

8

Reconocimiento e identidad en torno a la profesión del diseñador industrial

La cuestión del reconocimiento y la identidad profesional de los diseñadores industriales remite a una instancia en constante redefinición, sea por las cambiantes prácticas profesionales, por sus reposiciones en contextos de coyuntura económica, o por la redefinición de la disciplina en el ámbito universitario, esto es, por la necesidad de habilitar una profesión basada en lo diverso, dados los requerimientos del mercado y de la sociedad.

Tal como he analizado a lo largo de este trabajo, la configuración disciplinar del Diseño se construye en un marco dinámico de definiciones y redefiniciones de la práctica, inicialmente en torno a la forma y a la calidad de los productos industriales, a la dicotomía artesanal-industrial, cuestiones que luego se continuaron en discusiones sobre la preeminencia o no de la funcionalidad o la formalidad en los productos, así como el encuentro o desencuentro con las artes, lo cual acercaba o alejaba, por cierto, a la figura del diseñador de la del artista-artesano. 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.

El diseñador como profesional es formado, entonces, sobre una base múltiple de acción, en la medida en que requiere herramientas diversas que se vuelven necesarias para desarrollar su labor. Esto, porque el diseño constituye en sí un eslabón importante en la cadena productiva, con lo cual el profesional debe articular diferentes instancias que atañen tanto a la forma, el concepto y la función de los productos a desarrollar, como a las tecnologías y los materiales a través de los cuales serán producidos, así como cuestiones vinculadas a la comercialización y el consumo, atendiendo las demandas y necesidades del público consumidor.

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 identidad profesional, en la construcción de una identidad devenida del reconocimiento de los otros –sean estos industriales, los propios clientes, otros diseñadores, o instituciones, como la misma Universidad que los formó–, así como las propias inquietudes, intereses, deseos, en función de los cuales se proyecta el individuo como profesional. Con lo cual, tanto la ‘mirada’ objetiva de los otros, el reconocimiento por parte de estos, en conjunción con la ‘mirada’ subjetiva que uno resignifica para sí, en función de la cual uno se proyecta, configuran la propia identidad.

Así, podemos decir con Dubar: “la identidad no es otra cosa que el resultado a la vez estable y provisorio, individual y colectivo, subjetivo y objetivo, biográfico y estructural, de los diversos procesos de socialización que, conjuntamente, construyen los individuos y definen las instituciones” (Dubar, 2001: 109). Esto es, la identidad, de acuerdo con Dubar (2002), se conforma en relación a dos dimensiones, una personal o biográfica –la identidad para sí– y una relacional –la identidad para otro–, poniendo en juego una articulación de los mencionados elementos subjetivos y objetivos que tienen lugar en el proceso de construcción identitaria:

El sujeto construye su identidad a partir de una transacción *interna* al individuo, delineando “qué tipo de persona uno quiere ser” en correspondencia con su biografía; y una transacción *externa* entre el individuo y las instituciones y grupos a los que pertenece, a través de la cual se perfila “qué tipo de persona uno es”, y con ello a qué definición oficial corresponde. De esta manera y a través del conjunto de representaciones sociales que conforman, por un lado, el acto de pertenencia, y por otro, el de atribución, el sujeto edifica en una misma identidad dos dimensiones de sí: la *identidad para sí* y la *identidad para otro*. Ambos aspectos de la identidad son inseparables y se construyen en un proceso continuo en el que el sujeto y su entorno se entre-trascienden y determinan. (Dubar, 2000b, en Longo, 2003: 5)

En relación a esta puesta en juego de definiciones establecidas por los otros, definiciones “oficiales” que delimitan el *tipo de persona que somos*, articuladas con deseos y aspiraciones propias en función de *lo que queremos ser*, es que se construye la base de la identidad profesional:

La identidad profesional dependerá de la definición desde sí mismo y desde la otredad en cuanto a componentes como las competencias, el estatus, la carrera posible, la construcción de proyectos y las aspiraciones. Este ejercicio construirá una “identidad profesional de base” que permitirá una proyección de sí para el porvenir y que por lo tanto orientará la trayectoria de empleo y la lógica de aprendizaje o formación. Es decir que “no se trata sólo de elegir un oficio o profesión o de obtener un diploma, sino de la construcción personal de una estrategia identitaria que pone en juego la imagen del Yo, la apreciación de capacidades y la realización de deseos. (Dubar, 2000, en Machuca Barbosa, 2008: 53).

De acuerdo con esto, es interesante volver sobre un planteo realizado por un entrevistado, quien sostenía: “No todos [los diseñadores] son iguales y me parece que es una carrera que sí depende mucho de cómo vos vayas manejándote cuando salís para ver qué diseñador industrial sos”. Allí podemos observar la imbricación subjetiva-objetiva que interviene en la constitución identitaria, al interactuar instancias tales como ‘qué tipo de diseñador uno quiere ser’ con ‘qué tipo de diseñador uno es’, aludiendo a la definición de Dubar (2002). Esto es, tal como hemos observado anteriormente, las instancias subjetivas y objetivas, la biografía y el entorno social-institucional se entrecruzan, se entrelazan en la propia definición identitaria del diseñador, dando lugar a la construcción de su identidad profesional, la cual se constituye como una dimensión de la identidad social:

La identidad profesional es una de las dimensiones que conforma a la identidad social y que privilegia el estudio de los aspectos vinculados con el trabajo dentro de la socialización. Se ubica principalmente en los contextos de formación universitaria y de mercado de trabajo y recupera mecanismos de interacción entre los que destacan la elección de carrera y de universidad, la formación educativa, la inserción al mercado de trabajo, la dinámica al interior del espacio laboral y el proyecto de vida académico y profesional. (Machuca Barbosa, 2008: 53)

La constitución de la identidad profesional es dinámica, en tanto resultado de un proceso cambiante atravesado por instancias diversas que interactúan, dando lugar a una identificación del egresado con un grupo de pertenencia, así como a una diferenciación con respecto a otros grupos profesionales:

Las identidades profesionales son entendidas como formas identitarias en el sentido de configuraciones *Yo–Nosotros* que se localizan en el ámbito de las actividades de trabajo remuneradas. Son formas socialmente reconocidas de identificarse mutuamente en el ámbito del trabajo y del empleo, en el sentido de relaciones sociales y de trayectorias biográficas de vida laboral (Dubar, 2002:113). [...] Son el complejo de representaciones profesionales adquiridas en el proceso de interacción durante su formación profesional que permiten identificarse o diferenciarse de otros grupos profesionales en cuanto a su ser y quehacer profesional. (Machuca Barbosa, 2008: 53)

La identidad se construye, entonces, sobre esta base de la diferencia, así como de la pertenencia, en el sentido de que ambas instancias contribuyen en igual medida a su conformación. En relación a esto, y principalmente a la instancia constitutiva de la identidad profesional basada en el ‘diferenciarse’ respecto de otros grupos profesionales, una cuestión ciertamente significativa en torno a la profesión de los diseñadores industriales tiene que ver con su mentada vinculación con disciplinas como las Artes, la Arquitectura, o mismo la Ingeniería, al entrecruzarse en los procesos de configuración artística, proyectual o de producción industrial que las atañen. Esta cuestión incide, a su vez, en el reconocimiento social de los diseñadores, así como en el proceso de construcción de su identidad profesional, al identificarse con o diferenciarse de estos otros grupos profesionales, los cuales presentan cierta convergencia con su actividad laboral. Analizaremos en el próximo apartado esta cuestión.

8.1. Diseñadores, entre ingenieros y arquitectos

Ante la existencia de una diversidad de perfiles profesionales, la propia definición identitaria del diseñador industrial se vuelve ciertamente compleja. Esto, debido a que tradicionalmente ha estado configurada bajo el supuesto –como mencionara un entrevistado, bajo el postulado moderno europeo– de ser concebido para diseñar productos industriales. Pero, ante la redefinición disciplinar que he planteado en los capítulos anteriores, esta configuración identitaria, y el reconocimiento de estos profesionales en el mercado, también se han redefinido, adquiriendo una nueva significación, basada ahora en la conformación de un perfil profesional ‘múltiple’.

A su vez, el entrecruzamiento con disciplinas cercanas, vinculadas a lo proyectual, interviene en el reconocimiento del diseñador como profesional, al volverlo una figura compleja, con una especificidad un tanto indefinida. No es solamente en relación a las diversas carreras de Diseño –en sí, ya dentro de este mismo campo se manifiesta la pluralidad–, sino con respecto a la cercanía que presenta con el Arte, la Arquitectura o la Ingeniería. Disciplinas cercanas y fronterizas que, ante la amplitud y diversidad de acción profesional del diseñador, se entrecruzan con el campo del Diseño, volviéndolo una profesión –con una autonomía ciertamente reconocida, portadora de un cuerpo de saberes propios– cuya práctica aún debe diferenciarse de aquellas disciplinas que la definieron y constituyeron desde sus inicios como tal.

De este modo, se evidencia una inserción laboral no sin conflictos, puesto que el diseñador debe llevar adelante su integración y participación en el mercado ‘abriéndose camino’ entre profesiones legitimadas por saberes ‘tradicionales’ –la Arquitectura como disciplina pionera de la actividad proyectual en el país, la Ingeniería como referente de un saber legiti-

mo vinculado a la producción industrial—, cuyas figuras profesionales en un punto reflejan mayor especificidad en sus desarrollos laborales, al mismo tiempo que se refleja sobre estas un mayor conocimiento social, con respecto a la labor del diseñador:

Un ingeniero vos ya tenés una idea que tiene cierta preparación, como que ya su trabajo vale *per se* digamos, con lo que esta persona el título que tiene ya te implica que tiene tantos conocimientos. El diseñador como que es más una nebulosa lo que sabe en general. Y en la realidad también es un problema, es una nebulosa. (Sebastián, trabaja en empresa)

Como que los empresarios conocen a los ingenieros, a los arquitectos, pero no saben lo que es un diseñador industrial. (Georgina, autoproductora)

En relación a este mayor reconocimiento de los ingenieros o arquitectos, otro entrevistado expresa sus percepciones sobre esta cuestión, instalando discursivamente una incertidumbre acerca de la figura de los diseñadores industriales y su propia definición, cuestión que diverge ciertamente para el caso de los arquitectos e ingenieros:

Porque aparte también hay una cuestión, digamos, como de... de reconocimiento. O sea, no somos arquitectos ni ingenieros... entonces es como ¿qué somos? (Diego C., diseñador en estudio independiente)

—Sí, aún hoy te confunden normalmente con ingeniero industrial... (Roberto, diseñador en estudio independiente)

—¿Tienen todavía que estar explicando...?

—¡Claro! Pero me pasó ayer, ¿viste?... A un tipo, a un posible cliente le habían hecho una propuesta y no le gustaba: “no... muy dura porque la hizo un ingeniero industrial”, “bueno, mostrame qué te hicieron”. Cuando me muestra, decía abajo: “Diseño Industrial”. Entonces... o sea... [risas]. Ya el hecho de que diga “industrial” en el título hace... Para el tipo que no sabe, la primera impresión es ‘tiene que ver con la Ingeniería’. (Diego C.)

Dos componentes, sin dudas, atraviesan estos discursos: la identidad y el reconocimiento. Por un lado, se manifiesta la necesidad de diferenciarse discursivamente de profesionales cuyas disciplinas, si bien se aproximan al Diseño, se presentan como ‘tradicionales’ en el abanico de las profesiones, tanto para el caso del arquitecto como del ingeniero. Lo cual genera, por otro lado, un distanciamiento de ese posicionamiento de reconocimiento en el que se encuentran, negadas discursivamente como identitarias, al afirmarse: “no somos arquitectos ni ingenieros”.

Si pensamos la noción de diferenciación, esto es, la acción de diferenciarse de aquellos con los cuales no nos sentimos identificados, se establece una de las operaciones sobre las cuales se sostiene todo proceso de construcción identitaria. Esto es, en términos de Dubar:

La identidad no es lo que permanece necesariamente “idéntico”, sino el resultado de una “identificación” contingente. Es el resultado de una doble operación lingüística: diferenciación y generalización. La primera es la que tiende a definir la diferencia, la que incide en la singularidad de algo o de alguien en relación con los

otros: la identidad es la diferencia. La segunda es la que busca definir el nexo común a una serie de elementos diferentes de otros: la identidad es la pertenencia común. Estas dos operaciones están en el origen de la *paradoja* de la identidad: lo que hay de único es lo que hay de compartido. (Dubar, 2002: 11)

En el pasaje al que hacen alusión los entrevistados (Roberto y Diego), al diferenciarse claramente de los arquitectos e ingenieros, se refleja esa operación de diferenciación explicada por Dubar, la cual incide en la propia configuración identitaria –esto es, se diferencian del otro en tanto que adquieren una identidad propia–, pero al mismo tiempo se establece una diferencia en términos de reconocimiento dada por la especificidad de estas disciplinas devenidas ‘tradicionales’, en divergencia de la ‘amplitud’ del Diseño, en tanto disciplina ‘liberal’, tal como la plantea Chiapponi (1999).

La discursividad en la que se vuelve manifiesta esta diferencia remite a una construcción identitaria que se inserta en ámbitos específicos de producción. En este sentido, de acuerdo con Stuart Hall:

Precisamente porque las identidades se construyen dentro del discurso y no fuera de él, debemos considerarlas producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas, mediante estrategias enunciativas específicas. [...] Las identidades se construyen a través de la diferencia, no al margen de ella. Esto implica la admisión radicalmente perturbadora de que el significado «positivo» de cualquier término –y con ello su «identidad»– sólo puede construirse a través de la relación con el Otro, la relación con lo que él no es, con lo que justamente le falta, con lo que se ha denominado su *afuera constitutivo*. (Hall, 2003: 6)

Es decir que se instala discursivamente una cuestión específica: la supuesta falta de reconocimiento, desde la visión del entrevistado, al preguntarse “¿qué somos?”, en oposición al reconocimiento social de la figura del arquitecto o del ingeniero, al mismo tiempo que se pone en juego una construcción de identidad a partir, justamente, de no identificarse como aquel otro que es socialmente reconocido. La identidad se nutre de estas diferencias, se construye en la misma diferencia con el otro –“a través de ella”, como expresa Hall–, en este caso, en el no reconocerse como otro que es reconocido. Es así que “diferenciación, identificación y reconocimiento son momentos inseparables y articulaciones del proceso de construcción de identidad, y están situados en el seno de la experiencia conflictual y social de las relaciones humanas” (Sainsaulieu, 1988). Lo positivo se instala en esta negación: la identidad es inherente a este reconocimiento de un no reconocimiento. Esto es, afirmativamente, la identidad es dada a partir del reconocimiento:

El individuo participa en la definición de su identidad. Se podría decir que negocia con su entorno, pero no dispone de su plena voluntad. No es por casualidad que la época de la revolución expresivista vea el nacimiento de otro discurso, el del reconocimiento. Hablo del tema del reconocimiento por otro como condición de la identidad lograda. El individuo tiene necesidad, para ser él mismo, de ser reconocido. [...] No podríamos definirnos por nosotros mismos. Tenemos necesidad del concurso de los «otros significativos». (Taylor, 1999: 4)

La identidad se construye en función del reconocimiento del otro. Para el caso de los diseñadores, si bien son reconocidos como profesionales (institucionalmente, por la Universidad, por sus clientes, por el mercado), cuestiones como el mencionado desconocimiento de la profesión, o mejor dicho, de las competencias específicas del diseñador industrial, principalmente en relación a la industria; la escasa incorporación o contratación de diseñadores en las empresas; la baja remuneración que perciben por las tareas realizadas –cuestión recurrente en las entrevistas, que abordaremos más adelante–; la confusión que aún impera con respecto a la figura de los ingenieros, sobre todo, los industriales; así como la mayor o menor vinculación con las disciplinas del Arte o la Arquitectura, indican que el reconocimiento de estos profesionales se ve inmerso en una contradicción. La contradicción que, sin dudas, connota esta situación pone en evidencia las consecuencias de una formación ‘ampliada’: beneficiosa en términos de inserción laboral, inespecífica al momento de delimitar la figura del diseñador como profesional. En este sentido, podemos pensar que se reconoce la profesión, la actividad del diseño, pero no concretamente las competencias de este profesional: la dificultad está en reconocer específicamente esta figura.

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. En este sentido, tal como expresa Battistini (2009), retomando la noción de identidad de Cuche (2001):

Nuestros tiempos muestran, cada vez con mayor crudeza, la complejidad creciente de nuestras sociedades. Si la identidad es una construcción social dicha complejidad, entonces, no puede serle ajena. Ningún grupo ni individuo está encerrado *a priori* en una identidad unidimensional. Es, precisamente, su carácter fluctuante lo que hace que se preste a diversas interpretaciones. La identidad resulta difícil de delimitar y definir debido a su carácter multidimensional y dinámico. Esto es lo que le confiere su complejidad, pero es lo que le da flexibilidad. La identidad conoce así variaciones, se presta a reformulaciones y también a manipulaciones. (Cuche, 2001: 91-92, en Battistini, 2009: 2)

La figura del diseñador industrial deviene compleja, dada la diversidad de discursos que atraviesa a la misma disciplina, desde sus inicios como tal. Esta identidad que define al diseñador, como expresáramos anteriormente, se construye en función del *sí mismo* así como del reconocimiento del *otro*, de componentes subjetivos y objetivos que atraviesan la trayectoria del individuo, su instancia biográfica. La cuestión del reconocimiento en tanto profesionales se entremezcla discursivamente con el planteo de los posicionamientos que mantienen las figuras del ingeniero y del arquitecto en el escenario productivo, así como en el imaginario social. Ahora, ante la pregunta que se plantea el entrevistado, cuando expresa: “no somos arquitectos ni ingenieros...entonces es como *¿qué somos?*”, se pone en evidencia una grieta entre la identidad concebida ‘para sí’ y la identidad ‘para el otro’, al verse carente de identidad ante el no reconocimiento en tanto profesionales *reconocidos*, esto es, entre los arquitectos o ingenieros. Si el reconocimiento viene de la mano de pertenecer a una disciplina ‘reconocida’ socialmente, como la Arquitectura o la Ingeniería, la pregunta que surge es cómo volverse reconocido desde una disciplina cuyo reconocimiento social aún alberga tergiversaciones o confusiones acerca de la propia práctica. ¿Cómo ser reconocido si todavía la propia figura se presenta imprecisa, dada su complejidad y diversidad?

Ante esto, una entrevistada expresa:

Cuesta o por ahí no está como ya trazado el camino, ¿no? Digo, entre la demanda y lo que nosotros hacemos hay por ahí un hueco. O sea, la oferta es muy diversa, que lo hace muy difícil disfrazar a alguien de diseñador industrial y decir “bueno, este es nuestro representante”, ¿no? “Esto nos representa”. Porque en realidad hay gente que es... Produce sus propios diseños y los vende en lugares como, digamos, donde se valora el valor estético que tiene el producto y demás, y otras que trabajan en una metalúrgica mejorando la... Digamos, mucho más cercanos a la Ingeniería. Nos definimos mucho también en función de a qué nos acercamos, ¿no? Que estén más cerca de un trabajo más de Ingeniería o más de Arquitectura o... Yo, por ejemplo, últimamente estoy mucho más vinculada al rubro de lo que es como de moda e indumentaria que industrial propiamente dicho. (Soledad, diseñadora en estudio independiente)

En este pasaje se observa la dificultad de ‘visibilizar’ la figura precisa del diseñador, lo cual se ve reflejado cuando la entrevistada plantea que “se hace difícil disfrazar a alguien de diseñador”, dejando en claro que no tiene, o no tendría, un rol ciertamente definido. A su vez, aparece nuevamente la proximidad a las disciplinas de Ingeniería o Arquitectura, cuando ella plantea: “nos definimos también en función de a qué nos acercamos”, de modo que esas disciplinas constituyen ciertos parámetros de definición identitaria. El ‘qué somos’, si se relaciona a disciplinas ‘tradicionales’ como las mencionadas, encuentra una respuesta más precisa, y en función de esto, la posibilidad de mayor reconocimiento. Ante esto, nos preguntamos: ¿la identidad del diseñador se construye sobre la base de la diferencia o de la proximidad con respecto a profesionales ‘reconocidos’ como el ingeniero o el arquitecto? Tal como mencionáramos en líneas anteriores, se supone una construcción identitaria sobre la diferencia con otros grupos profesionales, la operación de la diferenciación a la que hacía referencia Dubar, a partir de la negación del *ser otro* (“no somos arquitectos ni ingenieros”); pero, a su vez, aquí se refleja una autodefinition de identidad al acercarse a este otro: si bien no desde una identificación con ellos, tampoco los vuelve claramente diferenciados en cuanto a la actividad que realizan.

En este sentido, se evidencia una contradicción en ese relato, manifestado claramente en relación a la grieta percibida en cuanto al propio sentido de pertenencia a un grupo definido, justamente, porque no se percibe un grupo propio de referencia que dé lugar a la operación de ‘generalización’ alcanzada por los otros grupos profesionales (arquitectos, ingenieros). Al no predominar un sentido de pertenencia a un colectivo profesional (‘los diseñadores industriales’), tiene lugar esta proximidad o este acercamiento (autoasignada o dada ‘desde afuera’) a esos grupos profesionales. La falta de cohesión los conduce a buscarla, a percibirla, desde otro lugar. El conflicto que en un punto les genera la confusión con esos otros profesionales, mayormente reconocidos, se vuelve una instancia de identificación de sí mismos como próximos a estos, que actúa atenuando los efectos de la falta de generalización. En este sentido:

Las identidades se nutren constantemente de identificaciones que cimientan la subjetividad, y con ello construyen microscópicamente las prácticas de cada persona. Las fuentes significativas e identificatorias de las identidades pueden ser múltiples. Existe todo un abanico de discursos interpelantes que materializan actos permanentes de atribución a los sujetos. [...] Debido a la multiplicidad de interpe-

laciones, la identidad no se compone de identificaciones armónicas; está interceptada por prácticas y discursos diferentes o antagónicos. (Longo, 2003: 6)

La identidad, en tanto resultado de un proceso social dinámico, se construye sobre relaciones de identificación y diferenciación que suponen lazos divergentes, antagónicos, dotados de encuentros y desencuentros que convergen en el marco de la propia socialización, no sin conflictos mediante.

Cabe destacar que la proximidad o cercanía con estas disciplinas, o mismo su diferenciación, evidenciada en los relatos de los entrevistados, nos remite a sus propios planteos acerca del por qué de la elección de la carrera. En este sentido, es importante mencionar que gran parte de los entrevistados ha elegido estudiar Diseño Industrial puesto que contaban con la referencia de familiares, amigos o conocidos arquitectos o ingenieros, de modo que podemos pensar que desde el momento mismo en que se vieron motivados o atraídos a empezar estos estudios existía una mentada vinculación con alguna de esas disciplinas:

Mirá, mi viejo había estudiado Arquitectura y tengo varios familiares que son ingenieros. Y qué sé yo, del tema de dibujar, si bien a mí no me salía muy bien, era como que siempre estábamos en una familia con todo el tema de las artes, y desarrollarse en eso, está bien visto así que... (Andrés, docente universitario y diseñador en estudio independiente)

Mi viejo es arquitecto, tal vez por ahí entré... La verdad que no recuerdo bien por qué me interesó el Diseño. Supongo que sí, la cercanía con mi viejo. (Dolores, becaria UBACyT y docente universitaria FADU-UBA)

Mi papá es médico, mi mamá es psicóloga, venía como toda una rama muy humanista. Pero sí había un amigo, muy amigo de mi papá, arquitecto. Un tipo que ha hecho grandes obras, muy bueno, que en ese tiempo, una noche estaba en casa y estábamos hablando de que quería estudiar Arquitectura o Diseño Industrial, estaba muy confundido y él dijo que si el país se quiere desarrollar, tiene que desarrollar la industria, y si la industria se quiere desarrollar, va a necesitar diseñadores industriales, y dije: "¡vamos! Tengo que estudiar Diseño Industrial". Entonces, creo que me metí por eso. (Marco)

La herencia familiar, así como los referentes cercanos, se constituyen como una dimensión significativa en la trayectoria profesional, específicamente en el momento de elección de la carrera y orientación a seguir en la formación de nivel superior. Con respecto a esto, la relación con el Arte también es una referencia que, al igual que con la Arquitectura o la Ingeniería, emerge en el relato de los entrevistados, al plantearse las motivaciones que dieron lugar a optar por esa profesión:

En mi familia no había ningún diseñador, no había ningún arquitecto... Aunque lo que sí había en ese momento, que yo no entendía mucho la relación entre una cosa y la otra, era una licenciada en Artes que era mi mamá, licenciada en Historia del Arte... Mi viejo es psicólogo, y yo no entendía la relación en principio de Diseño Industrial con la Historia del Arte, después lo fui comprendiendo a medida que me fui adentrando en la carrera... Y mi abuelo que fue mecánico, fue obrero toda la vida y que me llevó a mí a trabajar en la industria. En realidad yo creo que es un

mix que tiene que ver con una historia familiar en ese sentido. (Pedro, docente en la carrera de DI-UBA y diseñador independiente en estudio propio)

Quería ser escultora, quería hacer arte. Yo tenía una pequeña formación en arte, por talleres particulares, había hecho cerámica, tanto en la primaria como después en la secundaria, y bueno, me gustaba... Pero bueno, dejé de hacer por falta de tiempo, esta es una carrera que te consume mucho tiempo...Y considero que mi forma de ver el diseño tiene que ver con esa mirada artística. (Yamila, autoproductora)

En relación a estas mentadas vinculaciones con las disciplinas del Arte o la Arquitectura, el hecho mismo de que las carreras de Diseño se hayan inscripto en el marco de la Facultad de Arquitectura –refiriendo al caso específico de la UBA– también les imprime relevancia, dado que han marcado y sellado la relación significativa que el Diseño ha tenido, y tendrá, con las disciplinas proyectuales. Este hecho tiene lugar a la luz de una corriente que fue predominante en aquel momento para las disciplinas proyectuales, y especialmente para la configuración de la Arquitectura Moderna y el Diseño Moderno –fundado sobre las bases del *buen diseño*–, como fue el funcionalismo.

La teoría del denominado “buen diseño” fue aplicada en el modelo de enseñanza de la UBA, tanto en la disciplina de la Arquitectura como de ‘los Diseños’. Esta imbricación entre ambas no fue casual, sino que justamente se enmarcó en la búsqueda –¿o en la necesidad?– de contemplar la aplicación, para las carreras de Diseño, de un modelo similar de formación proyectual al impartido en Arquitectura:

Dentro del Diseño mismo hay corrientes muy fuertes que tienen que ver con cómo se fue conformando el campo de la disciplina. [...]. La discusión forma-función es una discusión constitutiva del Diseño. Inclusive si agarrás las carreras de Diseño en Argentina (La Plata, Cuyo, Buenos Aires, Córdoba) están armadas en función de esa discusión, o sea, qué postura tomaron frente a cuál iba a ser la línea que le diera cuerpo a las carreras. La Universidad de Buenos Aires siguió la línea funcionalista, que está tomada de la Escuela de Ulm, digamos, está anclada en ese paradigma, sobre todo las carreras de Diseño Industrial y Diseño de Indumentaria son super funcionalistas. Bueno, hay cátedras que tienden más a incorporar un anclaje en lo artístico... En La Plata, la carrera está en la Facultad de Arte, no está en la Facultad de Arquitectura, y en Córdoba está en Ingeniería, entonces ahí ya tenés una respuesta de cuál va a ser el perfil y la concepción de cada una. (Silvia Fábregas, docente de la carrera de Diseño Industrial, FADU-UBA)

Así, la imbricación Diseño y Arquitectura es sostenida hasta el día de hoy por su proximidad como disciplinas proyectuales, por sus criterios de formación, por ciertas áreas de incumbencias fronterizas, pero cabe destacar la autonomía que igualmente el Diseño como disciplina ha adquirido, sobre la base de una diversidad de factores que la atraviesan, pero que, a su vez, asume como inherentes a su intervención en la práctica proyectual.

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 diversidad que, por un lado, 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, como he planteado, incide en la construcción de la identidad pro-

fesional, 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. Recordemos que la demanda de ‘autoproducir’ los productos provino de los mismos alumnos, la cual fue contemplada por la cátedra que le dio lugar y la gestionó como base de su formación. Fueron ellos 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 volverse visibles socialmente, alcanzando un reconocimiento de esta figura profesional, o específicamente, del diseñador como autoemprendedor.

Esto es, si bien los entrevistados plantean que existe un *mayor reconocimiento de la actividad del diseño*, sin dudas se debe, como planteé anteriormente, al mayor desarrollo de esta práctica en la última década. Como sostiene un entrevistado: “...a partir de 2001 hubo como un reconocimiento a cierta cultura del diseño que antes no había. El cambio fue ese...” (Daniel). En sus palabras se refleja un antes y un después en cuestión de *reconocimiento del diseño* como actividad inserta en la sociedad. Pero, sin embargo, ante esta situación, aún la figura del diseñador industrial no resulta lo suficientemente reconocida y valorada, al punto de que aún persisten, como he mencionado anteriormente, los discursos que confunden el diseño industrial como ingeniería, o que desconocen las competencias del diseñador en relación a la industria, lo cual plantea una lucha por la obtención de mayor reconocimiento y valoración de esta figura específica en términos profesionales. Pero, ante esto, cabe destacar que lo que sí denotó en este contexto un reconocimiento de esa figura en la última década ha sido la mayor actividad de tipo autogestionada realizada, que generó una mayor visibilidad de emprendimientos de tipo independientes en relación al diseño, como, por ejemplo, del ‘diseño de autor’. Esto es, cuando los entrevistados refieren a un mayor reconocimiento del diseño a partir de 2001, están remitiéndose a esta situación, no justamente a la que da cuenta de la relación del diseñador con la industria. Es esta práctica autogestionada la que devino mayormente reconocida por la sociedad.

En este sentido, Dubar expresa:

Se puede establecer, de acuerdo con Sainsaulieu, la hipótesis de que la inversión privilegiada en un *espacio de reconocimiento identitario* depende estrechamente de la naturaleza de las relaciones de poder en ese espacio y del lugar que ahí ocupe el individuo y su grupo de pertenencia.^[1] (Dubar, 2000: 121)

A lo que luego agrega: “El espacio de reconocimiento de las identidades es inseparable de los *espacios de legitimación de los saberes y competencias* asociados a las identidades”^[2]. Es decir que, si en la última década tuvo lugar un mayor reconocimiento de las prácticas de estos profesionales, vinculado a una mayor visibilidad de ellas, es porque se plasmó en el campo una puesta en escena de competencias y saberes en juego que hicieron mayormente *reconocible* esta figura. Aquellas, justamente, se basaron en este despliegue de autoproducción en la escena pública.

El espacio de reconocimiento de las identidades, tal como expresa Dubar, es inseparable de los espacios de legitimación de los saberes y competencias. Con lo cual, ante esta redefinición de la disciplina que buscaba legitimar la demanda de diversificar los perfiles profesiona-

les, se constituye un espacio de legitimación de estos nuevos saberes y competencias. Pasan, así, a conformar el nuevo marco de reconocimiento del diseñador, entendido no sólo como un mero diseñador de productos para la industria. El reconocimiento de este profesional se resignifica en ese contexto, devenido de una crisis económica y social, al calor de diversas demandas sociales, y es por esta resignificación que pasa a ser socialmente reconocido.

Ahora bien, es preciso analizar esta cuestión a la luz de una articulación entre la dimensión entendida como 'biográfica' y aquella comprendida como 'relacional'. Tal como sostiene Dubar:

Si el proceso biográfico se puede definir como una construcción en el tiempo, realizada por los individuos, de identidades sociales y profesionales a partir de categorías ofrecidas por las sucesivas instituciones (familia, escuela, mercado de trabajo, empresa...) y consideradas a la vez como accesibles y valorizantes (transacción "subjetiva"), el proceso relacional concierne el reconocimiento, *en un momento dado y en el seno de un espacio determinado* de legitimación, de las identidades asociadas a los saberes, competencias e imágenes de sí propuestas y expresadas por los individuos en los sistemas de acción. (Dubar, 2000: 122)^[3]

Si pensamos, en un primer momento, en el proceso biográfico en función del cual el diseñador construyó su identidad profesional a partir de categorías brindadas por la Universidad, el mercado laboral, los clientes, la industria, en tanto espacios constitutivos de referencias identitarias, se puede observar la divergencia que compone, o que subyace a, algunas de estas categorías. Es decir, por un lado, la Universidad avala un perfil de diseñador 'orientado al diseño de productos' –dada la instancia de redefinición disciplinar, aún el anclaje de este discurso pervive–; por otro, la industria, en un punto, desconoce esta especificidad vinculada a los diseñadores industriales (o la lleva a cabo a partir de otras figuras profesionales), ante lo cual el mercado absorbe a esos profesionales para labores diversas, en las cuales muchas veces los propios egresados no se reconocen como diseñadores. Es, entonces, sobre esta divergencia que se lleva a cabo la transacción subjetiva, la 'negociación' planteada por Taylor, a fin de construir una trayectoria profesional sobre la base de saberes, competencias e imágenes de sí que den lugar al reconocimiento de la propia identidad. Sólo en función de su legitimación, del espacio de legitimación de estos saberes y competencias, tendrá lugar el reconocimiento. El proceso relacional, esta transacción 'objetiva', se construye, así, sobre la base del reconocimiento de las identidades, asociadas a saberes y competencias, en un *espacio de legitimación* de ellos.

Si planteamos que la legitimación institucional (desde la Universidad) avala el saber vinculado a un tipo de perfil, ¿qué ocurre con la práctica profesional que excede el área tradicional del diseño de productos? Esta instancia conduce, como podemos observar en algunos casos, a generar una percepción de un cierto no reconocimiento de sí mismos como diseñadores industriales ante determinadas prácticas laborales, por ejemplo, en la realización de cierta tarea alejada de la actividad concreta del 'diseño de productos'^[4]. En relación a esto, una entrevistada sostiene:

Yo me acuerdo que algunos de los [compañeros de la Facultad] que trabajaban, me decían "no, sí... yo estoy trabajando en una empresa", me decía uno, "pero no hago diseño". Y le digo, "¿qué haces?", "no, y bueno, veo los productos cómo salen de la producción y defino cómo le voy solucionando...". "Bueno, y estás haciendo diseño, estás haciendo mucho más diseño que el que hace...". O sea, el concepto de diseño es un tipo en un tablero haciendo un concepto, no en la producción. Enton-

ces esa lógica, eso fue lo nocivo para nuestra carrera, para nosotros. O sea, el que no hacía eso no hacía diseño. (Raquel, trabaja en INTI)

Esta cuestión deja entrever aún la evidencia del anclaje de esa tradición que promueve la legitimidad del perfil de diseñador de productos. El tema no es, justamente, que se continúe promoviendo dicha práctica, o que se la legitime y avale institucionalmente, sino que la cuestión clave, como plantea esta entrevistada, es que se legitime asimismo la intervención del diseñador en áreas diversas, puesto que el avalar únicamente este perfil “fue lo nocivo para nuestra carrera, para nosotros”.

En este sentido, 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, aún 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 los dos hechos mencionados anteriormente: 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:

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 promoviera que esto es así, ¿no? Que no se dé una visión de “hay una imagen del diseñador industrial que es esta”, esto del núcleo chiquito, ¿no? En... [diseño de producto] que después genera también mucha frustración. (Soledad, diseñadora en estudio independiente)

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. (Sebastián, trabaja en empresa)

La mayoría de los que empiezan a trabajar en empresas están un tiempo, hacen un poco de experiencia y se quieren ir... Por las condiciones de laburo, o porque está mal pago, porque no pueden volcar lo que les enseñan en la Facultad... Es como si la Facultad te mostrara un mundo que no existe afuera. Hay como un contraste ahí, una cosa medio disonante, salís y decís: “¿qué me vendieron?”. (Georgina)

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 que planteáramos anteriormente, 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 entre lo ‘heredado’ y lo ‘real’, puede generar “frustración” entre los egresados, tal como planteaba la entrevistada anteriormente. 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 el 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, en términos de Dubar, se plantea la idea de continuidad o ruptura a la que puede conducir la transacción subjetiva en el proceso de construcción identitaria:

La transacción subjetiva puede conducir a una *continuidad* entre identidad heredada e identidad pretendida o a una *ruptura*, a un desfasaje entre la definición de sí resultante de su trayectoria anterior y la proyección de sí en el futuro. [...] Las identidades construidas sobre el modo de la *ruptura* implican una dualidad entre dos espacios y una imposibilidad de construirse una identidad en el futuro al interior del espacio productor de su identidad pasada. Para encontrar o reencontrar una identidad, es necesario cambiar de espacio. La identidad proyectada puede ser sobrevalorizada o desvalorizada en relación a la identidad heredada, ella está en ruptura con esta. (2000: 236)^[5]

Tal como señaláramos, el desencuentro generado entre la identidad ‘tradicional’, aquella avalada por la Universidad, basada en el postulado moderno del diseñador 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 esta, 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 aquello que planteaba una entrevistada, quien expresaba: “...entre la demanda y lo que nosotros hacemos hay por ahí un hueco...”, y dejaba en claro la distancia entre la diversidad de acción para la cual son formados, a partir de una

multiplicidad de herramientas –pero aún 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, a modo de evidenciar discursivamente el dilema que atraviesa su propia identidad y reconocimiento.

En relación a esto último, la redefinición de la disciplina, que tuvo lugar en torno a la Universidad, ha resignificado el reconocimiento de estos profesionales en tanto sólo circunscriptos a la proyección de productos industriales. Esta resignificación sin dudas alojó la práctica del ‘diseño independiente’ desde la autoproducción, o incluso desde la práctica del ‘diseño de autor’ habilitadas como perfiles profesionales ‘elegibles’, en tanto resultado de la adaptación a un mercado cambiante y dinámico. Este proceso de resignificación de la figura profesional, o de resignificación del reconocimiento de ella, devino en una definición identitaria mayormente vinculada a procesos de autogestión laboral, en torno a lo cual Dubar sostiene:

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 o maximización de sí”, vinculada, en el caso de los diseñadores, a un desempeño de tipo autogestionado^[6], o como expresaba 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 ese autor: “el individualismo parece triunfar en todas partes” (2002: 251). Si pensamos que las elecciones de los diseñadores se encuentran orientadas mayoritariamente a una inserción en forma ‘independiente’, podemos pensar esta opción a la luz de la dinámica posfordista, en torno al desarrollo del proceso de ‘mundia-

lización’ planteado por Dubar, que promueve mayor flexibilidad en los marcos laborales, sumado, como hemos planteado, a una formación ‘ampliada’ y ciertamente redefinida, que dio lugar a nuevos perfiles profesionales.

Si bien la posibilidad de participar en la industria se plantea también como opción a contemplar por los egresados, la escasez de su incorporación 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 dos cuestiones. Por un lado, este desconocimiento existente entre los industriales con respecto a la figura del diseñador y los servicios que las empresas pueden obtener de ellos, 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 estos profesionales a espacios de autogestión de su desarrollo laboral, como he planteado en el capítulo anterior, iniciando un camino profesional que permitiese desplegar competencias y habilidades propias, más allá de una efectiva participación en relación a la industria. Esta elección por una modalidad ‘independiente’ además se enmarca en este proceso de individuación generado en las últimas décadas por consecuencia de la caída de la sociedad salarial, de los marcos regulatorios sostenidos por ella, que dio lugar a una mayor flexibilización en el desarrollo laboral.

De acuerdo con lo planteado por Dubar, este modelo basado en la “realización de sí” comporta cierta inestabilidad, cierto nivel de precariedad e incertidumbre que podríamos trasladar al ejercicio mismo de la ‘autogestión’, en algunos casos, emprendimientos laborales con mayor nivel de formalidad, lo cual imprime profesionalidad al modelo, y, en otros, con mayor informalidad y por ende mayor incertidumbre con respecto a su continuidad.

Es importante mencionar la constante alusión al contexto económico y productivo nacional, así como a las políticas de mayor o menor industrialización en el país, en los relatos de los entrevistados, como factores intervinientes en la continuidad, así como en la prosperidad, de sus desarrollos laborales. Es decir que, si bien hablamos de proyectos de tipo autogestionados, dedicados a la autoproducción o a la producción para una industria, estos se enmarcan en contextos productivos, con lo cual, necesariamente, serán beneficiados al promoverse políticas económicas de producción nacional y de consumo de bienes nacionales, así como de mayor incentivo de la industria en el país. Tal como sostienen diversos entrevistados, la profesión en un punto alcanzó su reconocimiento, pero falta desarrollar mayor integración del diseño en la industria, así como incentivar más políticas industriales:

Yo creo que de a poco se va a ir incorporando cada vez más, lo veo inevitable. Este reconocimiento de que la importancia del diseño dentro del desarrollo de cualquier producto, sea industrial, gráfico, textil, cualquier actividad, digamos, creativa, yo creo que está reconocida acá, eso ya está. Ahora es como que hay que incentivar el uso de eso, incorporar diseñadores... Para mí depende mucho de que haya una política de Estado que les permita a los industriales, digamos, abrir. Estamos inmersos en esta política, dependemos de esta política. (Esteban, diseñador *freelance*)

Ahora bien, con relación al proceso de individualización que mencionara Dubar, cabe analizar otra forma que asume el desempeño profesional de esos egresados. Esto es, como mencionáramos, la opción por trabajar de manera ‘independiente’ denota una visión de ese contexto, atravesado tanto por el proceso de flexibilización laboral como el de mayor individualización, vinculado al escenario productivo. A su vez, otra cuestión que remite ciertamente a este proceso de desestabilización de las ‘identidades colectivas’, “heredadas del período precedente” (Dubar, 2002: 251), tiene que ver con la falta de un colectivo que los identifique en

tanto profesionales. En un punto, podemos pensar que la desestabilización de las identidades colectivas se debe también a una pugna generada entre esas diversas identidades ‘heredadas’, como ser aquella performada por la Universidad, aquellas devenidas de la propia herencia familiar (padres arquitectos o ingenieros), aquellas profesiones heredadas por proximidad (Arte, Arquitectura, Ingeniería), esto es, distintas ‘identidades heredadas’ entran en conflicto generando la desestabilización de la conformación de una identidad colectiva.

Este proceso genera debilidad en la construcción de lazos de pertenencia a un grupo profesional, lo cual se refleja en la ausencia de una asociación o un colegio que nucleee a estos egresados, que permita contemplar sus demandas y necesidades como profesionales, de manera generalizada. Revisaremos eso a continuación.

8.2. ¿Nosotros, los diseñadores?

La cuestión de las identidades colectivas, tal como hemos señalado, ha sufrido una desestabilización y desestructuración de la mano de los procesos anteriormente mencionados. Norber Elias planteaba que “no hay identidad del Yo sin identidad del Nosotros” (Dubar, 2002: 251), con lo cual la identidad personal se nutre del pertenecer a un colectivo determinado, nominalmente identificado como un “Nosotros”, un grupo que nos imprime identificación y sentido de pertenencia.

Ante esto, es interesante analizar cómo es contemplada esta visión de pertenencia –o mejor dicho, de no pertenencia– a un colectivo profesional, como en este caso, de los diseñadores industriales de la UBA, según las percepciones de los propios entrevistados:

Y no estar agrupados –es una carrera bastante individualista, con muchos egos, muchos celos por el otro– también atenta. No hay una asociación de diseñadores industriales que en algún punto formalice honorarios, o incentive ferias, concursos, políticas que ejecute o políticas de Estado que se puedan presentar en Legislatura, Congreso, Gobierno... No existe. Hay un ADI [Asociación de Diseñadores Industriales], pero no figura nadie, nadie. Eso también atenta, nadie sabe si lo que uno cobra está bien o mal, si lo que te pagan en relación de dependencia está bien o mal. No hay un interés de agruparse y discutir temas de la profesión. [...] Uno ve el Colegio de Arquitectos y es un generador de un espacio sumamente útil para los arquitectos. Lo mismo con los escribanos, o abogados, contadores. Son organismos que en algún punto potencian la actividad, bien, mal, son puestos políticos, sí, pero bien o mal sirve. Nosotros no lo tenemos. Y no sé si estamos capacitados a nivel profesionales para permitirnos discutir ciertos temas, no sé. Nosotros lo intentamos, dijimos “che ¿qué les parece empezar a armar esto?”, un espacio para discutir, agarrar una silla de alguien y analizarla, discutir ciertos casos, por ejemplo, o idear ciertos planes de desarrollo, charlas con industriales, ir a la Unión Industrial Argentina y proponerles charlar con su problema, con el nuestro... Empezar a abrir un poco el círculo desde un organismo, digamos, institucionalizado. Bueno, no hay. (Esteban, diseñador *free lance*)

El tema es que en realidad [la legislación] no tiene una incidencia en la profesión, o sea, no, no, en absoluto. Como que hay todo un halo de desconocimiento, y tampoco hay mucha información... Digamos, no interviene, no está como el Colegio de Médicos... No. Lamentablemente... Viene un poco, yo creo, de esto que hay pocos diseñadores que se dedican a reflexionar sobre la propia disciplina, o sea, en realidad la mayoría lo que hace es ejercer. Es como cursar, ejercer. No importa si termina la carrera o no, o sea, una vez que se mete en el ambiente laboral ya está, es más como un pasaje, ¿no? Y en realidad para que haya legislación tiene que haber gente que se siente también a pensar en para qué, cómo, cuándo. Hoy no hay mucho de eso. Bueno, y esto está igualmente como en la definición. ...Hay una

falta de consenso sobre qué es lo que vamos a tomar como diseño industrial, y en función de qué... [...] Quizás por esa falta de reflexión conjunta de decir “bueno, a ver si todos estamos involucrados, si nos interesa esto”. Pero claro, si no tenés colegio, no tenés convenio colectivo de trabajo tampoco, no tenés nada. (Soledad, diseñadora en estudio independiente propio)

A partir de estos relatos se puede observar la escasez de intervención de estos profesionales en acciones conjuntas que permitan pensar su integración en un colectivo de trabajo. En algunos casos se manifiesta la necesidad de pertenecer a un colectivo –Colegio o Asociación– que permita satisfacer ciertas demandas e inquietudes vinculadas al ejercicio profesional. Si bien la mayoría de los entrevistados no plantea esta necesidad de pertenencia a un organismo de este tipo, sí en diversas entrevistas surgió este tema de manera espontánea, dando cuenta de una grieta que subyace y atraviesa a estos profesionales, al carecer de una institución que los represente ante ciertas dificultades o demandas emanadas del propio campo laboral. En este sentido, cuestiones vinculadas a la dimensión económico-remunerativa se dejan entrever en gran medida en estas demandas, específicamente la cuestión del cobro por los trabajos realizados, los costos que deben manejar, cuestiones, que, entienden, pueden resolverse de manera unificada, puesto que, tal como sostiene un entrevistado, “todos los diseñadores tenemos los mismos problemas”. En relación a esto, otro entrevistado plantea:

Creo que como diseñadores no nos juntamos como deberíamos, no hay algo bien organizado como para poder... Como por ejemplo saber qué sueldos se cobran, para saber cuánto se debería cobrar por un laburo. Para organizarte, para empezar a ver ese valor que, digo, creo que dependería también un poco de una organización general. (Hernán B., diseñador en estudio independiente compartido con dos socios)

Hace unos años, cuando todavía estaba en sociedad, quisimos generar una especie de asociación de diseñadores... Para atrás, mucho individualismo, mucho “no, esta es mi quintita y yo la cuido”. Y no caminó. Yo tenía todos los contactos de los docentes de la Facultad así que hicimos un... De cincuenta, habrán respondido dos. Entonces dijimos: “bueno, con ese interés no vamos a ningún lado”. Y hubo en un momento una Asociación de Diseñadores Industriales que era una máquina de absorber trabajos para los integrantes, los cuatro o cinco que la integraban, que tampoco servía, y quedó ahí. [...] Concretamente yo quería colegiarme, creo que era la mejor manera de estar unidos para que no nos forreen, para poder cobrar bien, para tener ciertos tarifarios, para darnos a conocer colectivamente. (Javier, trabaja en empresa)

En relación a estos relatos se evidencian dos instancias. Esto es, por un lado, la cuestión anteriormente planteada, vinculada al manejo de costos –tema recurrente en las entrevistas–, lo cual refleja la dimensión del valor que atraviesa el trabajo que llevan a cabo los diseñadores y que en muchos casos se percibe como un dilema, dada la *intangibilidad* del producto ofrecido; por otro lado, a su vez, la cuestión planteada por los entrevistados con respecto a esa falta de organización, de intervención o participación conjunta, denota para algunos el *individualismo* que en un punto subyace a la profesión, o específicamente, en este grupo profesional. Tal como expresaba Dubar, la individualidad parece triunfar en todas partes, y este rasgo tampoco excede a la modalidad de acción de los diseñadores industriales. Si bien, pensando nuevamente en Elias, la identidad del ‘Yo’ es inseparable de la del ‘Nosotros’, la

forma social (y los lazos que componen a ese grupo) se inserta en el pasaje de una socialización con dominante “comunitario” a una de tipo “societario”, en sentido weberiano, en el cual prevalecen la desestabilización, y hasta la fragmentación o destrucción, de las identidades colectivas (Dubar, 2002: 251). En un punto, la elección de trabajos de tipo autogestionados evidencia cierta preferencia por la acción individual, cuestión que parece confirmarse luego en la demanda de la realización de la autoproducción, y específicamente en la expansión de la práctica del diseño de autor, definida por un entrevistado como generadora “de la identidad del diseñador, de su propia imagen, y de su propio ego”.

A su vez, es preciso mencionar, en referencia a estos relatos, que la motivación por pertenecer a un grupo, sea una Asociación de Diseñadores Industriales –como la que existió en un momento, tal como expresan algunos entrevistados– o un Colegio de Diseñadores Industriales, que permita contemplar los dilemas planteados, tanto en torno a lo económico-remunerativo como a lo legislativo, entre otras cuestiones, tiene lugar también desde la necesidad planteada de generar un espacio de discusión, intercambio o reflexión sobre la propia actividad profesional. Ciertamente, esta cuestión de poder reflexionar en torno a la disciplina comienza a tener mayor visibilidad entre los profesionales a partir de la última década, tal como planteé en el capítulo anterior, específicamente en función de las actividades de divulgación y promoción del Diseño iniciadas tanto por el CMD como por el INTI, a través de su Centro de Investigación y Desarrollo en Diseño Industrial.

Ahora bien, volviendo a la cuestión planteada en torno a la dimensión económica, a la demanda manifestada acerca de disponer de valores conjuntos o unificados de costos por prestación de servicios, cabe destacar que remite al sentido del valor que debe representar o significar el trabajo realizado. En este caso, tal como señalé anteriormente, la instancia de percibirlo en tanto producto *intangibile*, tal como lo definen numerosos entrevistados, implica cierta dificultad al momento de cuantificarlo en términos económicos. Esto remite, sin dudas, a la valoración no sólo del trabajo en sí, ciertamente imprecisa, sino también a la de esta figura profesional, que, en un punto, aún no encuentra la valoración social que portan otras figuras próximas como la del arquitecto o la del ingeniero.

8.3. Reconocimiento y valoración del profesional

El valor del trabajo del diseñador industrial

Si bien todos los entrevistados coinciden en que en estos últimos años se alcanzó un mayor reconocimiento en relación al diseño, al mismo tiempo sostienen que igualmente falta una mayor valoración de sí mismos como profesionales. En relación a esto, expresiones planteadas por los propios entrevistados, como “De entrada uno piensa que lo van a venir a llamar y no es así, que van a reconocer tu trabajo de la forma que vos pretendés que lo reconozcan y no es así” (Esteban), dan cuenta del reconocimiento, o específicamente, de la valoración e interés que aún estos profesionales no perciben sobre sí en el campo laboral, sobre todo en las trayectorias iniciales.

Las instancias que reflejan esa falta de valoración del trabajo del diseñador remiten principalmente a ese desconocimiento, aún presente, sobre sus capacidades en términos de ejercicio profesional, o incluso a un cierto desinterés percibido sobre el trabajo que pueden ofrecer al mercado. Cuestión paradójica si planteamos que esta figura representa una instancia relevante en la producción y consumo de todo tipo de productos, atendiendo a los procesos adecuados en su realización, lo cual implica en sí un factor necesario dentro del sistema productivo.

Cabe destacar, en este sentido, que este desconocimiento o desinterés incide, a su vez, en una no valoración por el trabajo del diseñador, principalmente en términos de la retribución económica obtenida por su realización, la cual dista de ser óptima. En relación a esto, diversos entrevistados sostienen:

Está muy devaluado, muy devaluado o subvaluado en realidad sería la palabra. Me parece que lo que se paga a un diseñador industrial en general, lo que se paga por un trabajo de diseño industrial a nivel empresa es menos de lo que debería pagarse, quizás eso es lo que piensan en todas las carreras todos los profesionales. Pero yo lo que veo es que los sueldos son muy bajos en relación al trabajo que se puede hacer. (Hernán B., diseñador en estudio independiente)

El valor horario de un diseñador industrial es... Debe estar entre los más bajos del mercado, pero juntando todo lo que pueda ser oficios y profesiones, es probable que sea bajísimo... Yo creo que si el sueldo, para poner... El sueldo de la gente de Sistemas es alto, entonces el del diseñador industrial es bajo... Evidentemente el Diseño Industrial como disciplina está medio desconectado del mercado. Se sale de la universidad un producto que no llega a ser interesante para el mercado porque a uno, le guste o no, digo, si los sueldos, si el sueldo promedio es bajo, tiene que ver con que a las empresas no les interesa, está por ahí la transición. (Ezequiel, trabaja en empresa)

Estas referencias a las bajas remuneraciones percibidas, en comparación con las de otros profesionales como los ingenieros o licenciados en Sistemas, remiten nuevamente a esa mayor valoración de las figuras provenientes de profesiones “tradicionales”, o aquellas que, sin serlo, como el caso de los profesionales en Sistemas, representan tal vez “un producto interesante para el mercado”, según expresa un entrevistado. Es en este punto donde se produce nuevamente el “choque” expresado por diversos egresados, al ser formados para asistir a una industria, a un mercado que requiere de actores involucrados en los procesos productivos, pero que, en este caso, no son mayormente requeridos para desempeñar ese rol, o, en la medida en que lo hacen, no son lo suficientemente valorados en función del papel que cumplen, y del servicio que prestan. Con lo cual se genera este “desfasaje” planteado por la entrevistada, en clara referencia a esa articulación –o mejor dicho, desarticulación– entre demanda y oferta. En relación a esto, esa misma entrevistada expresa:

También pasa que es una carrera que tiene también un desfasaje bastante alto entre lo que uno invierte para formarse y lo que después te ofrece el mercado laboral en relación de dependencia. (Soledad)

Con respecto a esto, una cuestión que atraviesa a numerosas entrevistas y que se desprende asimismo de ese tipo de relatos, es el planteo referente al elevado costo que implica en sí la realización de la carrera, lo cual, sumado a que en muchos casos los tiempos de cursada y la demanda de numerosas entregas de trabajos no son compatibles con desempeños laborales, dan por resultado dos situaciones a las que deben enfrentarse estos egresados. Por un lado, el costo invertido en la formación no se condice posteriormente con el percibido por el profesional recién egresado –y no sólo por este–, lo cual refleja nuevamente el “choque” con la ‘realidad’: el valor que ellos perciben que representa su formación no encuentra eco en el valor que esta porta en el mercado. Lo cual reflejaría eso que señalaba un entrevistado, al mencionar que “sale de la Universidad un producto que no llega a ser interesante para el mercado”, dejando en claro un supuesto desinterés por esta formación, por este servicio ofrecido, que se refleja en los valores –bajos– que este representa. Por otro lado, la dificultad de trabajar durante la cursada de la carrera, dadas las instancias planteadas, conllevan a que el recién egresado no sólo se encuentre con este “choque” de significaciones de valores divergentes: a

esto se suma el no contar con experiencia laboral suficiente, más que la construida y adquirida en la Universidad, con lo cual este profesional obtendrá por su labor, en la mayoría de los casos, una remuneración escasamente significativa.

La “economía” que ‘manejan’ los alumnos de la carrera de Diseño Industrial de la UBA responde ciertamente a su perfil socioeconómico, el cual, como he planteado en el capítulo anterior, remite a sectores medio-altos y altos, lo cual los habilita a cubrir en gran medida los costos de la formación. Pero, posteriormente, esta elevada inversión de capital económico –y simbólico– no se refleja en el valor que representa el trabajo del diseñador industrial en el mercado, principalmente en relación de dependencia, lo cual conduce en gran medida a optar por trabajar de manera independiente.

Cabe destacar que bajo esta modalidad, la dificultad que implica cobrar productos intangibles también se torna evidente:

La idea pura es difícil cobrarles. O sea, habitualmente va metida dentro del producto que vos vendés. (Roberto)

Sí, ahora me parece que con la experiencia, con los años o con determinado lugar que ocupamos podemos cobrar proyectos... Estamos cobrando derechos de bocetos o proyectos, digamos... No pasaba antes. Pero sí, siempre fue bocetar... Me parece que eso también forma parte del reconocimiento del laburo del diseñador como todo. O sea, bocetás, proponés y eso no te lo pagan como si... Que es raro porque *ese es el laburo*.^[7] (Diego C.)

La dificultad de cobrar los trabajos, así como de otorgarles valor, comporta en sí cierto obstáculo que se evidencia aún más en los primeros trabajos realizados. Pero, en un punto, se trata de un obstáculo que se puede sortear, que se puede superar elevando la profesionalidad, a fin de volverse un profesional valorizado en el mercado:

Siempre vemos... Uy esto no es negocio, servicio de diseño en Argentina no es negocio, medio que nos metieron un chip ¿viste? Ir a cobrar un proyecto de diseño es difícil, las empresas pagan mal, era como, bueno, el argentino está mal ¿viste? Era el mismo preconceito que para mí no es así y nosotros siempre creímos en que hay un muy buen mercado y hay muy buenas cosas para hacer y hoy en día se exporta muchísimo. Entonces eso levanta la calidad porque si no, no se puede hacer. Y año tras año veíamos un poco la facturación, la cantidad de clientes que teníamos, las cosas que habíamos logrado, la cantidad de proyectos que habíamos terminado. De alguna manera como que sí... Pensamos que llegamos hasta acá y se pudo, o pensar como cosas ilógicas, bueno, a ver este año vamos a facturar tanto o vamos a conseguir tantos clientes. De repente ves que casi llegás y bueno, seguimos apostando al servicio... Podemos después ir agregando o no, se puede especializar aún más y se puede cobrar mejor justamente por eso, por el valor que tiene y por la especialización. (Martín, diseñador en estudio independiente)

La profesionalidad adquirida, la especialización, la calidad de los trabajos entregados, se vuelven capitales que confieren mayor reconocimiento y valoración al trabajo del diseñador. Pero, igualmente, una cuestión parece atentar contra este desarrollo: la competencia, cuya lógica se inserta en el campo y le otorga dinamismo y acción a sus participantes. En relación a esto, el perfil del diseñador *free lance*, en tanto profesional ingresante al campo, determina

en un punto el valor del trabajo del diseñador industrial, en la medida en que, a fin de ‘hacerse un lugar’ en el mercado, estipula valores ‘bajos’ para captar clientes:

Entonces me parece que ahí hay un poco de todo, como que el mismo diseñador *free lance* a veces por tomar el trabajo baja mucho su precio y eso sienta un precedente en el mercado de que si tengo otro que me lo hace por la mitad de precio, ¿por qué lo voy a hacer con vos? ¿Por qué valés lo que vos me decís? (Martín)

La valoración del trabajo del diseñador se vuelve imprecisa, al punto de dar lugar a estos cuestionamientos (“¿por qué valés lo que me decís?”), o mismo a estas prácticas (de disminuir el valor del trabajo a fin de obtener clientes), esto, a partir de volverse complejas dos instancias. Por un lado, la instancia objetiva de que *el otro pague* por ese servicio, lo valore y reconozca ese valor en términos monetarios. Pero también la instancia subjetiva que conduce al diseñador a otorgar valor a su propio trabajo. Esto es, se dificulta tanto el *valorizarse* como el *ser valorizado* por el otro. Ambas situaciones atraviesan esa contradicción, que se enmarca en el desfasaje mismo entre instancias como valor de formación-valor de mercado, profesional sobrecalificado (a partir de sus múltiples saberes y competencias)-profesional subvaluado, o mismo, entre oferta y demanda de estos profesionales; desfasajes devenidos de las imprecisiones que, en un punto, atraviesan la profesión y la figura del diseñador.

Esta cuestión, evidenciada en la dificultad de dar valor, de valorizar este trabajo, sea desde los propios profesionales como desde sus clientes, conduce a los egresados a buscar vías de obtención de valoración social y profesional, así como de ‘prestigio’, en otros ámbitos que no remiten ciertamente a ‘lo laboral’, en el sentido de la relación diseñador-cliente. Me refiero a las circunstancias de ‘concursos’ (de proyectos o productos), en relación a las cuales se promueve el reconocimiento del desempeño profesional, y sobre todo, un espacio de legitimación de los propios saberes, habilidades y competencias, en términos de Dubar, en un entorno competitivo.

Es decir que la búsqueda de reconocimiento y prestigio profesional, si bien se evidencia a través de la instancia de los concursos, al mismo tiempo encierra en sí cierta contradicción: en la búsqueda de valoración, el trabajo del diseñador, en un punto, deviene no valorado, y hay quienes aceptan o perciben esta no valoración profesional, y hay quienes la resignifican como instancias de reconocimiento. Esto es, mientras que algunos son reconocidos, validados y legitimados en estos espacios, para otros, carecerían de valor, excepto que este esté implícito, tal como expresan algunos entrevistados, en el disfrute de la realización del proyecto a ser presentado, más allá de cualquier reconocimiento *a posteriori*. La competencia forma parte del juego, de la búsqueda de prestigio y reconocimiento, de la *illusio* que impulsa a actuar, y a jugar, dentro del campo. En este sentido, la valoración o no valoración de la propia figura, de la propia labor, deviene el resultado de estrategias articuladas a fin de obtener el objeto en juego (el *enjeux*, según Bourdieu), construido en torno al reconocimiento, resultado de luchas inherentes al propio campo.

En este sentido, 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 desfasajes inherentes a la profesión, entre formación y actividad profesional, conforman y delimitan tanto el reconocimiento de ese 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, así como la valoración misma 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 su valorización, aún dista de estar consolidada. La dificultad de *valorizarse* y *ser valorizado* se deja entrever en los diversos relatos de los entrevistados.

Con relación a esta cuestión, se evidencia una paradoja: al valorar la carrera, al invertir capital simbólico y económico en ella, se delinean como profesionales cuya formación ha requerido una alta inversión, pero que, posteriormente, no encuentra correlato en el mercado, dado que no perciben por su trabajo una valoración material y simbólica acorde a la inversión realizada. Con lo cual, en busca de reconocimiento, las valoraciones ‘altas’ dadas a la carrera se ven ciertamente des-valorizadas en el mercado, percibiéndolas, por lo tanto, como ‘bajas’, ante lo cual deben optar por caminos alternativos, de tipo autogestionados, que les permitan obtener aquello que, de la forma tradicional, no pudieron obtener: reconocimiento simbólico y económico.

A su vez, tal como plantea Kogan, al ausentarse la visión economicista de la formación académica se genera una incompleta visión de la profesión: un servicio aplicado a la sociedad, a un mercado que *debe pagar* por él, en tanto que permite resolver situaciones y requerimientos propios del ámbito productivo de la manera más adecuada. Esto es, hablamos de una instancia socialmente relevante. Al volverse la figura del diseñador alejada de los parámetros comerciales, monetarios, instrumentales, se vuelve compleja la visión del diseño en términos de un ‘negocio’, cuestión que atraviesa a la mayoría de los profesionales, principalmente a aquellos que han optado por una modalidad de trabajo autogestionada.

En la medida, entonces, en que los diseñadores puedan plantearse no sólo como generadores de ‘valor’ para la producción, de ‘valor agregado’ para ella, sino también 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, no sólo por algunos, sino por todos los diseñadores industriales. Cuando ese desafío sea planteado y entendido no ya como un desafío individual, sino como uno ciertamente colectivo, el logro alcanzado no será sólo de unos pocos, sino de todos los diseñadores industriales, reconocidos a sí mismos como ‘Nosotros’, esto es, como un ‘Nosotros colectivo’.

Texto original: “On peut donc, avec Sainsaulieu, faire l’hypothèse que l’investissement privilégié dans un espace de reconnaissance identitaire dépend étroitement de la nature des relations de pouvoir dans cet espace et de la place qu’y occupe l’individu et son groupe d’appartenance.” (Traducción de la autora) ⁴

Texto original: “L’espace de reconnaissance des identités est inséparable des *espaces de légitimation des savoirs et compétences* associés aux identités.” (Traducción de la autora) ⁴

Texto original: “Si le processus biographique peut se définir comme une construction dans le temps par les individus d’identités sociales et professionnelles à partir des catégories offertes par les institutions successives (famille, école, marché de travail, entreprise...) et considérées à la fois comme accessibles et valorisantes (transaction “subjective”), le processus relationnel concerne la reconnaissance, *à un moment donné et au sein d’un espace déterminé* de légitimation, des identités associées aux savoirs, compétences et images de soi proposés et exprimés par les individus dans les systèmes d’action.” (Traducción de la autora) ⁴

Ante esta cuestión, cabe destacar que, en las entrevistas, una de las preguntas realizadas a los entrevistados era: ¿Con qué diseño o con qué trabajo se sintieron mayormente reconocidos como diseñadores industriales?, ante la cual sobresalieron las respuestas enfocadas en el diseño de ciertos productos que habían sido realizados luego de un proceso de exploración, de una investigación profusa que dio lugar a ellos, que, posteriormente, tuvieron reconocimiento por el público (en instancias de concursos, clientes particulares, tiendas comerciales, exposiciones). Es decir, se evidencia un anclaje de la visión institucionalmente avalada del diseñador industrial como ‘diseñador de productos’, que asumen mayor reconocimiento cuando son reconocidos por un otro ‘significativo’.⁴

Texto original: “La transaction subjective peut aboutir à une *continuité* entre identité héritée et identité visée ou à une *rupture*, à un décalage, entre la définition de soi issue de sa trajectoire antérieure et la projection de soi dans l’avenir. (...) Les identités construites sur le mode de la *rupture* impliquent une dualité entre deux espaces et une impossibilité de se construire une identité d’avenir à l’intérieur de l’espace producteur de son identité passée. Pour trouver ou retrouver une

identité, il faut changer d'espace. L'identité projetée peut être survalorisée ou dévalorisée par rapport à l'identité héritée, elle est en rupture avec elle." (Traducción de la autora) ↵

Si bien el autor plantea este modelo de preeminencia de lo individual (preferencia individual) en tanto *identidad de red*, a partir del relato de "jóvenes titulados que se juzgaban desclasados y pretendían una 'movilidad externa' en la empresa en la que trabajaban" (Dubar, 2002: 147), al mismo tiempo la plantea como una forma identitaria parecida a la de los artistas, o mismo, a la de los actores. En este sentido, Pierre-Michel Menger analiza en *La profession de comédien* dos instancias propias de esta: la noción del "*self-marketing* permanente" y la "autoproducción (y puesta en escena) de sí", ambas ciertamente concordantes con la práctica de la autogestión, en tanto involucran factores subjetivos como motores de acción y desarrollo productivo. ↵

El resaltado en cursiva es de la autora. ↵