

Cuaderno 88

Año 21
Número 88
2019/2020

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]

Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Laura Colabella y Patricia Vargas: Prólogo. Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu | **Juan Dukuen:** Un arte de inventar: el habitus en la lectura bourdiana de Panofsky | **Victoria Gessaghi y Alicia Méndez:** La Nobleza de Estado, algunas reflexiones a partir del trabajo de campo con elites educativas en la Argentina | **Laura Colabella y Patricia Vargas:** Bourdieu en el conurbano: un viaje de ida y vuelta (...) | **Lorena N. Schiava D'Albano:** “Solo hay un camino entre la persona que eres y la que quieres ser” (...) | **Alicia B. Gutiérrez y Héctor O. Mansilla:** La dialéctica entre lo objetivo y lo vivido: el análisis de la desigualdad social en Córdoba, Argentina | **María Florencia Blanco Esmoris:** ¿La indeterminación del orden binario? (...) | **Paula Miguel:** El “diseño” como valor y la conformación de un universo de creencia | **María Eugenia Correa:** La lucha por la legitimidad (...) | **Bárbara Guerschman:** Aprender a verse como una marca (...) | **Gabriela C. Alatsis:** El rol de los intermediarios culturales en la producción de la “creencia colectiva”: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes | **María Eugenia Correa y Matías J. Romani:** El lujo tecnológico (...) | **Victoria Irisarri y Nicolás Viotti:** ¿Más allá de la distinción? (...)

CAS
Centro de Antropología Social

ides

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo. Buenos Aires.

UP
Universidad
de Palermo

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

Universidad de Palermo.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Mario Bravo 1050. C1175ABT.
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
www.palermo.edu
publicacionesdc@palermo.edu

Director

Oscar Echevarría

Editora

Fabiola Knop

Coordinación del Cuaderno nº 88

Laura Colabella. (CAS-IDES / UNAJ / D&C UP. Argentina)

Patricia Vargas. (CAS-IDES / UNPAZ / D&C UP. Argentina)

Comité Editorial

Lucia Acar. Universidade Estácio de Sá. Brasil.

Gonzalo Javier Alarcón Vital. Universidad Autónoma
Metropolitana. México.

Mercedes Alfonsín. Universidad de Buenos Aires.
Argentina.

Fernando Alberto Alvarez Romero. Universidad de
Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Colombia.

Gonzalo Aranda Toro. Universidad Santo Tomás. Chile.

Christian Atance. Universidad de Buenos Aires. Argentina.

Mónica Balabani. Universidad de Palermo. Argentina.

Alberto Beckers Argomede. Universidad Santo Tomás.
Chile.

Renato Antonio Bertao. Universidade Positivo. Brasil.

Allan Castelnuovo. Market Research Society. Reino
Unido.

Jorge Manuel Castro Falero. Universidad de la Empresa.
Uruguay.

Raúl Castro Zuñeda. Universidad de Palermo. Argentina.

Mario Rubén Dorochesi Fernandois. Universidad Técnica
Federico Santa María. Chile.

Adriana Inés Echeverría. Universidad de la Cuenca del
Plata. Argentina.

Jimena Mariana García Ascolani. Universidad Iberoame-
ricana. Paraguay.

Marcelo Ghio. Instituto San Ignacio. Perú.

Clara Lucia Grisales Montoya. Academia Superior de
Artes. Colombia.

Haenz Gutiérrez Quintana. Universidad Federal de Santa
Catarina. Brasil.

José Korn Bruzzone. Universidad Tecnológica de Chile.
Chile.

Zulema Marzorati. Universidad de Buenos Aires.
Argentina.

Denisse Morales. Universidad Iberoamericana Unibe.
República Dominicana.

Universidad de Palermo

Rector

Ricardo Popovsky

Facultad de Diseño y Comunicación

Decano

Oscar Echevarría

Secretario Académico

Jorge Gaitto

Nora Angélica Morales Zaragosa. Universidad Autónoma
Metropolitana. México.

Candelaria Moreno de las Casas. Instituto Toulouse
Lautrec. Perú.

Patricia Núñez Alexandra Panta de Solórzano. Tecnoló-
gico Espíritu Santo. Ecuador.

Guido Olivares Salinas. Universidad de Playa Ancha. Chile.

Ana Beatriz Pereira de Andrade. UNESP Universidade
Estadual Paulista. Brasil.

Fernando Rolando. Universidad de Palermo. Argentina.

Alexandre Santos de Oliveira. Fundação Centro de Análi-
se de Pesquisa e Inovação Tecnológica. Brasil.

Carlos Roberto Soto. Corporación Universitaria UNITEC.
Colombia.

Patricia Torres Sánchez. Tecnológico de Monterrey.
México.

Viviana Suárez. Universidad de Palermo. Argentina.

Elisabet Taddei. Universidad de Palermo. Argentina.

Comité de Arbitraje

Luis Ahumada Hinostroza. Universidad Santo Tomás.
Chile.

Débora Belmes. Universidad de Palermo. Argentina.

Marcelo Bianchi Bustos. Universidad de Palermo.
Argentina.

Aarón José Caballero Quiroz. Universidad Autónoma
Metropolitana. México.

Sandra Milena Castaño Rico. Universidad de Medellín.
Colombia.

Roberto Céspedes. Universidad de Palermo. Argentina.

Carlos Cosentino. Universidad de Palermo. Argentina.

Ricardo Chelle Vargas. Universidad ORT. Uruguay.

José María Doldán. Universidad de Palermo. Argentina.

Susana Dueñas. Universidad Champagnat. Argentina.

Pablo Fontana. Instituto Superior de Diseño Aguas de La
Cañada. Argentina.

Sandra Virginia Gómez Mañón. Universidad Iberoamericana Unibe. República Dominicana.

Jorge Manuel Iturbe Bermejo. Universidad La Salle. México.

Denise Jorge Trindade. Universidade Estácio de Sá. Brasil.

Mauren Leni de Roque. Universidade Católica De Santos. Brasil.

María Patricia Lopera Calle. Tecnológico Pascual Bravo. Colombia.

Gloria Mercedes Múnera Álvarez. Corporación Universitaria UNITEC. Colombia.

Eduardo Naranjo Castillo. Universidad Nacional de Colombia. Colombia.

Miguel Alfonso Olivares Olivares. Universidad de Valparaíso. Chile.

Julio Enrique Putalláz. Universidad Nacional del Nordeste. Argentina.

Carlos Ramírez Righi. Universidad Federal de Santa Catarina. Brasil.

Oscar Rivadeneira Herrera. Universidad Tecnológica de Chile. Chile.

Julio Rojas Arriaza. Universidad de Playa Ancha. Chile.

Eduardo Russo. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.

Virginia Suárez. Universidad de Palermo. Argentina.

Carlos Torres de la Torre. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador.

Magali Turkenich. Universidad de Palermo. Argentina.

Ignacio Urbina Polo. ProDiseño Escuela de Comunicación Visual y Diseño. Venezuela.

Verónica Beatriz Viedma Paoli. Universidad Politécnica y Artística del Paraguay. Paraguay.

Ricardo José Viveros Báez. Universidad Técnica Federico Santa María. Chile.

Diseño

Francisca Simonetti - Constanza Togni

1º Edición.

Cantidad de ejemplares: 100

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
2019/2020.

Impresión: Artes Gráficas Buschi S.A.

Ferré 250/52 (C1437FUR)

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

ISSN 1668-0227

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] on line

Los contenidos de esta publicación están disponibles, gratuitos, on line ingresando en:

www.palermo.edu/dyc > Publicaciones DC > Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.



El Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la República Argentina, con la resolución N° 2385/05 incorporó al Núcleo Básico de Publicaciones Periódicas Científicas y Tecnológicas –en la categoría Ciencias Sociales y Humanidades– la serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]. Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. En diciembre 2013 fue renovada la permanencia en el Núcleo Básico, que se evalúa de manera ininterrumpida desde el 2005. La publicación en sus versiones impresa y en línea han obtenido el Nivel 1 (36 puntos sobre 36).



La publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] (ISSN 1668-0227) está incluida en el Directorio y Catálogo de Latindex.



La publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] (ISSN 1668-0227) pertenece a la colección de revistas científicas de SciELO.



La publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] (ISSN 1668-0227) forma parte de la plataforma de recursos y servicios documentales Dialnet.



La publicación Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos] (ISSN 1668-0227) se encuentra indexada por EBSCO.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Prohibida la reproducción total o parcial de imágenes y textos. El contenido de los artículos es de absoluta responsabilidad de los autores.

Cuaderno 88

Año 21
Número 88
2019/2020

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]

Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Laura Colabella y Patricia Vargas: Prólogo. Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu | **Juan Dukuen:** Un arte de inventar: el habitus en la lectura bourdiana de Panofsky | **Victoria Gessaghi y Alicia Méndez:** La Nobleza de Estado, algunas reflexiones a partir del trabajo de campo con elites educativas en la Argentina | **Laura Colabella y Patricia Vargas:** Bourdieu en el conurbano: un viaje de ida y vuelta (...) | **Lorena N. Schiava D'Albano:** “Solo hay un camino entre la persona que eres y la que quieres ser” (...) | **Alicia B. Gutiérrez y Héctor O. Mansilla:** La dialéctica entre lo objetivo y lo vivido: el análisis de la desigualdad social en Córdoba, Argentina | **María Florencia Blanco Esmoris:** ¿La indeterminación del orden binario? (...) | **Paula Miguel:** El “diseño” como valor y la conformación de un universo de creencia | **María Eugenia Correa:** La lucha por la legitimidad (...) | **Bárbara Guerschman:** Aprender a verse como una marca (...) | **Gabriela C. Alatsis:** El rol de los intermediarios culturales en la producción de la “creencia colectiva”: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes | **María Eugenia Correa y Matías J. Romani:** El lujo tecnológico (...) | **Victoria Irisarri y Nicolás Viotti:** ¿Más allá de la distinción? (...)

CAS
Centro de Antropología Social

ides

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo. Buenos Aires.

UP
Universidad
de Palermo

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos], es una línea de publicación bimestral del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Los Cuadernos reúnen papers e informes de investigación sobre tendencias de la práctica profesional, problemáticas de los medios de comunicación, nuevas tecnologías y enfoques epistemológicos de los campos del Diseño y la Comunicación. Los ensayos son aprobados en el proceso de referato realizado por el Comité de Arbitraje de la publicación.

Los estudios publicados están centrados en líneas de investigación que orientan las acciones del Centro de Estudios: 1. Empresas y marcas. 2. Medios y estrategias de comunicación. 3. Nuevas tecnologías. 4. Nuevos profesionales. 5. Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes. 6. Pedagogía del diseño y las comunicaciones. 7. Historia y tendencias.

El Centro de Estudios en Diseño y Comunicación recepciona colaboraciones para ser publicadas en los Cuadernos del Centro de Estudios [Ensayos]. Las instrucciones para la presentación de los originales se encuentran disponibles en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/instrucciones.php

Las publicaciones académicas de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo actualizan sus contenidos en forma permanente, adecuándose a las modificaciones presentadas por las normas básicas de estilo de la American Psychological Association - APA.

Facultad de Diseño y Comunicación.
Universidad de Palermo. Buenos Aires.
2019/2020.

Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Prólogo. Aportes al análisis de las prácticas culturales contemporáneas de la Argentina reciente, desde la perspectiva de Pierre Bourdieu

Laura Colabella y Patricia Vargas.....pp. 11-16

Un arte de inventar: el habitus en la lectura bourdiana de Panofsky

Juan Dukuen.....pp. 17-34

La Nobleza de Estado, algunas reflexiones a partir del trabajo de campo con elites educativas en la Argentina

Victoria Gessaghi y Alicia Méndez.....pp. 35-49

Bourdieu en el conurbano: un viaje de ida y vuelta. Alteridad y trabajo de campo antropológico en la UNAJ y la UNPAZ

Laura Colabella y Patricia Vargas.....pp. 51-71

“Solo hay un camino entre la persona que eres y la que quieres ser”.

Análisis de un curso de imagen bajo la óptica de *El baile de los solteros*

Lorena N. Schiava D’Albano.....pp. 73-86

La dialéctica entre lo objetivo y lo vivido: el análisis de la desigualdad social en Córdoba, Argentina.

Alicia B. Gutiérrez y Héctor O. Mansilla.....pp. 87-109

¿La indeterminación del orden binario? Notas descriptivas para pensar “La casa o el mundo dado vuelta” de Pierre Bourdieu en una etnografía contemporánea

María Florencia Blanco Esmoris.....pp. 111-127

El “diseño” como valor y la conformación de un universo de creencia Paula Miguel.....	pp. 129-142
La lucha por la legitimidad. Estudio del campo profesional del Diseño Industrial a la luz de la teoría de Pierre Bourdieu María Eugenia Correa.....	pp. 143-158
Aprender a verse como una marca. El cálculo, tiempo y <i>ethos</i> en Argelia 60 Bárbara Guerschman.....	pp. 159-175
El rol de los intermediarios culturales en la producción de la “creencia colectiva”: la conformación de un circuito de diseño en Quilmes Gabriela C. Alatsis.....	pp. 177-192
El lujo tecnológico. Distinción y esnobismo en un contexto de prohibición: el consumo de Apple en Argentina (2015-2018) María Eugenia Correa y Matías J. Romani.....	pp. 193-205
¿Más allá de la distinción? La reproducción de diferencias sociales y los regímenes de objetos-personas Victoria Irisarri y Nicolás Viotti.....	pp. 207-223
Publicaciones del CEDyC.....	pp. 225-254
Síntesis de las instrucciones para autores.....	p. 255

La lucha por la legitimidad. Estudio del campo profesional del Diseño Industrial a la luz de la teoría de Pierre Bourdieu

María Eugenia Correa *

Resumen: En términos de Bourdieu, quienes participan del campo, entran en pugna por la apropiación (simbólica) del objeto, por el alcance de una autoridad específica, y por un reconocimiento, haciendo uso de los capitales propios para constituirse en actores “dominantes” y detentar así esta autoridad, reconocida como legítima.

Esto puede verse reflejado al estudiar el campo profesional del Diseño Industrial, en donde la articulación de actores en juego –tanto los ya instalados como los nuevos ingresantes– supone la lucha por la apropiación de capitales: económico, simbólico (prestigio, reconocimiento), cultural o educativo, generando a su vez nuevas posiciones en el espacio profesional.

De este modo, interesa indagar en el presente trabajo, la constitución de este campo a la luz de la teoría bourdeana, con el propósito de comprender las trayectorias laborales de los diseñadores, sus prácticas, así como las relaciones dadas al interior de éste, las luchas orientadas con el fin de alcanzar el disputado *enjeux*.

Palabras clave: Diseño industrial - Campo - Inserción laboral - Trayectorias laborales - Desarrollo profesional.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 158]

(*) Doctora en Ciencias Sociales (UBA) e investigadora del CONICET en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la UBA, miembro de equipos de investigación en este Instituto y en FADU-UBA. Docente de grado y posgrado de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Correo: eugeniacorrea@sociales.uba.ar

Introducción: repensar el campo del Diseño Industrial en términos de Bourdieu

Al hablar del Diseño industrial, entendido como “el campo pertinente para la producción material de objetos de la vida cotidiana” (Devalle, 2009), es preciso dar cuenta de su carácter ciertamente complejo, debido a los diversos saberes, discursos y prácticas que lo atraviesan desde sus orígenes. Hablamos de cuestiones que contribuyeron a sentar las

bases del Diseño industrial como profesión, y del diseñador industrial como profesional atravesado por diferentes saberes, tanto técnicos, tecnológicos, industriales, como artísticos, semánticos, o morfológicos. Así, un entramado diverso conforma y delinea el devenir de esta disciplina, constituida en campo.

Al hablar de ‘campo’ hago referencia al concepto bourdeano, definido como “una red de relaciones objetivas (de dominación o subordinación, de complementariedad o antagonismo, etc.) entre posiciones” (Bourdieu, 1995: 342). En relación a la lucha que tiene lugar dentro de todo campo, Bourdieu plantea que “los que participan en la lucha contribuyen a la reproducción del juego contribuyendo, más o menos completamente según los campos, a producir la creencia en el valor de los objetos en juego [*enjeux*]” (2000: 115).

Esto puede verse reflejado al estudiar el campo profesional del Diseño Industrial, en donde la articulación de actores en juego –tanto los ya instalados, los ‘dominantes’ como los nuevos ingresantes– supone la lucha por la apropiación de capitales: económico, simbólico (prestigio, reconocimiento), cultural o educativo, generando a su vez nuevas posiciones en el espacio profesional.

Ahora bien, si pudiéramos pensar el campo de desarrollo profesional de los diseñadores industriales en términos de la configuración que el mismo presentaba en los años ‘90 –momento en que transcurrían las primeras camadas de estudiantes de Diseño Industrial de la UBA–, es preciso comprender el contexto en el que éste tenía lugar, el cual daba cuenta de una inserción ciertamente limitada, específicamente en el área ‘tradicional’: el diseño de productos industriales, lo cual condujo a numerosos profesionales a iniciar un camino basado en la ‘autogestión’.

En este sentido, y si bien la concepción de la disciplina se encontraba desde sus inicios orientada al diseño de productos, en esta década, factores como: la escasez de inserción en esta área específica, la ya débil articulación del diseño con la industria –y mismo el desconocimiento que presentan las empresas respecto a la figura del diseñador, siendo que su propia formación estaría orientada a la producción industrial–, la reestructuración laboral y los requerimientos de un mercado cambiante, como principales causas, comienzan a vincular al diseñador con nuevas áreas de acción, cuestión que se acentuaría mayormente en los años 2000. Bajo este contexto, el diseño de productos comenzaba a dejar de percibirse como la única vía específica de desarrollo de la actividad, al visibilizarse otros espacios de inserción, vinculados directamente o no, con ésta. Esto es, los nuevos ingresantes dieron inicio a la autogestión con mayor fuerza, buscando legitimar dicha práctica. Así, hacia los años 2000, se evidencia una reconfiguración, en relación a la década anterior, del campo de inserción profesional del Diseño industrial, dada la mayor actividad en torno al mismo, en la cual influyó ciertamente el nuevo contexto productivo de incentivo a la producción y consumo de bienes nacionales.

De este modo, al interior de este entramado complejo, el diseñador desarrolla sus acciones, alternando entre prácticas propias de un discurso devenido de una tradición selectiva (Williams, 2000), aquel que remite a la formación cuya área específica o legítima de inserción sería la industria, o dando cuenta del desarrollo de estrategias que, a modo de ruptura con lo instituido, habilitan nuevas prácticas emergentes, así como la reposición de otras, no tan nuevas –como la autoproducción–, pero articuladas con el nuevo contexto en que tienen lugar.

La diversidad de perfiles profesionales tiene su anclaje en este nuevo escenario, al interior del cual los mismos son definidos en torno a la lucha por el objeto en juego: la obtención de reconocimiento y legitimidad. La figura del diseñador busca ser reconocida en este entramado complejo, escenario de luchas y contradicciones, encuentros y desencuentros ante una indefinición que atraviesa, en sí misma, a la propia formación.

En línea con estas cuestiones, este trabajo busca analizar el campo de desempeño profesional de los diseñadores industriales, específicamente a partir del estudio de trayectorias laborales de los egresados de la carrera de Diseño Industrial de la Universidad de Buenos Aires. Se aplicaron para tal fin, entrevistas en profundidad a fin de recuperar las voces de estos profesionales y de poder reconstruir, en sus propios términos, las diversas modalidades de inserción al mercado laboral.

Inicios del desarrollo profesional y su legitimación en el campo del Diseño Industrial

Si pudiéramos pensar el campo de desarrollo profesional de los diseñadores industriales en términos de la configuración que el mismo presentaba en los años '90 –década en que se comienzan a insertar las primeras camadas de diseñadores formados en la Universidad de Buenos Aires, puesto que la carrera de Diseño Industrial tiene sus inicios en el '84, con una duración de 5 años– es preciso comprender el contexto en el que éste tenía lugar, el cual daba cuenta de una inserción ciertamente limitada, específicamente en el área ‘tradicional’: el diseño de productos industriales, dada la débil integración del diseño en las empresas, lo cual condujo a numerosos profesionales a iniciar un camino basado en la ‘autogestión.’

Me parece que en un punto había una cuestión que apuntaba a formar diseñadores para una industria inexistente. Nosotros no. Nosotros nos movimos en la Facultad, fuimos a la noche porque había un docente que nos interesaba, que era Hugo Kogan... Pero me parece que sí, como si la formación era como si saliésemos a una industria asentada en una relación con diseñadores industriales y no era así. Y que generábamos como ciertos productos a gran escala, que tampoco era así. (...) Cuando nos formamos, digamos, la cabeza era como empezar eso, a movernos y a generar posibilidades de cosas que no había dando vueltas. (...) Me parece que hay una cosa que yo la veo como mucho en la cuestión actual, de la posibilidad de ir y vender tu producto en un negocio, que eso genera como un círculo muy cerrado de producción. Nosotros éramos... no existían los negocios, pero íbamos a una agencia a ver si podíamos hacer regalos empresariales para la agencia, veíamos los temas de las escenografías, veíamos si nos podíamos meter en una industria. La industria del juguete, fuimos a una fábrica de juguetes, fuimos a Plata Lappas que hacía cosas en plata... Pero, digamos, todo nuestro roce tiene que ver con esa cosa más áspera del principio de ir buscándoselas, ingeniándolas para ver dónde nos metíamos. (...) Digamos, devenimos unos diseñadores-emprendedores-productores, que

me parece que es una figura que... se fue generando en el camino” (Raúl, Diseñador Industrial, FADU-UBA, diseñador en estudio independiente compartido con dos socios).

El desarrollo profesional remite a un camino por el cual el egresado debe transitar una vez recibido, o en muchos casos, como ocurrió con la mayoría de los entrevistados, durante el momento de cursada en la Facultad, a fin de incorporarse a un espacio laboral específico de su interés. Tal como sostiene este último entrevistado, ‘ellos’ –tres socios/diseñadores que comparten desde hace trece años un estudio de diseño– devinieron “diseñadores-emprendedores-productores”, una categoría autoasignada, autoconstruida, en función de un perfil identitario que fueron construyendo a lo largo del tiempo, a partir de una trayectoria profesional ‘autogenerada’.

Tal como evidencia este caso, pese a esta limitación en cuanto a la inserción profesional, y pese, sobre todo, a la débil situación industrial de ese momento, la inicial búsqueda de espacios en los cuales insertarse se vio signada, en muchos casos, por la inquietud, por el afán de desarrollar proyectos que permitieran desplegar a los egresados habilidades y competencias adquiridas en la formación. Es decir que, si bien esta última se percibía como mayormente orientada a una participación en la industria, al mismo tiempo esto parecía no tener correlato con la ‘realidad’, y dejaba por tanto a los egresados la posibilidad –o necesidad– de construir nuevos espacios donde desarrollarse profesionalmente, tanto durante la cursada como una vez recibidos:

Me parece interesante empezar a armar cosas porque de hecho mientras yo era alumno presentamos un proyecto en la Facultad que hubo un concurso y diseñamos un nuevo envase para análisis de orina y nos fue muy bien, entramos en una incubadora y estuvimos dos años en la incubadora. Entonces estuvo bien haber entendido que no era, que eras vos el que tenía que empezar a motorizar el asunto porque no te iban a venir a contratar... Estuvo buenísimo haberlo descubierto a tiempo y no esperar a que nadie venga por vos, eso estuvo bueno (Julio, Diseñador Industrial FADU-UBA, docente universitario y diseñador en estudio independiente).

...No todos son iguales y me parece que es una carrera que sí depende mucho de cómo vos vayás manejándote cuando salís de la carrera para ver qué diseñador industrial sos... (Joaquín, Diseñador Industrial FADU-UBA, diseñador independiente en estudio compartido con socios).

Las ideas que expresan los entrevistados cuando mencionan instancias como “eras vos el que tenía que empezar a motorizar el asunto”, o cuando hablan de “depende mucho de vos”, dan cuenta de la acción subjetiva que debe desarrollar y desplegar el diseñador para construir subjetivamente su identidad profesional, aquella que permitirá reconstruir, a modo de un rompecabezas, la propia figura, esto es, aquello que el entrevistado plantea cuando dice “depende de cómo vayás manejándote para ver qué diseñador industrial sos”. 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 este camino ‘autogestionado’ de los egresados, que ‘orienta’, según sus inquietudes e intereses, las búsquedas de inserción, generando muchas veces proyectos propios sin depender ‘del llamado de un industrial’, plantean lo siguiente:

¿Y cómo se insertaban o cómo buscaban ustedes el trabajo?

-...No, lo generábamos. Me parece que era generado... (Daniel, DI FADU-UBA, diseñador en estudio independiente).

-... Y digamos, nosotros somos diseñadores-productores, pre-2001, nos bancamos una crisis, qué sé yo, pero como hacíamos tantas cosas pudimos pasarla y seguir gestionando el diseño. Pero nunca vino una industria... Ojo, hicimos un peine para piojos, pero eso fue después de varios años de estar. Nosotros de estudio tenemos trece años. Tenemos mucho tiempo de estudio y de profesionales. Pero en principio había que autogenerarse ese camino y me parece que esa manera de autogestionarnos, de reinvertir lo que ganábamos, nos posiciona hoy como gente que hace diseño y producción y vende productos o vende diseño. (...) También nosotros, como nos hicimos en el momento, nos hicimos como bastante de abajo, entonces el desconocimiento de la profesión implicaba que vos arrancabas como desde atrás y eso generaba como un impulso distinto (Raúl, DI FADU-UBA, diseñador en estudio independiente).

El testimonio de este entrevistado, cuando menciona “nos hicimos desde abajo”, refleja un reconocimiento de sí y del propio lugar, éste es, la posición desde la cual partieron para llegar a ser reconocidos “como gente que hace diseño y producción”, luego de un camino en el cual debieron sortear numerosos obstáculos a fin de posicionarse como tales. De alguna manera, ellos, en tanto ‘nuevos ingresantes’ al campo del Diseño Industrial, fueron marcando el camino para quienes vendrían posteriormente. Fue así que estos entrevistados, del mismo modo que otros en su misma situación, iniciaron este camino de la autogestión que, hacia los años '90, comenzaba a desarrollarse como práctica profesional en este campo. El ‘autovenderse’ posteriormente se afianzaría como práctica dentro del mismo, hacia los años 2000.

Así, la llegada de nuevos ingresantes que buscaban desarrollar prácticas autogestionadas a fin de ‘hacerse’ un lugar en el mercado, generaba ciertos movimientos en el campo. En este sentido, podemos pensar que:

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 expre-

sión nuevos, rupturistas con los modos de pensamiento vigentes (Bourdieu, 1995: 355).

De este modo, la construcción del camino que los entrevistados planteaban haber iniciado “desde abajo” los condujo a producir ciertas prácticas que, a modo de estrategias de promoción e inserción, fueron habilitando el espacio, al interior de un escenario complejo, con luchas, posiciones y discursos instalados en el campo de desarrollo profesional. En este sentido, uno de los entrevistados (Raúl) planteaba un discurso recurrente que se le presentaba al momento de la inserción: “acá está todo inventado, ¿qué querés inventar?”, el cual remitía a un obstáculo para el ingresante, que debía ser sorteado a partir de nuevas estrategias que permitieran ‘ganarse’ un espacio, y alcanzar, pese a esto, el reconocimiento, como objeto en juego dentro del propio campo.

Si bien, en estos casos, el inicial trabajo ‘como diseñadores’ estuvo vinculado a un área específica del diseño industrial, algunos en una primera instancia y otros luego de un camino de inserciones diversas, tal como veremos a continuación, la planteada ‘diversidad’ inherente a la inserción de estos profesionales ya comenzaba a volverse visible en esta década. De este modo, podemos observar el relato de otro entrevistado, quien plantea haber accedido desde su graduación, en los años ’90, a trabajos no vinculados directamente al diseño industrial, o al diseño de productos:

- ...Yo termino la Facu [en 1993] y empiezo a laburar en Canal 13, a partir de una convocatoria que hace ahí un docente. Bueno, nos presentamos varios, bueno quedo yo y... y ahí estuve laburando 12 años...

-¿Y qué es lo que hacías ahí?

- La parte gráfica, en el Departamento de Gráfica. Y... haciendo más que nada 3D. Como el jefe de ahí, digamos como que vio la posibilidad de a partir del 3D que también estaba empezando en ese momento a usarse, a hacerse más popular... El veía que necesitaba a alguien digamos como que tenga idea del espacio y los objetos más allá de los diseñadores gráficos que era la gente que estaba laburando en ese lugar. Y bueno, ahí laburé haciendo gráfica, algunas escenografías que eran como con cromo, o sea, en 3D, y bueno, fue una experiencia muy buena, más que nada a nivel de conocimiento de una realidad laboral.

- ¿Sentías que había una experiencia de profesión ahí de estar vinculado ya a eso?

- Y... no. Porque era una cosa como muy, muy por el costado de la profesión. Era por ahí... por el conocimiento técnico-geométrico más que nada. Era construir algo y a partir de... Muchas veces pasa que el diseñador gráfico no tiene como una base de geometría o morfología para entender ciertas cosas. Bueno, en ese caso sí, yo... digamos lo entendía y aportaba. Pero después, bueno, mi laburo fue gráfico. Pero, más allá de mi como persona, era como, mi caso era medio como para exponer, “uy, hay un egresado de la Facultad que

está laborando en un departamento de un canal de televisión”. O sea, era como un ejemplo del abanico de posibilidades que tenía la carrera, que puedas hacer desde un auto hasta se puede trabajar en un canal de TV (Daniel, Diseñador Industrial, FADU-UBA).

En algunos casos, como este relato por ejemplo, la experiencia laboral parece no adscribirse a la tarea específica del diseñador industrial: el diseño de productos al interior de la industria. De este modo, la posibilidad de inserción en otros espacios que no evidencian una relación directa con esta actividad pone en escena la peculiaridad de la profesión: su apertura, su amplitud vinculada a la realización de tareas diversas, emparentadas o no con una práctica proyectual industrial, emparentadas o no con el diseño industrial. Un cuestionamiento surge a partir de este análisis: ¿el diseñador industrial en su amplia posibilidad de inserción, dada la redefinición de su propia actividad, realiza su labor proyectual a partir de la cual se inscribe profesionalmente y se constituye su figura? ¿Si hablamos de diseño industrial no nos remitimos al área de proyectación de bienes, a ser recreados en serie, por medio de procesos industriales, tal como planteara Maldonado?¹

Pero si retomamos la idea de Blanco, a partir de la cual el diseño industrial, o el diseño de productos pensado en términos de producción industrial, constituye en sí un pensamiento perimido, podemos cuestionar la afirmación maldoniana. Hablamos de un cuestionamiento que parece construirse sobre una encrucijada: la propia delimitación de la actividad no es tal, y justamente la realidad experimentada por los egresados en relación a su inserción da cuenta de ello.

En algunos relatos, esta cuestión que aparece como clara en referencia al diseño de productos industriales en tanto actividad específica del diseñador industrial, parece no ser tal, o mejor dicho, parece no corresponderse al contexto latinoamericano, o específicamente en este caso, al argentino. La posibilidad de desarrollo profesional, desde esta visión, remite a un contexto en el cual tiene lugar esta apertura a la realización de actividades diversas por parte de los diseñadores.

Esta concepción disciplinar legitimada por el devenir histórico de la práctica del diseño en tanto elemento ciertamente propio del campo técnico-industrial remite a una instancia atravesada y habilitada por una tradición que, en términos de Williams, actúa como “una fuerza activamente configurativa, ya que en la práctica la tradición es la expresión más evidente de las presiones y límites dominantes y hegemónicos” (2000: 137). En este sentido, “lo que debemos comprender no es precisamente “una tradición”, sino una tradición selectiva: una versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y de un presente preconfigurado, que resulta entonces poderosamente operativo dentro del proceso de definición e identificación cultural y social” (Williams, 2000: 137). Esto es, si aún el debate en torno a la configuración o espacio de inserción del Diseño Industrial refiere a si su participación activa se inscribe en el contexto industrial o excede a éste, si aún queda validado el pensamiento que circunscribe el accionar del diseñador industrial en el entorno de la industria, es porque esta tradición, o mejor dicho, esta tradición selectiva cuyo discurso emparenta la práctica del diseño industrial vinculado a su participación en la industria, de acuerdo a valores y creencias que lo legitiman, aún actúa con fuerza, instalando y posibilitando este tipo de discursos.

Si bien, no hay una visión única 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 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 repositionadas con mayor fuerza, como la autoproducción– que se volvieron presentes en un contexto cuyo marco económico dio lugar a su producción. En este sentido, y volviendo nuevamente al planteo de 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), podemos decir, en el seno de la cultura dominante. Con lo cual, pensar la posibilidad de emergencia de estas nuevas prácticas instaladas en un contexto que, de alguna manera, les dio lugar y visibilidad, sugiere reflexionar sobre su presencia como elementos propios de un orden social dinámico, que atraviesa cambios y produce, en su interior, nuevos valores y prácticas, configurados como elementos alternativos a las prácticas dominantes, en torno a una tradición selectiva que las configuró como tales. Del mismo modo, un contexto en el cual la relación diseño industrial e industria no ha alcanzado una imbricación significativa, ha condicionado esta misma tradición, habilitando justamente la emergencia de estos nuevos elementos y discursos.

Inserción profesional en un entramado complejo

Ahora bien, al hablar de la inserción laboral de los diseñadores industriales y de la conformación de sus perfiles profesionales, a la luz de la formación obtenida, debemos remitirnos a la pluralidad de actividades que componen el repertorio de posibilidades de acción de estos egresados, lo cual se debe en parte a la redefinición de la figura del diseñador industrial, de su tradicional espacio de inserción al interior de la industria.

Si bien la concepción de la disciplina se encontraba desde sus inicios orientada al diseño de productos, en esta década, factores como: la escasez de inserción en esta área específica, la reestructuración laboral llevada a cabo en el mercado de trabajo, la mayor flexibilidad de los puestos de trabajo que adquiere el nuevo capitalismo posfordista, y la débil articulación del diseño con la industria, como principales causas, comienzan a vincular al diseñador con nuevas áreas de acción, cuestión que se acentuaría mayormente en los años 2000. Bajo este contexto, el diseño de productos comenzaba a dejar de percibirse como la única vía o área específica de desarrollo de esta actividad, al visibilizarse otros espacios de inserción, vinculados directamente, o no, con esta área.

En este contexto, es preciso destacar, entonces, los diversos actores que tienen lugar al interior de este campo específico y le brindan dinamismo. Esto es, tanto los diseñadores previamente instalados como los nuevos ingresantes, junto a los estudios de diseño y las empresas –entendidos estos últimos dos, como núcleos posibles de inserción–, y la Universidad, cuyo rol formador incide en la construcción legitimante del desempeño profesional del diseñador industrial, podemos decir que los mismos constituyen los principales actores del campo de inserción laboral en Diseño Industrial. Finalmente, el mercado de

bienes, cuya oferta y demanda de productos intervenidos por diseñadores habilitan la participación de los mismos, incluyéndolos, reconociéndolos –o desconociéndolos–, construye y dinamiza el espacio de desarrollo profesional del diseñador industrial.

Así, al interior de este entramado con sus propias reglas de juego, y con un objeto en juego, el diseñador desarrolla sus acciones, alternando entre prácticas propias de un discurso devenido de una tradición selectiva, o dando cuenta del desarrollo de estrategias que, a modo de ruptura con lo instituido, habilitan nuevas prácticas emergentes, así como la reposición de otras, no tan nuevas, pero articuladas con el contexto en que tienen lugar. Podemos dar cuenta de este escenario del campo de desarrollo profesional, con sus respectivos actores, quienes configuran las reglas, las cumplen o las revierten, a través de la puesta en acción de prácticas, a modo de estrategias, que permiten construir legitimidad en torno a la figura de los mismos, evidenciando sus posibilidades de alcanzar el objeto –lucha mediante– el cual está conformado por el reconocimiento y la legitimidad en torno al posicionamiento profesional en el campo del Diseño industrial. La dinámica misma de estos actores contribuyó a la redefinición de la figura del diseñador industrial en términos más amplios, lo cual debe entenderse a partir de transformaciones de diversa índole que ha atravesado la sociedad y que ha dado lugar a una resignificación de la propia actividad del diseñador. En este sentido, es preciso pensar, en términos de Merardo Chiapponi, lo siguiente:

Al sostener que el diseñador industrial es esencialmente un especialista en la proyectación y planificación de los productos industriales, no se le reducen por otra parte los campos de investigación y de actividad sino que, al contrario, se abren espacios en los cuales su aporte goza de merecidos reconocimientos y tiene significativas ocasiones de incidir en la realidad. Esto es tanto más verdadero en la situación actual, en la que profundas transformaciones tecnológicas, sociales, económicas, culturales y ambientales hacen necesaria una reflexión total acerca de la cultura material contemporánea y hacen posible, tal vez por primera vez después de la fase inicial del proceso de industrialización, el nacimiento de nuevas tipologías de los objetos (Chiapponi, 1999: 10).

En relación a esto, la situación de mercado que ha atravesado el país en las últimas décadas, tanto en los años '70 como en los '90, períodos de gran deterioro de la industria nacional, ha repercutido en la redefinición de los perfiles profesionales de los egresados en Diseño Industrial. En este sentido, tal como plantea Laura Braconi, en relación a su investigación sobre trayectorias de graduados de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Cuyo, podemos observar que:

La compleja reestructuración que ha sufrido el mercado laboral en las últimas décadas, ha llevado a los graduados de Diseño Industrial, en sus dos orientaciones: producto y gráfica, a hacer sustanciales adaptaciones, ya que las competencias requeridas han ido variando según el momento y son muy diferentes de las exigidas históricamente (Braconi, 2009: 1).

Es decir, que las nuevas condiciones laborales generadas en torno al proceso de flexibilización que tuvo lugar en los años '90, así como la dinámica económica de globalización iniciada entre los años '70 y '80, y acentuada en nuestro país en la siguiente década, incidió en la reconfiguración de las trayectorias laborales, así como en la modalidad de ingreso al mercado de trabajo.

En este sentido, podemos dar cuenta de los principios planteados por Dubar y Tripier en torno al concepto de profesión, los cuales remiten a la integración de aspectos sociales, culturales, institucionales, jurídicos, así como objetivos y subjetivos que permean las propias trayectorias de los individuos. Los mismos están constituidos por los siguientes criterios:

1. La profesión no se puede separar del medio social donde es practicada.
2. La profesión no está unificada, pero pueden identificarse muy claramente los fragmentos profesionales organizados y competitivos, las segmentaciones, las diferenciaciones y los procesos de estallido.
3. No existen profesiones estables, todas tienen procesos de estructuración y de desestructuración donde pesan los procesos históricos, los contextos culturales y jurídicos, las coyunturas políticas, etc.
4. La profesión no es objetiva sino una relación dinámica entre las instituciones, la organización de la formación, la gestión de la actividad y de las trayectorias, caminos, biografías individuales en el seno de las cuales se construyen y se deconstruyen las identidades profesionales, tanto sociales como personales (Dubar y Tripier (1988), en Panaia, 2006: 12).

De este modo, la profesión da cuenta de la integración de diversas instancias que dan lugar a la construcción de la identidad profesional, a partir de la interacción entre la propia biografía y el devenir social. En este sentido, este camino profesional, tal como observábamos en el testimonio inicial de uno de los entrevistados (Raúl), se conforma en la integración de elementos propios, deseos, intereses, inquietudes, así como habilidades, competencias, con componentes objetivos, como los diversos actores con los cuales los individuos interactúan en este (o estos) camino(s), que inciden en la propia construcción identitaria profesional.

Es decir que la identidad profesional supone una construcción basada en el dinamismo propio de todo devenir histórico-social, que permea las subjetividades, así como en la articulación de los elementos subjetivos y objetivos que inciden en esta configuración. De esta manera, la identidad se compone de un carácter flexible que la vuelve permeable a los cambios y dinamisismos propios, tanto del individuo como del orden social y espacio-temporal que lo configuran. Los sujetos encuentran al interior de éste un espacio en torno al cual desarrollar sus capacidades y potencialidades, enfrentar obstáculos y dificultades, y construyen, así, según orientaciones propias o del entorno mismo, un camino a seguir. De este modo, volviendo al caso planteado por este entrevistado —el cual claramente refleja el camino iniciado por diversos egresados, basado en la búsqueda autogestionada de

espacios de inserción, desde una ‘autopromoción’ de las propias capacidades–, el descubrimiento de un mercado para el cual el diseño aún tenía todo por ofrecer, combinado a la curiosidad del egresado, en su búsqueda por alcanzar espacios posibles de desarrollo de la actividad, orientaban y construían el camino profesional, ya no circunscripto únicamente al ámbito de la industria, dada la necesidad de abrirse nuevos espacios por fuera de ésta.

Así, la posibilidad de insertarse laboralmente vendría de la mano de una autogeneración del empleo, y no de la idea de esperar a que un industrial los convocara para trabajar en una empresa. Esto es, la inserción, en muchos casos, se basaba en el desarrollo de un trabajo autogestionado, a partir del recorrido llevado a cabo por cada estudiante o graduado, en función de su inquietud, movimiento e intuición.

Hablamos también de ciertos *habitus* incorporados, ciertas formas de aprehender las estructuras sociales, ciertos esquemas de percepción y acción, que devendrían en determinadas modalidades de inserción. La diversidad de prácticas que comienza a tener lugar en estos años –los ’90– y que pasa a configurar el ejercicio profesional del diseñador industrial, se encuentra en cierta forma ‘habilitada’ debido a la existencia de un *habitus* performador que, siendo el anclaje de una historia objetivada en instituciones, estructuras y discursos sociales, se subjetiviza en el desarrollo de las prácticas mismas. De este modo, observamos que:

Debido a que el *habitus* es una capacidad infinita de engendrar en total libertad (controlada) productos –pensamientos, percepciones, expresiones, acciones– que tienen siempre como límites las condiciones de su producción, histórica y socialmente situadas, la libertad condicionada y condicional que asegura está tan alejada de una creación de imprevisible novedad como de una simple reproducción mecánica de los condicionamientos iniciales. (...) Es así como el *habitus*, igual que todo *arte de inventar*, permite producir un número infinito de prácticas, relativamente imprevisibles, pero limitadas en su diversidad (Bourdieu, 1992: 96-97).

Esto es, hablamos de prácticas subjetivas sostenidas por una historia y unos principios que orientan y dan lugar a las acciones. Las mismas pasan a constituirse en un marco ‘de lo esperable’, en tanto resultado de imbricaciones subjetivas y objetivas socialmente estructuradas. Si podemos pensar en las prácticas que constituyen la búsqueda de desarrollo profesional de estos egresados en tanto acciones conformes a tradiciones, principios, discursos, contextos históricos y sociales que de alguna manera condicionan a las mismas, es por la existencia de un *habitus* que atraviesa estas mismas prácticas, que las origina en tanto expresión del orden del cual forman parte, constituidas en tanto estrategias propias que permiten alcanzar el capital en juego, al interior de un campo específico. En este sentido, “si las prácticas de los miembros del mismo grupo o, en una sociedad diferenciada, de la misma clase, están siempre más y mejor concertadas de lo que saben y quieren los agentes, es porque, como dice Leibniz, “no siguiendo más que sus propias leyes”, cada uno “se pone de acuerdo con el otro”” (Bourdieu, 1992: 102). Esta idea de “seguir sus propias leyes”, sobre la base de una creencia colectiva compartida, a modo de una *illusio* que habilita el juego y recrea el interés de los agentes por formar parte de éste, y del propio campo, refleja la actitud que los entrevistados manifiestan una vez finalizada la carrera universi-

taria, al 'apostar' por el juego, desplegando sus habilidades, y emprendiendo así los inicios al interior de un campo complejo, que demanda prácticas a modo de estrategias, y que seguramente, quienes más las desarrollen, más comprendan las reglas del juego, menor complejidad o dificultades percibirán al momento de posicionarse dentro de éste.

En este sentido, de acuerdo al relato de diversos entrevistados, una cuestión planteada al momento de insertarse en el mercado tiene que ver con la "curiosidad" o la "inquietud" que desarrolla el egresado, referidas a los propios intereses, y en función de los cuales busca orientar la profesión hacia una determinada área de acción. Si bien la formación apela principalmente a una orientación de servicio a la industria, como hemos planteado anteriormente, la diversidad de actividades en las cuales un diseñador industrial puede desempeñarse, amplía el escenario de inserción, dando cuenta de un abanico de múltiples posibilidades en torno a las cuales desarrollarse profesionalmente. En relación a esto, algunos entrevistados plantean lo siguiente:

A mí me parece que la carrera es increíble de buena, me encanta, y que 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, en qué país vivas 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 (Sebastián, DI, FADU-UBA).

Una cosa es la formación, o sea las herramientas que como diseñadores tenemos. Me parece que es una disciplina que es muy rica y que te abre la cabeza. Entonces en la formación de un diseñador industrial, vos tenés herramientas de producción, que es la parte de saber cómo se hacen las cosas. Después tenés cierta cuestión de un oficio. La carrera te da un oficio que es cómo resolver determinados problemas y ver a través de la realización de un producto. Después te da cierta cuestión de sensibilidad estética, artística y cierta cultura de diseño que me parece que es como muy rico. Entonces en todo eso, decía un egresado nuestro el otro día que ahora es profesor de acá, la carrera te da una caja de herramientas, en función de tus posibilidades y tu suerte, de lo que vos puedas hacer, vas a encontrarle la vuelta (Daniel W., DI, FADU-UBA).

Tal como hemos observado, la incorporación de los nuevos ingresantes al campo configura en ciertos casos el despliegue de nuevas estrategias de participación dentro del mismo, revirtiendo o modificando en algunos casos prácticas ya instaladas, del mismo modo que pueden movilizar posiciones propias o de otros actores. Cabe destacar que este campo complejo, al interior de un contexto que ha atravesado transformaciones en las últimas

décadas, tanto en términos económicos, como sociales y culturales, ha dado lugar a la emergencia de diversos espacios de inserción laboral, así como de perfiles profesionales diferenciados en relación a la figura del diseñador industrial. De este modo, si bien durante los años '90 comenzaba a conformarse un abanico de posibilidades de inserción en torno a los perfiles profesionales de los egresados de Diseño Industrial de la UBA, y esto, justamente, porque comenzaba a redefinirse la concepción de la inserción en la industria como única salida laboral de estos diseñadores, cabe destacar que es a partir de la década del 2000, específicamente a partir de la reactivación económica tras la denominada 'crisis de 2001', que se acentúa la diversidad de acción como constitutiva a la inserción profesional de estos egresados en el mercado.

Así, en este nuevo contexto, se evidencia una reconfiguración del campo de inserción profesional del Diseño Industrial, dado el mayor desarrollo de esta actividad a partir de un mayor conocimiento a nivel industrial de este servicio –en el cual influyeron, e influyen, los centros o programas gubernamentales destinados a este fin–, así como también a partir de la generación de proyectos de tipo independiente, sea a través de la proliferación de estudios de diseño, la participación *free lance* o la producción autogestionada –autoproducción– en relación a la cual el 'diseño de autor' ha acrecentado su acción, a partir de la puesta en escena de circuitos de diseño en la ciudad de Buenos Aires, como el caso inicial del barrio de Palermo. En este sentido, una diseñadora entrevistada expresa que:

... Muchos de estos emprendimientos nuevos que aparecen a partir de la crisis tienen que ver también con la Facultad, porque hay un trabajo práctico que se hace, que es legendario, donde vos en el último año lo que hacés es una serie de producción, tenés que hacer, ponele, veinte productos, de un producto de consumo, simple, por ejemplo, puede ser, no sé, un cenicero, una taza de café, una bandeja, algo, vos lo decidís y vos tenés que pensar cómo lo vas a fabricar, y tu entrega es entregar los veinte productos. Al desarrollarse ese tipo de ejercicio desde la Facultad los pibes se iban de la Facultad con eso bajo el brazo, con una pequeña serie de producción y habiendo experimentado ese tipo de producción, entonces, ¿qué aparece? la autogestión, el emprendedor, el tipo que al no haber industria y no poderse meter en la empresa, ¿qué hace? va a vender sus productos a estos mercados que se empiezan a generar y que además ellos mismos son los que los generan, porque son los diseñadores que se meten ahí los que terminan haciendo que Palermo crezca, y ahí aparece moda, aparecen productos (Daniela, becaria UBACyT y docente en FADU-UBA).

En este sentido, la práctica de la autoproducción fue una instancia que surgió desde los mismos alumnos, al asumir que ellos podían –y querían– realizar sus propias piezas, lo cual fue contemplado por la Facultad. En función de esto, no sólo se redefinió institucionalmente la disciplina, sino el propio perfil profesional, tradicionalmente orientado a la industria, ahora vinculado también a la autoproducción, constituyéndose en uno de sus perfiles más desarrollados en estos últimos años. En este sentido, Beatriz Galán sostiene que: "En nuestro medio, el liderazgo del diseño en el ámbito de las industrias culturales fue acompañado desde proyectos pedagógicos por la Universidad de Buenos Aires", en clara

referencia a la práctica de autoproducción iniciada en el marco de la Cátedra Taller de Diseño Industrial, a cargo del Arq. Ricardo Blanco, en el Cuarto Nivel, a partir del año 2000. Esto es, el proceso de mayor apertura profesional dado por este nuevo escenario, pero devenido de una práctica tradicional como es la inserción del diseñador en la industria, que se encontraba en este momento en una situación compleja, al evidenciarse una 'grieta' entre este servicio y la industria en nuestro país, generó una mayor participación de los diseñadores como trabajadores independientes, dado el contexto de reestructuración del mercado laboral, que, tal como planteaba Braconi, orientó a los profesionales del Diseño a modificar sus perfiles y orientaciones profesionales. Este campo de inserción, sin dudas, se vio modificado por estos condicionantes, sumado al aval que brindó la Universidad al generar una orientación basada en la autoproducción, lo cual incentivó esta práctica profesional. Así, a partir del 2000, se reconfiguró el campo del Diseño Industrial, a partir de: una mayor participación de diseñadores en el mercado (preeminencia de inserción en formas autogestionadas: estudios de diseño, autoproducción, diseño 'de autor', *free lance*; en menor medida inserción en empresas en relación de dependencia); estudios de diseño independiente; industria (gradualmente más receptiva a incorporar diseño en la producción); centros de promoción del diseño industrial; instituciones académicas de formación. Se acentúa la diversidad de perfiles profesionales, así como la competencia entre diseñadores instalados y nuevos ingresantes (y entre estos entre sí) en lucha por el reconocimiento y la legitimidad.

La diversidad de perfiles profesionales, entonces, tiene su anclaje en este nuevo escenario de inserción laboral, al interior del cual participan los diferentes actores imbricados en la lucha por la obtención de reconocimiento, de legitimidad, y en relación a un proceso de construcción identitaria que tiene lugar, día a día, en función de la definición y redefinición de la identidad profesional de los diseñadores industriales.

Conclusiones

Al analizar la configuración del campo –en línea con Bourdieu– de inserción laboral de los diseñadores industriales egresados de la Universidad de Buenos Aires, fue importante considerar algunas cuestiones que dan lugar a pensar la constitución de los mismos como profesionales.

En primer lugar, el diseñador industrial se abre camino en un trayecto al interior del cual se entrecruzan desencuentros y conflictos que complejizan su trama laboral, su campo de inserción y acción. El presente profesional se muestra, por lo tanto, colmado de desafíos, pero en un contexto de alta diversidad, mayor apertura y despliegue de saberes y competencias que lo vuelven un agente potencial de múltiples acciones y desarrollos al servicio de la sociedad. En segundo lugar, el escenario que se presenta es ciertamente complejo, al igual que esta figura también lo es. Pero con una clara idoneidad de los procesos productivos, del entorno social y cultural, y de las necesidades inherentes a éste, sumado a una mayor especialización al interior de un campo diverso, estos profesionales pueden alcanzar una especificidad consolidada, así como un mayor reconocimiento en su espacio de inserción, arrojando luz sobre su propia figura e identidad profesional.

En este sentido, tal como mencionara una entrevistada, “todo es cuestión de legitimidad”, ante lo cual bien vale pensar que las divergencias y convergencias en torno a esta figura profesional, así como el propio devenir histórico de la disciplina, en tanto resultado de saberes y discursos diversos, de desfasajes inherentes a la profesión, entre formación y actividad profesional, conforman y 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, tal como supone la propia formación. La construcción de la identidad profesional es depositaria de estas continuidades y rupturas que atañen a la propia disciplina, así como la valoración de este profesional, en tanto resultado de un proceso de legitimación de saberes y competencias que, aún, debe consolidarse socialmente. Si bien hablamos de reconocimiento y legitimación de esta figura, del diseño mismo como servicio para la sociedad, la valoración, la instancia de valorización de la misma, aún dista de estar consolidada.

En la medida, entonces, en que los diseñadores puedan plantearse no sólo como generadores de ‘valor’ para la producción, de ‘valor agregado’ para la misma, sino como ‘perceptores’ de valor, esta ‘reciprocidad de valoraciones’ configurará el espacio de legitimación de saberes y competencias en torno a los cuales el valor del trabajo del diseñador será producido y socialmente asumido. A su vez, en la medida en que se produzca una mayor articulación entre el ‘Yo’ y el ‘Otro’, entre diseñadores y clientes, entre diseñadores e industriales, entre diseño e industria, entre formación y actividad profesional, la valoración podrá ser alcanzada, junto a un mayor reconocimiento y legitimidad, en tanto *enjeux*, en tanto objeto en juego disputado dentro del campo profesional del Diseño Industrial.

Notas

1. Ver Maldonado, T. (1993). *El Diseño Industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (2000). *Cuestiones de sociología*. Madrid: Istmo.
- Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1992). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- Braconi, L. (2009). Análisis de la trayectoria académica y datos laborales. Facultad de Artes y Diseño, Universidad Nacional de Cuyo. [On line]. Disponible en: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/2769/braconitrayectoria.pdf
- Chiapponi, M. (1999). *Cultura social del producto. Nuevas fronteras para el diseño industrial*. Buenos Aires: Infinito.
- Devalle, V. (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del diseño gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires: Paidós (Comunicación).
- Panaia, M. (2006). *Trayectorias de ingenieros tecnológicos. Graduados y alumnos en el mercado de trabajo*. Buenos Aires: Miño y Dávila /Universidad Tecnológica Nacional-Regional Gral. Pacheco.

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

Abstract: In Bourdieu's terms, those who participate in the field, compete for the (symbolic) appropriation of the object, for the scope of a specific authority, and for recognition, making use of one's capital to become "dominant" actors and hold thus this authority, recognized as legitimate.

This can be seen when studying the professional field of Industrial Design, where the articulation of actors in play –both already installed and new entrants– involves the struggle for the appropriation of capital: economic, symbolic (prestige, recognition), cultural or educational, generating in turn new positions in the professional space.

In this way, it is interesting to investigate in the present work, the constitution of this field in the light of the Bourdean theory, with the purpose of understanding the work trajectories of the designers, their practices, as well as the relations given to the interior of this, the oriented fights in order to reach the disputed *enjeux*.

Keywords: Industrial design - Field - Labor insertion - Work trajectories - Professional development.

Resumo: Nos termos de Bourdieu, aqueles que participam do campo competem pela apropriação (simbólica) do objeto, pelo escopo de uma autoridade específica e pelo reconhecimento, fazendo uso do capital para se tornarem atores "dominantes" e assim esta autoridade, reconhecida como legítima.

Isso pode ser visto quando se estuda o campo profissional do Desenho Industrial, onde a articulação de atores em jogo –ambos já instalados e novos entrantes– envolve a luta pela apropriação do capital: econômico, simbólico (prestígio, reconhecimento), cultural ou educacional, gerando por sua vez novos posicionamentos no espaço profissional.

Assim, interessados em investigar neste trabalho, a constituição deste campo à luz da teoria bourdeana, a fim de compreender as carreiras de designers, suas práticas e relações indicados dentro deste, o lutas orientadas para atingir o *enjeux* contestado.

Palavras chave: Desenho industrial - Campo - Inserção laboral - Trajetórias de trabalho - Desenvolvimento profissional.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]



Facultad de Diseño y Comunicación

Mario Bravo 1050 . Ciudad Autónoma de Buenos Aires
C1175 ABT . Argentina . www.palermo.edu/dyc