

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE DISEÑO

TESIS DE MAESTRÍA

CUERPO

B

**Invisibilidad de la industria nacional
de indumentaria**

Confección y venta de indumentaria en los
barrios de Once y Flores

María Fernanda Trosch

78714

Maestría en Gestión del Diseño

Investigación

Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

19/02/2021



Facultad de Diseño
y Comunicación

A mi familia, gracias.

Azul, a vos también, por guiarme desde tan lejos.

Y a mi compañero, por enseñarme a disfrutar el camino del conocimiento.

Tema: Invisibilidad de la industria nacional de indumentaria. Confección y venta de indumentaria en los barrios de Once y Flores año 2020.

Pregunta problema: ¿Cuáles son los motivos que hacen que la industria de indumentaria producida y vendida en los barrios de Once y Flores se desestime dentro del mercado actual de la moda?

Hipótesis: La indumentaria producida y vendida en los barrios de Once y Flores es subestimada en términos de diseño por los consumidores de indumentaria porteños, ya que su juicio se ve alterado por los medios de comunicación, el historial desprestigiado de los barrios, la originalidad de la indumentaria, las condiciones de ventas generales y la idiosincrasia local. Sin embargo, no se visualizan estos condicionantes en consumidores que son visitantes ocasionales en la ciudad de Buenos Aires. A su vez, la indumentaria producida y vendida en estos barrios no presenta diferencias reales en cuanto a los materiales, terminaciones del producto final y diseño en general. Antes bien, son sus diferencias simbólicas las que hacen que los consumidores no se sientan atraídos hacia este mercado.

Objetivo general: Identificar y analizar los motivos por los cuales los consumidores de indumentaria porteños desestiman e invisibilizan la producción nacional confeccionada y vendida en los barrios de Once y Flores.

Objetivos específicos:

- Indagar sobre la historia, configuración, asentamiento, primeras industrias y colectividades que se desarrollaron en barrios de Once y Flores, siendo estos los centros más grandes de producción y venta de indumentaria a nivel nacional.
- Analizar la calidad de la confección y el proceso del diseño, la originalidad e innovación de la indumentaria producida en Once y Flores e identificar posibles desventajas competitivas en el mercado.

- Analizar cuáles son las percepciones de los consumidores de indumentaria frente a la producción llevada a cabo en dichos barrios y qué preferencias tienen a la hora de elegir, para identificar cuáles son los elementos del capital simbólico que determinan la compra o no compra de una prenda.

Índice

Introducción.....	7
Capítulo 1: Los barrios de Once y Flores.....	16
1.1 Configuración y asentamiento	17
1.1.1 Transportes públicos en los barrios Once y Flores	19
1.1.2 No hay GPS que avale: Estas zonas solo existen en la mente de las personas.	22
1.1.3: El comienzo de una nueva industria	24
1.2 Relaciones, historial y colectividades	26
1.2.1 Contrastes y mixes de diferentes colectividades	27
1.2.3 Capital social, las redes solidarias de trabajo.	28
Capítulo 2: El diseño de indumentaria en Once y Flores	31
2.1 Mercancía, valor de uso y valor de cambio y ¿qué más?	32
2.2 Comportamiento social del hombre vestido.	34
2.3 ¿La hoy obsoleta distinción de clase dentro de la moda?	37
2.4 Determinantes del consumo, una nueva circularidad.	39
Capítulo 3: Análisis del diseño local y global.	42
3.1 Producción y consumo de indumentaria	45
3.2 Similitudes y discrepancias: Avellaneda y Once vs. Zara	46
3.2.1 Diseño	47
3.2.2 Construcción	48
3.2.3 Textiles y avíos	48
3.3 Una disputa que termina en empate	49
Capítulo 4: ¿Qué ves cuando me ves? Un valor creado.....	55
4.1 Herramientas metodológicas	55
4.1.1 Sondeo	56
4.1.2 Grupo focal	58
4.2 Procesos sociales de significaciones y mediaciones	60
4.3 Popular o subalterno?	62
4.4 Desigualdades en lo tangible	68
4.5 Ojos que no ven etiqueta, corazón que siente	71
4.6 Motivos que generan la invisibilización de la industria nacional	76
Conclusiones.....	82
Lista de referencias bibliográficas	92

Bibliografía.....	98
Índice de figuras	100

Introducción

Los barrios de Once y Flores de la Ciudad de Buenos Aires han sido conocidos a lo largo de su historia, y en la actualidad, por sus características eclécticas y multiétnicas desde lo estético, y sus extensas calles plagadas de negocios de indumentaria, telas, accesorios y afines. Sin embargo, la población local distingue en estas áreas aspectos negativos que hacen que, en el imaginario colectivo porteño, no sean espacios dignos de ser visibilizados. Por lo tanto, todo lo que se produzca o se venda en dichos barrios carece de valor percibido por estos consumidores porteños. Por el contrario, extranjeros y viajeros del interior del país, pueden percibir en estos barrios el encanto de los contrastes, la posibilidad de comprar indumentaria nacional, la eficacia con la que la industria se desenvuelve para abastecer a todo el país y la convivencia de tantas culturas bajo un mismo techo industrial. Por un lado, el barrio de Once es una delimitación espacial creada por los mismos vecinos y visitantes de la zona, ya que este barrio tiene como nombre legal Balvanera, y por otro lado en contrapropuesta, resulta muy usual que, al referirse al barrio de Flores, se utilice el nombre Avellaneda, haciendo referencia a su avenida principal donde se concentran los locales de indumentaria y talleres. Estos contrastes que reparan en las significaciones, percepciones y distinciones resultan desafiantes y disparadores de la pregunta de investigación: ¿Cuáles son los motivos que hacen que la industria de indumentaria producida y vendida en los barrios de once y flores se desestime dentro del mercado actual de la moda por los porteños?

En atención a la pregunta anterior, la presente tesis se enmarca en la línea temática de investigación Cuerpo y Vestuario, puesto que el estudio se involucra con aspectos tangibles de la indumentaria, pero también en su rol social. Por lo tanto, el usuario, el consumo, la industria y el mercado serán los ejes fundamentales para su desarrollo. A su vez, esta investigación se enmarca en la línea de Diseño y producción de objetos, espacios

e imágenes, por su característica de analizar la indumentaria nacional en conjunto con sus procesos de construcción y venta, y de qué manera influye en los hábitos de percepción y compra por parte de los consumidores porteños, del interior y extranjeros.

La motivación detrás de la temática de esta investigación propone situar en plano académico un sector industrial que resulta fundamental en la vida profesional de los diseñadores de indumentaria, y sin embargo no es analizado y estudiado por los académicos. Por este motivo, el estudio de la industria nacional, sus componentes, su manera de accionar, su historia y sus productos quedan desplazados del ámbito académico generando en los futuros profesionales un vacío curricular que solo puede ser llenado a través del involucramiento personal y voluntario en el sector.

Libros, artículos y recortes hablan de la indumentaria producida a nivel nacional, pero hasta el momento, el enfoque siempre estuvo direccionado hacia el consumo de una minoría selecta, las diferentes tendencias mundiales y cómo llegaron al país, o los primeros diseñadores independientes nacionales. Por este motivo, esta investigación resulta novedosa y relevante en su objetivo de descubrir los motivos de la invisibilización desde el consumidor hacia la industria nacional y, también, los factores que desvían el interés de los académicos, alumnos y expertos en diseño de indumentaria hacia la moda internacional, ignorando la potencial propuesta argentina.

La hipótesis que la presente tesis busca confirmar está fundada en que la indumentaria producida y vendida en los barrios de Once y Flores es subestimada en términos de diseño por los consumidores de indumentaria porteños, ya que su juicio se ve alterado por los medios de comunicación, el historial desprestigiado de los barrios, la originalidad de la indumentaria, las condiciones de ventas generales y la idiosincrasia local. Sin embargo, no se visualizan estos condicionantes en consumidores que son visitantes ocasionales en la Ciudad de Buenos Aires. A su vez, la indumentaria producida y vendida en estos barrios

presenta diferencias reales en cuanto a los materiales, terminaciones del producto final y diseño en general. Antes bien, son sus diferencias simbólicas las que hacen que los consumidores no se sientan atraídos hacia este mercado.

Con base en lo anterior, a lo largo de los capítulos se desglosará una investigación que pretende responder y dar cuenta de dichos motivos. En el capítulo 1, se analizarán los términos propuestos en uno de los objetivos específicos. Estos son: indagar sobre la historia de los barrios de Once y Flores, cómo fue su configuración inicial, de qué manera surgió el asentamiento, cuáles son las colectividades que en el pasado y en el presente se apropiaron de estas zonas y su crecimiento en el ámbito industrial. Si bien la economía de este sector contó con muchos traspies, desde hace muchas décadas se los reconoce como los centros más grandes de producción y venta de indumentaria a nivel nacional. A su vez, se pondrán en manifiesto dos conceptualizaciones que son relevantes para el caso, como lo es el capital social bajo la mirada de Bourdieu (1988) y los imaginarios urbanos según los estudios de García Canclini (1997), ya que ambos conceptos intervienen en la formación de estos barrios: por un lado la red solidaria de trabajo en familias de diferentes colectividades y/o procedencias, y por otro lado, la capacidad de los consumidores y vecinos para crear y delimitar espacios urbanos que ningún mapa o GPS reconoce.

Siguiendo con el capítulo 2, se abrirá paso hacia un análisis de la teoría de la indumentaria como mercancía, su importante rol dentro de una sociedad vestida, las distinciones de clases y las nuevas circularidades que surgen según los cambios tecnológicos a lo largo de la historia y las variaciones en las aspiraciones del hombre vestido. Estos aspectos serán analizados bajo las miradas de dos grandes estudiosos del tema. Por un lado, Marx (2005) será el apoyo teórico para hablar de valor de uso y valor de cambio, que será derivado a la indumentaria que compete esta investigación, y por otro lado bajo la perspectiva de Bourdieu (2010) se abordará el concepto de sentido social del gusto, para poder definir el

gusto y la percepción creada en los consumidores de indumentaria, con el fin de obtener una categorización relacionada con los campos sociales, los hábitos y el consumo. De manera complementaria, Romani (2014) adhiere otros parámetros para estudiar el consumo social y afirma: “En un mundo que se torna cada vez más fluido, el afán por lo nuevo termina por obturar el culto tradicional de la posesión.” (s/p.) Haciendo referencia a que no basta con estudiar la dupla de clase social y consumo para comprender el comportamiento de los consumidores, sino que en la actualidad son varios los motivos que pueden movilizar el deseo de compra. Por esta razón, se estudiarán cuestiones como: las luchas simbólicas de sentido, las distinciones sociales y las subjetividades individuales, entendiendo que existen otros determinantes de consumo ajenos a la teoría de Marx.

Continuando con el capítulo 3, se analizarán un número de prendas producidas y vendidas en estos barrios, así como también la comercializada por la marca internacional Zara, bajo una tabla de análisis comparativa, técnica y metodológica. Vale aclarar que, la incorporación de esta marca en el trabajo de campo tiene que ver con fines netamente comparativos, ya que Zara ofrece prendas de similares características a las comercializadas en los barrios y su dinámica de lanzamiento y consumo también presentan semejanzas. Algunos de los tópicos más relevantes a examinar y comparar serán la calidad y las herramientas utilizadas para la confección, los aspectos relacionados al diseño y los materiales utilizados como materia prima, con el propósito de identificar posibles desventajas competitivas en los aspectos tangibles. El segundo objetivo específico se responderá en el desarrollo de este capítulo y continuará en el siguiente. Por este motivo, se buscará verificar si el producto nacional es realmente diferente en cuanto a sus características físicas o lo que genera la diferencia en el valor percibido es resultado de otras cuestiones ajenas al producto per se, para luego abrir paso a los aspectos más

intangibles como la originalidad e innovación de la indumentaria producida en Once y Flores.

Complementariamente en el capítulo 4, se desarrollarán técnicas de recolección de datos cuantitativos a través de un sondeo realizado a 100 personas consumidoras de indumentaria en Capital Federal, que se dividen en subgrupos demográficos: porteños, del interior del país, y extranjeros que residen en Capital Federal, con el fin de acaparar la mayor cantidad posible de puntos de vista con respecto a la compra de indumentaria.

Esta técnica estará orientada hacia el reconocimiento, o no, de los barrios de Once y Flores, las experiencias vividas en estas zonas, los lugares que los consumidores suelen frecuentar para comprar indumentaria, el interés en cuanto al origen de confección de las prendas, entre otras. El objetivo será recolectar la información teórica obtenida en los capítulos anteriores con el fin de articular una respuesta acorde al tercer objetivo específico, y de esta manera definir cuáles son las percepciones que tienen los consumidores de indumentaria porteños frente a los productos que son producidos y vendidos en los barrios que competen a esta investigación, y qué preferencias tienen a la hora de comprar indumentaria. Estos aspectos derivarán de la identificación de los elementos del capital simbólico que direccionan, o no, la compra de indumentaria nacional.

De manera complementaria, para la recolección de datos cualitativos que estén vinculados con los aspectos recién nombrados, se realizó un grupo focal con consumidores de indumentaria porteños. A los participantes se les presentó las prendas analizadas en el capítulo anterior para que eligieran cuál preferirían comprarse y en simultáneo respondieran preguntas que situasen la conversación dentro del marco de estudio. La selección de prendas comparte muchas similitudes en cuanto a forma, diseño y construcción, pero la diferencia principal es que su procedencia es de locales nacionales ubicados en los barrios de Once y Flores y de Zara (empresa multinacional de origen

español dedicada a la venta de indumentaria, perteneciente al grupo Inditex) con el fin de comprender en profundidad las percepciones y las motivaciones que alientan la compra.

Al mismo tiempo, durante el desarrollo del grupo focal, se completaron matrices de análisis de comunicación no verbal, para registrar cualquier tipo de información que los participantes puedan otorgar a nivel corporal y gestual que deriven en motivos por los cuales eligen o desestiman una prenda. Estos datos sobre aspectos intangibles serán relevantes para el desarrollo de la segunda parte del segundo objetivo específico, mencionado anteriormente, donde la originalidad y la innovación serán focos fundamentales de estudio.

A continuación, se presentará una revisión de diversas investigaciones que constituyen antecedentes con los cuales la tesis dialoga.

En primer lugar, se detendrá sobre algunos estudios relacionados con la historia geográfica de los barrios mencionados. Mercuri, Camino y López (2004) desarrollan los cambios que se desencadenaron en el barrio San José de Flores a partir de la llegada de medios de transporte, principalmente el ferrocarril, y la influencia que estos tuvieron en su desarrollo económico, social, espacial y cultural. Adicionalmente, Camino (2009) detalla en su escrito la evolución del barrio San José de Flores, antiguamente como barrio de *elite*, y hoy reconocido como uno de los suburbios de la ciudad que alcanzó mayor dinámica, al ser un núcleo mercantil.

Un factor imprescindible en ambos barrios son los accesos públicos, Schvarzer y Gómez (2001) en su artículo titulado *El Ferrocarril del Oeste en la Argentina: entre las demandas de la ciudad y el campo (1854-1870)* analizan la experiencia social y cultural que significó la aparición del Ferrocarril Oeste, que tuvo como finalidad la integración de las regiones más distantes con el centro de la ciudad de Buenos Aires.

A modo de complemento, Gómez (2018) realiza un estudio netamente geográfico sobre el ferrocarril subterráneo desde sus comienzos hasta la actualidad, aportando datos específicos sobre la primera línea de subterráneos instalada, actualmente reconocida como línea A, que atraviesa los barrios que corresponden a esta investigación: Once y Flores. Estos estudios mencionados se centran en las cuestiones geográficas e infraestructura de la ciudad, sin embargo, no abordan temas vinculados a las industrias que competen a este proyecto.

Por otra parte, existen estudios que se centran en la búsqueda de información sobre las grandes colectividades que hoy y décadas atrás, habitan los barrios de Once y Flores. Kim (2016) y Mera (2012) destacan la gran cantidad de inmigrantes coreanos que pertenecen a la industria textil e indumentaria y presentan algunos de los resultados de una investigación orientada a averiguar por qué un alto porcentaje de inmigrantes coreanos entre los años 1965 y 2014 eligieron la industria de la indumentaria como método de autoempleo y rápida salida laboral en la Ciudad de Buenos Aires, y de qué forma generaron redes de organización social que posteriormente facilitaron su asentamiento.

De manera más extensa, las autoras Sassona y Mera (2007) abordan un análisis interdisciplinario, desde la geografía, sociología y antropología, para explicar los comportamientos sociogeográficos de las comunidades bolivianas y coreanas en la Ciudad de Buenos Aires, focalizando principalmente en la modalidad en que se insertan en la economía urbana mediante trabajos industriales y comerciales dentro del sector textil. Delmonte Allasia (2017) presenta un estudio que se enfoca en los aspectos socioeconómicos y culturales de la industria de confección de indumentaria argentina durante el período 2003-2015 desde un enfoque histórico y etnográfico, destacando que este rubro en las últimas décadas representa uno de los sectores con mayor inserción de trabajadores inmigrantes, haciendo particular énfasis en las comunidades bolivianas. Bajo

el mismo parámetro de investigación, Salgado (2015), y Goldberg (2014) extienden los estudios sobre esta comunidad, y abordan el caso específico de los procesos migratorios de hombres y mujeres provenientes de Bolivia. Goldberg (2014) hace hincapié en los reclutados por medio de redes transnacionales de trata y tráfico de personas, que fueron reducidos a la servidumbre ilegalmente con el fin de trabajar en talleres textiles clandestinos, mientras que Salgado (2015) indaga la relación entre el desenvolvimiento del proceso productivo y el incremento del empleo de inmigrantes indocumentados, principalmente procedentes de Bolivia, con el crecimiento de las condiciones de trabajo extremadamente precarizadas.

Otra de las comunidades que en los últimos años ha tenido mayor presencia es la senegalesa. En este caso, Kleidermacher (2015) y Zubrzycki y Agnelli (2009) analizan la circulación y la inserción de los inmigrantes senegaleses arribados durante la última década y sus posibilidades laborales, las actividades cotidianas y se destaca su participación dentro del contexto textil del barrio de Once.

También se desatacan los estudios de las comunidades judías, que han sido de las más importantes por su gran participación dentro del asentamiento de las primeras industrias. Velásquez (2010), Brauner (2014) y Avellaneda (2009) realizan un repaso histórico de sus formas para insertarse en el contexto socio cultural y su desenvolvura de manera significativa y notoria dentro de la industria de la indumentaria, incluso en los comienzos del sindicato textil. A modo de complemento, Lozano (2009) estudia los cambios atravesados por dicha industria a lo largo del tiempo, vinculados a los avances tecnológicos, el crecimiento económico, el aumento de puestos laborales e incluso la inserción de la mujer en el ámbito del trabajo. Aunado a lo anterior, Norando (2011), realiza un estudio sobre el movimiento obrero, desde una perspectiva que involucra el análisis de clase con la dimensión de género.

Por otra parte, Adúriz (2009) Blacha (1999), Azpiazu y Kosacoff (1989) enfatizan sus estudios en la etapa de la industrialización y el mandato del presidente Perón, ya que significó una sustitución de las importaciones por un crecimiento de la indumentaria elaborada a nivel nacional. Es relevante esta delimitación de espacio y de tiempo ya que se constituye como el verdadero origen y asentamiento de la industria textil e indumentaria en Argentina, donde las medidas gubernamentales en conjunto con las nuevas corrientes inmigratorias le otorgaron al país los cimientos necesarios para generar de esta industria una gran fuente de trabajo y liderazgo económico. Belini (2012) presenta un estudio del crecimiento de la industria, y en contraposición, Panettieri (2000), Caggiano (2014), Salgado (2012) y Barattini (2010) analizan las crisis sufridas en el sector a lo largo de la historia y sus aspectos más degradantes.

Hasta el momento, los barrios de Once y Flores no han sido estudiados en su costado más productivo: el papel de la industria de la indumentaria en el mercado actual y las diferentes formas de consumo asociadas al sector. Desde otra perspectiva, tampoco se desarrollaron trabajos que involucren las percepciones de los consumidores frente a la industria nacional. Por este motivo, la temática presenta la posibilidad de ser visualizada desde el enfoque de industria y mercado, así como también mercado y consumo, y consumo e industria, con la finalidad de acaparar todos los campos lo más abarcativamente posible.

Esta tesis está orientada a continuar con los estudios históricos y sociales que se hicieron con anterioridad, pero principalmente busca comprender las motivaciones de los consumidores frente a la oferta que proporcionan los barrios de Once y Flores en el campo de la indumentaria, estudiar la eficacia de su diseño, el valor percibido, los condicionantes en la mente de los consumidores y el valor simbólico que estos barrios impregnan sobre sus productos, con el fin de aportar datos relevantes que sumen teoría dentro del campo

disciplinar y se reconozca una alianza inquebrantable entre las cuestiones del vestir y las cotidianidades de la sociedad.

Capítulo 1: Los barrios de Once y Flores

En este capítulo se indagará la historia de los barrios de Once y Flores, cómo fue su configuración inicial, de qué manera surgió el asentamiento, cuáles son las colectividades que en el pasado y en el presente se apropiaron de estas zonas, en qué consiste el historial de estos espacios y su crecimiento en el ámbito industrial.

Investigadores de diferentes disciplinas han estudiado el asentamiento geográfico de la población, la incorporación de los trabajadores textiles inmigrantes, la economía en el rubro a lo largo del tiempo, la importancia del ferrocarril entre ambos barrios y los aspectos más relevantes dentro de la historia de la industria de la moda. Es por eso que, en este primer capítulo, se indagará en la historia de estas zonas para definir cuáles fueron los motivos que llevaron a que la industria textil y de indumentaria se asentara en estos sectores de la Capital Federal, teniendo como objetivo principal la obtención de un análisis detallado de los sucesos que han marcado la dirección -directa o indirectamente- de estos asentamientos, que actualmente se consolidan como los principales núcleos de producción y venta de indumentaria.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, Buenos Aires evolucionó hacia una metrópoli caracterizada por el desarrollo de la industria y la economía sostenible. El crecimiento de