles desde un espacio de inserción que no termina de visibilizar las competencias diversas de estos como profesionales. Las producciones que encaran a través de las autoproducciones tampoco apelan a la gran escala, reduciendo incluso el propio escenario de acción. Los espacios de circulación (Palermo, Recoleta, San Telmo), los productos “de diseño” que generan este circuito comercial, las tiendas o negocios en donde son comercializados, responden a una lógica que no busca alcanzar masividad ni reconocimiento social que exceda al del propio público consumidor al que se orienta este mercado. Este reduccionismo limita no sólo el reconocimiento, sino la propia valoración de las competencias profesionales. Los diseñadores se orientan, de este modo, hacia un público que proviene de la misma posición socioeconómica que ellos, diseñan para sus propias clases de pertenencia (medias y medias-altas). En este sentido, desde estas prácticas, terminan diseñando *para uno*, o sea, para sí mismos.

Tal como mencionara una entrevistada, “todo es cuestión de legitimidad”, ante lo cual bien vale pensar que los encuentros y desencuentros en torno a esta figura

profesional, así como el propio devenir histórico de la disciplina, en tanto resultado de saberes y discursos divergentes, de desfases inherentes a la profesión, delimitan tanto el reconocimiento de este actor, su trayectoria, como su identidad profesional. La legitimidad se construye, así, sobre la base de estas convergencias y divergencias. La construcción de la identidad profesional es depositaria de estas continuidades y rupturas que atañen a la propia disciplina, en tanto resultado de un proceso de legitimación de saberes y competencias que, aún, debe consolidarse socialmente.

Referencias bibliográficas

- AICHER, O. (1994). *El mundo como proyecto*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- BOURDIEU, P. (1995). *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.
- CASTELLS, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza.
- CORREA, M. E. (2010). *El fenómeno del diseño independiente en la Ciudad de Buenos Aires. Análisis de la conformación de un nuevo trabajador cultural en la escena local*. Tesis de Maestría en Sociología de la Cultura, IDAES-UNSAM. (Inédito.)
- CORREA, M. E. (2012.a). *Entre la industria y la autogestión. Análisis de la inserción laboral de los diseñadores industriales de la Universidad de Buenos Aires (1990-2010)*. Tesis de doctorado, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. (Inédito.)
- CORREA, M. E. (2012.b). "Diseño independiente siglo XXI: entre la creatividad y la autogestión". En Wortman, Ana (comp.), *Mi Buenos Aires querido. Entre la democratización cultural y la desigualdad educativa*, pp. 179-203. Buenos Aires: Prometeo.
- CORREA, M. E. (2014). "«Con sello propio»: distinción e innovación en casos de emprendimientos de diseño de indumentaria en la Ciudad de Buenos Aires". Ponencia presentada en *I Jornadas de Estudios sobre Moda y Diseño: Prácticas del vestir, cultura y sociedad*. GESMODI, FADU-UBA, noviembre.
- DE PASCUALE, J. (2012). "Argentina: consolidación y desarrollo de la Nueva Economía Social. Apuntes para una prospectiva". Ponencia presentada en *Seminario Internacional "La construcción de conocimientos y prácticas sobre la economía social y solidaria en América Latina y Canadá"*. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires. URL: [http://www.econ.uba.ar/seminario/Ponencias/Eje_6/Argentina, consolidacion y desarrollo de la Nueva Economía Social- de Pasquale.pdf](http://www.econ.uba.ar/seminario/Ponencias/Eje_6/Argentina,_consolidacion_y_desarrollo_de_la_Nueva_Economia_Social-_de_Pasquale.pdf)
- DUBAR, C. (2002). *La crisis de las identidades. La interpretación de una mutación*. Barcelona: Bellaterra.

- DUBAR, C. (2001). "El trabajo y las identidades profesionales y personales". En *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, Año 7, No. 13, pp. 57-68. Buenos Aires.
- DUBAR, C. (2000). *La socialisation, construction des identités sociales et professionnelles*. Paris: Armand Colin.
- GUERSCHMAN, B. (2009). *Independientes, autores y empresarios. Una etnografía acerca del diseño de indumentaria en la Ciudad de Buenos Aires*. Tesis de Maestría IDES-IDAES-UNSAM, Buenos Aires. (Inédito.)
- LASH, S. y URRY, J. (1998). *Economías de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la posorganización*. Buenos Aires: Amorrortu.
- LEDESMA, M. (2005). "Diseño Gráfico ¿un orden necesario?". En Arfuch, L., Chaves, N. y Ledesma, M., *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*, pp. 15-90. Buenos Aires: Paidós.
- MACHUCA BARBOSA, A. E. (2008). *La identidad profesional de los sociólogos*. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales. FLACSO. México, D. F. URL: http://conocimientoabierto.flacso.edu.mx/medios/tesis/machuca_ae.pdf
- MALDONADO, T. (1993). *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MIGUEL, P. (2010). *Creatividad y éxito en un contexto adverso. La paradójica conformación del campo de producción de diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires (2000-2005)*. Tesis de Doctorado, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. (Inédito.)
- MIGUEL, P. (2013). *Emprendedores del diseño. Aportes para una sociología de la moda*. Buenos Aires: Eudeba.
- ORTIZ, R. (1997). *Mundialización y cultura*. Buenos Aires: Alianza Editorial.
- RINKER, D. (2008). "El diseño industrial no es arte". En Bonsiepe, G. y Fernández, S. (coords.), *Historia del diseño en América Latina y el Caribe*, pp. 248-254. San Pablo: Blücher.
- RINKER, D. (2003). "El diseño de productos no es arte. El aporte de Tomás Maldonado al surgimiento de un nuevo perfil profesional". En *Modelos de Ulm. Hochschule für Gestaltung Ulm 1953-1968*. Ulm: Ulmer Museum, Instituto para las Relaciones con el Extranjero (IfA).
- SAULQUIN, S. (2014). *Política de las apariencias. Nueva significación del vestir en el*

contexto contemporáneo. Buenos Aires: Paidós.

SENNET, R. (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

WILLIAMS, R. (2000). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península/Biblos.

Notas

¹ Cabe destacar que la selección de casos fue realizada en función de un muestreo teórico, que tuvo su inicio en un muestreo de tipo intencional, pero que se continuó a partir de los datos que se iban obteniendo en el proceso de relevamiento. Esto dio lugar a una búsqueda de casos que tuviera por fin alcanzar una exhaustividad en términos teóricos, esto es, que permitiera captar los casos coincidentes, así como aquellos divergentes, en cuanto a perfiles y trayectorias de los profesionales. Entonces, la muestra final quedó conformada de la siguiente manera: cuatro diseñadores orientados a la participación en la industria; 13 diseñadores con estudio de diseño independiente; un diseñador *free-lance*; dos diseñadores autoproductores; y cinco diseñadores docentes-investigadores. De este modo, la muestra se conformó en torno a 25 entrevistados que abarcaron el “abanico” de perfiles profesionales en relación al Diseño Industrial, reflejando, y tal el propósito del proceso de selección mismo, la diversidad de acción que caracteriza a la profesión.

² Cabe mencionar que las tareas que puede realizar un diseñador industrial son bien diversas, dado que su preparación comprende amplios conocimientos de diseño, técnica, maquetación, desarrollo en 2D y 3D, diseño de todo tipo de bienes de uso cotidiano, desde juguetes, elementos de oficina, equipamiento del hogar, mobiliario, luminarias, accesorios, hasta el diseño de medios de transporte, automóviles y trenes, entre otros. También compete a la tarea de un diseñador industrial el diseño de máquinas industriales, artefactos de uso médico y prótesis ortopédicas, entre otros dispositivos ideados para mejorar la calidad de vida de las personas.

³ Aquí me refiero a la reformulación que se hizo en el marco de la cátedra del Taller de Diseño Industrial, en la carrera de Diseño Industrial de la Universidad de Buenos Aires, a cargo del Arq. Ricardo Blanco, introduciendo ejercicios de autoproducción ante la demanda de los alumnos de realizar sus propias piezas.

⁴ En relación a este nuevo carácter flexible, así como reflexivo, que adquiere el posfordismo, de mayor intervención de los conocimientos y saberes en la propia producción, a fin de contribuir en términos cualitativos en detrimento del propio *quantum* fordista, puede leerse Renato Ortiz (1997), Scott Lash y John Urry (1998), Richard Sennet (2006) y Manuel Castells (2006), entre otros.

⁵ Aquí el autor hace referencia a la teoría de la emergencia de un “capitalismo cognitivo”, desarrollada por Yann Emoulier Boutang, en relación a la cual afirma: “Su hipótesis es que la globalización que hemos vivido, al ritmo que destruía, también creaba, dando nacimiento a nuevas tendencias, que podrían cambiar el sentido del proceso. La mundialización del mercado construyó sobre las ruinas de su lógica industrial de explotación, una nueva lógica de cooperación facilitada por los cambios acaecidos en el corazón del proceso: la globalización de las tecnologías de información y comunicación, la tecnificación de las economías productoras de bienes materiales y la extensión de las economías generadoras de bienes inmateriales” (De Pascuale, 2012: 6-7). En relación a estas últimas entendemos que se inscribe el accionar del diseño, economía creativa extendida en un marco de desarrollo posindustrial de producción de bienes materiales e inmateriales.

Fecha de recepción: 11 de abril de 2015. Fecha de aceptación: 12 de junio de 2015.