

# El trabajo femenino en torno al diseño de ropa: significados y prácticas\*

Abel Pérez Ruiz\*\*

Bajo esta tesitura, el compromiso hacia la práctica del diseño es un valor que cotidianamente se pone a prueba en razón de ser enfrenado con otras maneras de pensar, de sentir y de actuar. De modo que en las diseñadoras existe el reconocimiento de que en sus expectativas y objetivos individuales se presentan los otros que pueden afectar sus competencias de acción. Esto abre la posibilidad de advertir en la dinámica de trabajo formas de participación que no necesariamente se rigen bajo un sentido de cooperación, antes bien se muestran bajo la impronta de intereses o intencionalidades divergentes en torno a la elaboración de los vestidos.

**E**n los últimos años, las continuas transformaciones en los procesos productivos a escala internacional han traído como correlato singulares valores, actitudes y prácticas por quienes participan activamente en ellas. Por ende, los progresivos cambios que han caracterizado al mundo laboral no pueden estar desprovistos de las diversas expresiones simbólicas que desprenden los individuos cotidianamente, dando origen así a variadas formas de valorar y representarse el trabajo.

Tanto para el hombre como para la mujer, el desarrollar una actividad productiva constituye una fuente de

significados y un elemento de valoración personal. No obstante, estos componentes llegan a revestir ciertos límites al amparo de un contexto sociocultural específico. Para las mujeres, en especial, el lograr desenvolverse dentro del mercado de trabajo supone enfrentar una serie de resistencias sociales que, expresa o implícitamente, confrontan su desenvolvimiento en el ámbito público.

En el caso de las diseñadoras de ropa de la Ciudad de México, estas resistencias las llevan a asumir una singular defensa hacia su práctica como una manera de identificarse y ser identificadas por los otros. En ellas existe una necesidad de darle una notoriedad a su actividad productiva, lo cual lleva consigo enfrentar una serie de estereotipos sociales como el que la confección es una tarea *propia* de la

mujer. Esto se inscribe en un contexto donde al trabajo femenino se le asocia con un conjunto de roles y atributos, construido desde el ámbito doméstico, que no resulta tan fácil de romper una vez que se accede al mercado laboral.

Para las diseñadoras de ropa estos elementos exigen ser confrontados todo el tiempo, tanto dentro como fuera de su espacio productivo. Es así como alrededor de su práctica se van delineando ciertos valores y significados mediante los cuales buscan asignar para sí un reconocimiento más allá de algunos convencionalismos sociales con los que frecuentemente se les clasifica, como el de ser comparadas con el trabajo realizado por la costurera.

Al interior de la industria de la confección, la actividad del diseño va

\* El presente artículo se desprende del trabajo de tesis para obtener el grado de maestría en Estudios Laborales en la UAM-Iztapalapa, bajo la asesoría del Dr. Sergio Sánchez Díaz.

\*\* Sociólogo, UAM-Iztapalapa.

cargada de significados que pretenden situarla más allá de simplemente hacer cortes y trazos a través de tareas repetitivas o mecánicas. La práctica del diseño implica, sobre todo, una *concepción* de la prenda, y es precisamente en ello donde las diseñadoras tratan de establecer su frontera de identidad, aludiendo a su capacidad *creativa* para situar el mundo de la moda desde otra perspectiva.

## Antecedentes

El trabajo femenino es uno de los temas que han adquirido gran relevancia dentro del campo de la reflexión social. Su pertinencia analítica deriva de un proceso en el que las mujeres, en diferentes formas y en diferentes contextos, se han incorporado cada vez más al mercado de trabajo a la luz de una serie de cambios en los sistemas industriales. De acuerdo con Luz Gabriela Arango<sup>1</sup> el trabajo femenino, bajo el contexto de la globalización y la reestructuración productiva, ha fluido básicamente sobre dos vertientes: una relacionada con el desarrollo de estrategias de industrialización para la exportación, y la otra emparentada con el trabajo industrial a domicilio integrado a cadenas de subcontratación.

En el primer caso se habla de una dinámica global que traslada a los países —con una abundante mano de obra barata— la realización de manufactura con un uso intensivo de la fuerza de trabajo, especialmente femenina<sup>2</sup>. El ejemplo arquetípico de esta situación lo representarían las maquiladoras de exportación en nuestro país, en cuyo interior se puede llegar a combinar la introducción de innovaciones tecnológicas y organizativas con condiciones laborales precarias expresadas en empleos inestables, discriminación entre el trabajo femenino descalificado y el trabajo masculino calificado, control autoritario y sexista hacia el trabajo de las mujeres, etc.

En el segundo caso se habla del trabajo domiciliario integrado a grandes cadenas de subcontratación, especialmente dentro del ramo de la confección. Este tipo de actividades constituye el eslabón más débil en razón de la precariedad laboral en la que opera; es decir, mujeres sometidas a pago a destajo, extenuantes jornadas laborales, sin ningún tipo de seguridad social, sin estabilidad en el empleo, entre otros aspectos. Esta circunstancia represen-

<sup>1</sup> Luz Gabriela Arango “Género, globalización y reestructuración productiva”; en Gabriela Arango, Luz y Carmen Marina López (compiladoras) *Globalización, apertura económica y relaciones industriales en América Latina*. CES, Santa Fe de Bogotá, Colombia 1999.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 122.

ta el lado extremo de la flexibilidad y la precarización en el empleo, y es un ejemplo de la articulación que se llega a presentar entre los sectores dinámicos de la economía con las modalidades más informales y precarias de trabajo<sup>3</sup>.

De este último punto es pertinente insistir en las condiciones en que el trabajo de la mujer se ha desarrollado, en especial en un sector tradicionalmente femenino como es el de la confección. Para autoras como Entwistle<sup>4</sup> la industria del vestido depende de buscar y explotar la mano de obra más barata en los países en vías de desarrollo. Factores como la clase, el género y la raza se entrecruzan en diferentes contextos para explicar las bajas remuneraciones salariales y las condiciones de trabajo en el sector.

Autores como Howard consideran que la industria de la confección ha estado siempre contaminada por los *sweatshop* (talleres de costura) en donde es común el ambiente sofocante y la hacinación de mujeres trabajando sin parar por salarios que apenas les proveen lo necesario para su sobrevivencia. De modo que la peculiar naturaleza de esta industria reside en un sistema de subcontratación, externo al sistema de la fábrica, cuyas condiciones de trabajo pueden verse hoy en día más o menos de igual forma a como eran hace cien años<sup>5</sup>.

En este tipo de talleres es práctica común trabajar por cuotas de producción al amparo de ritmos intensos, un calor sofocante, poca ventilación, un alto ruido de las máquinas y la inhalación del polvo que se deriva del desgarramiento de la tela<sup>6</sup>. En estas condiciones las empresas subcontratadas, muchas veces, tienen que ofrecer mejores sueldos a su fuerza laboral en razón de estar obligadas a entregar el producto en fechas específicas y evitar así la rotación de su personal<sup>7</sup>.

Sobre estas circunstancias, se entretienen roles de género imbricados de valores sobre las actitudes y conductas de la mujer en el trabajo. Muchos de estos valores van cargados de mitos o estereotipos como el de que las mujeres son dóciles e influenciables, no tienen una capacidad técnica, sólo tienen “dedos ágiles” para labores repetitivas y mecánicas, no necesitan ganar un buen salario a la manera

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 124.

<sup>4</sup> Joanne Entwistle *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Paidós, Barcelona 2002.

<sup>5</sup> *Ibid.*, pp. 254-255.

<sup>6</sup> Ximena Díaz Berr y Narah Schlaen *Mujer, trabajo y salud. Trabajadoras de la confección*. UNICEF, CEM, Santiago de Chile 1992.

<sup>7</sup> Regina Henríquez et al. *Condiciones de trabajo femenino en la industria de la confección de prendas de vestir, calzado y agroindustria en el estado de Guanajuato*. COESPO, Serie: Género y desarrollo, Guanajuato 2000.

de los hombres porque, en definitiva, dependen de lo que gana el jefe del hogar<sup>8</sup>.

Estos mitos se solidifican sobre las supuestas habilidades *propias* del sexo femenino. Dichas habilidades se contemplan como “naturales” en virtud de que la mujer crea naturalmente desde el interior de su propio ser; de ahí su *carencia* de un verdadero arte o técnica puesto que la adquisición de su *know how* (saber cómo hacerlo) se ubica dentro del espacio doméstico lo que lo hace menos visible y, por ende, sin reconocimiento social alguno. Por ello —a decir de Entwistle— la mano de obra femenina en este ramo en lugar de ser “barata”, es más bien “abaratada” por el universo de valores y prácticas sociales que no sabe aquilatarla o asignarle su verdadera posición y recompensa<sup>9</sup>. Para la autora, el trabajo de la mujer sigue sujeto a un mercado muy volátil y a un esquema en donde su labor no es suficientemente valorada; usándose y desechándose de manera regular.

En el mismo sentido autoras como Patricia Ravelo<sup>10</sup> advierten que en este sector industrial se refuerza el sentido de desigualdad entre géneros, así como entre el trabajo calificado y el no calificado. De esta suerte no es sorprendente que en su interior se presenten formas de socialidad a través de la relación personalizada, la intensidad en los ritmos de trabajo, el salario a destajo, la competencia de habilidades y las actitudes de prepotencia primordialmente por parte de los jefes.

Aunado a esto, investigaciones como las de Patricia Arias y Fiona Wilson<sup>11</sup> señalan que, al ser la costura una tarea aprendida por la mujer desde la infancia, hace que su trabajo parezca algo sencillo aún cuando tenga que realizar operaciones más complicadas, lo cual no se traduce en un valor adicional en términos de su calificación. De manera que sus habilidades y conocimientos son asignados socialmente como parte de sus experiencias domésticas; de ahí lo infravalorado que reviste su trabajo por considerársele un oficio *natural* por el hecho de ser mujer.

Sobre la base de estos valores es como algunas empresas del vestido en nuestro país se han desarrollado a lo

largo de los años, manteniendo y reforzando ciertos elementos tradicionales con respecto al papel del trabajo femenino dentro del sector. Así por ejemplo, en un estudio sobre la confección de ropa en Yucatán, Florencia Peña<sup>12</sup> encuentra que los mejores salarios y las más amplias prestaciones sociales están destinados a aquellas mujeres que menos cuestionan la organización patriarcal de las unidades domésticas yucatecas. No así para las trabajadoras domiciliarias, casadas y con hijos, que pueden reforzar la subordinación femenina en el sentido de aparecer como incapaces de ser autosuficientes económicamente. Para estas últimas, la recompensa a su labor es percibida como complementaria al trabajo del varón por ser él quien garantiza los costos de la reproducción cotidiana y generacional de la unidad doméstica.

Al amparo de estas consideraciones, es necesario advertir que la industria de la confección no ha sido ajena a la necesidad de modernizar sus esquemas de trabajo, lo cual hace patente la necesidad de asignarle a la fuerza de trabajo femenina un nuevo rol en ciertos procesos. Esto último lo podemos ver especialmente en el trabajo de diseño de ropa. En el mundo de la moda el diseño desempeña un papel importante por cuanto posibilita el desarrollo de propuestas en términos de materias primas, texturas, colorido, formas, accesorios, etc. que le dan a la prenda una configuración distintiva y simbólica. Es a través del diseño como el vestido puede instituir una tendencia social reflejada en la actitud, en las emociones y comportamientos de los individuos en un tiempo y espacio específicos.

En esa línea, Margarita Landázuri<sup>13</sup> considera que México no es un generador de moda, a lo más es un continuador de ella. Entendido de otra forma, nuestro país no se distingue por poseer una industria de la moda, aún cuando existe una historia importante en cuanto a industria textil y de la confección se refiere. Son algunos países como Francia, Italia, Alemania y Estados Unidos, los que fundamentalmente ostentan una industria bien organizada e institucionalizada de la moda. Este aspecto es de suma importancia porque de ahí se desprende la manera particular que tiene el trabajo de diseño en países como el nuestro; es decir, el de *reinterpretar* o *adaptar* estos estilos para incorporarlos a una producción masiva y ponerlos al alcance del consumo popular.

<sup>8</sup> Entwistle, *Op. cit.*, p. 257.

<sup>9</sup> *Ibid.*, p. 257.

<sup>10</sup> Patricia Ravelo Blancas “Aprisionamiento y socialidad en las fábricas del vestido. Identidad ocupacional con atributos de género”; en Guadarrama Olivera, Rocio (Coordinadora) (1998) *Cultura y trabajo en México. Estereotipos, prácticas y representaciones*. UAM-Friedrich Ebert-Juan Pablos, México 1998.

<sup>11</sup> Patricia Arias y Fiona Wilson *La aguja y el surco. Cambio regional, consumo y relaciones de género en la industria de la ropa en México*. Universidad de Guadalajara-Centre for Development Research, México 1997.

<sup>12</sup> Florencia Peña Saint Martín *Discriminación laboral femenina en la industria del vestido de Mérida, Yucatán*. INAH-CONACULTA, México 1996.

<sup>13</sup> Margarita Landázuri *¿Moda o diseño? La industria de la confección en México*. Tesis de Maestría en Diseño Industrial, Facultad de Ingeniería, UNAM 2000, p. 73.

Así, el diseño se muestra como una labor orientada a hacer asequible la moda a un amplio sector consumidor. Convencionalmente la moda ha sido vista como una proyección de imágenes y arquetipos referidos a la apariencia, pero muy poco como una forma de trabajo en la que se desarrollan diferentes recursos y tecnologías para darle vida a las prendas. Al constituirse la moda como producción y no sólo como consumo, está sujeta igualmente a los procesos de transformación productiva que se han venido sucediendo en los últimos años al amparo de la globalización. En tal perspectiva, el diseño ha experimentado cambios expresados esencialmente en el uso de tecnología digital a fin de agilizar ciertas tareas. Pero la llegada de esta innovación en nuestro país no ha llegado a extenderse del todo dentro del sector de la confección, de ahí que el elemento tradicional alrededor del diseño como es el uso de plantillas, el dibujo a mano, la hechura de moldes a base de papel cartón, etc. siga manteniéndose vigente. Sin embargo, lo anterior habla de que esta industria no está estancada, sino que en su interior se están incorporando, de manera gradual, nuevas formas de trabajo a partir del uso de la computadora y otros aditamentos técnicos.

## El objeto de estudio

La investigación está centrada en un estudio de caso en el que se comparan dos modalidades dentro del diseño de ropa: el diseño artesanal, es decir, el desarrollado de manera manual, y el diseño técnico, el cual implica el uso de la computadora<sup>14</sup>. Ambas expresiones son efectuadas por mujeres egresadas de la carrera técnica “Diseño industrial de patrones” del Centro de Estudios Tecnológicos, Industriales y de Servicios (CETIS) No. 9, ubicado en la zona centro del Distrito Federal. Las edades de estas trabajadoras oscilan entre los 32 y los 38 años. En términos espaciales, la investigación está enmarcada dentro de la zona metropolitana de la Ciudad de México, en particular en el municipio de Naucalpan. En cuanto a su ubicación temporal, el estudio representa un análisis sincrónico; es decir, se busca destacar las particularidades del fenómeno en su manifestación presente.

<sup>14</sup> Es conveniente advertir que las expresiones en torno al diseño que se presentan aquí están basadas en casos específicos, las cuales no deben ser tomadas como un rasgo generalizado en la industria del vestido en México. Además esta separación entre lo artesanal y lo técnico de ningún modo significa que algunas empresas no lleguen a combinar elementos tradicionales y modernos en algunos procesos, incluido naturalmente el diseño.

El interés del estudio se aboca a presentar la actividad productiva de estas mujeres en función de sus significados y prácticas. Desde esa perspectiva el trabajo de las diseñadoras propicia entender que su ejercicio involucra una serie de conocimientos, habilidades, destrezas, experiencias y comportamientos que trascienden la mera rutina de hacer cortes y trazos. Su análisis hace posible vislumbrar sobre qué condiciones realizan su labor y cuáles son los principales obstáculos que enfrentan a fin de darle mayor notoriedad y reconocimiento social a su práctica productiva. En adición, motiva el identificar los puntos de acuerdo y desacuerdo frecuentes entre las diseñadoras, sus compañeros y sus jefes en cuanto a qué representa el trabajo y qué actitudes se deben desplegar frente a él en las circunstancias actuales de alta exigencia productiva y competitividad. Planteado en otros términos es conocer: *¿cómo las diseñadoras de ropa construyen una serie de valores y significados hacia el trabajo, a partir de la relación existente entre el uso de una tecnología específica y las formas de comunicación establecidas tanto con el jefe como con los compañeros de trabajo?*

Lo anterior exige reconocer en las diseñadoras de ropa una capacidad de realización mediante la cual aprehenden y hacen inteligible la realidad en la que actúan a través del contacto con los objetos y con las personas. De manera que la orientación hacia su práctica está en correspondencia con ciertos procesos que conforman su universo de vida. Es bajo el amparo de estos procesos como la diseñadora busca asignarle una singularidad a su práctica expresada en una manera de sentir y ejecutar el trabajo. Plantea para el investigador una mirada “desde adentro” a fin de identificar esos valores y significados desde la propia perspectiva de las diseñadoras a través de su discurso y de sus prácticas laborales.

## Marco teórico-metodológico

Los valores y significados que acompañan a las personas permiten entender ciertas actitudes y comportamientos en su transcurrir por la vida social. Espacios de socialización como la familia, la escuela o el trabajo mismo, actúan como un referente importante en la manera en cómo los individuos aprehenden y redefinen una serie de valores a través de sus procesos de interacción cotidiana. Al interior de estas interacciones se destaca un componente simbólico, en el cual alternadamente se entrecruzan las dimensiones objetiva y subjetiva presentes en el espacio social. De esta manera, dentro de los diferentes ámbitos de interac-

ción se despliegan procesos de *simbolizar*<sup>15</sup> que se derivan del sentido y significado que las personas le otorgan a las estructuras, a los artefactos, a las acciones y a los acontecimientos enmarcados dentro de un contexto particular.

Desde tal perspectiva, las personas no sólo son meras portadores de estructuras, también pueden hacer uso de su capacidad interpretativa a fin de darle un sentido a sus acciones y así echar mano de un conjunto de recursos para enfrentar las circunstancias que se les presentan de continuo. Es mediante el elemento subjetivo como el individuo le da sentido al mundo que le rodea. De ahí que este proceso siempre esté en relación con algo, con una situación concreta<sup>16</sup>. La subjetividad constituye un acto personal, le otorga un significado particular a la práctica acompañándola en su transcurrir y en sus resultados. Pero la subjetividad no debe verse aquí como un elemento atomizado en lo individual. Cuando atraemos este concepto no lo hacemos como un mero proceso fisiológico o psicológico, sino más bien como un proceso social<sup>17</sup>.

La subjetividad entonces -entendida como proceso de dar sentido-, posibilita comprender cómo la persona articula su posición, en un tiempo y en un espacio específico, con respecto a una situación social, a un acontecimiento o ante otras personas. En consonancia con Schütz<sup>18</sup>, el sentido adquiere una mayor dimensión cuando se deriva del acto reflexivo. De este modo, la reflexividad conduce a la persona a otorgarle un singular significado a las experiencias vividas mediante el lenguaje. Bajo este camino es posible identificar ese cúmulo de valores y significados sobre el cual se orienta en su mundo social.

Esto último permite advertir que los valores generados vía la socialización no constituyen elementos homogéneos e indiferenciados, listos para ser incorporados por los sujetos en su vida cotidiana, sino que son susceptibles de ser confrontados, negociados o redefinidos en función de intereses o intencionalidades divergentes. Esta observación permite advertir que los valores aprehendidos, aún dentro de un marco de socialización común como puede ser la formación escolar, suelen orientar comportamientos disímiles en función de las trayectorias individuales así como del espacio de interacción mediante el cual se expresen.

<sup>15</sup> Puede verse a este respecto Leslie White "El concepto de cultura"; en Kahn, J. S. *El concepto de cultura. Textos fundamentales*. Anagrama, Madrid 1975.

<sup>16</sup> Enrique De la Garza *Subjetividad, Cultura y Estructura*; en Iztapalapa núm. 50, año 21, enero-junio, UAM-Iztapalapa, México 2001, p. 96.

<sup>17</sup> *Ibid.*, pp. 94-95.

<sup>18</sup> Alfred Schütz *El problema de la realidad social*. Amorrortu, Buenos Aires 1995.

Estas consideraciones, una vez que se atraen al ámbito productivo, adquieren una dimensión particular. Cada sociedad tiene un concepto diferente de lo que es y no es el trabajo. Esto último, por extensión, hace que a cada actividad se le asocien valores y contenidos simbólicos distintos. Mucho de lo que representa una labor productiva tiene que ver en cómo sus significados operan en la mente y en la manera en cómo son transmitidos por los sujetos en su interacción con los artefactos, con las cosas o con las personas bajo circunstancias específicas.

El trabajo no es únicamente un espacio en el que se inserta una determinada forma de organización productiva, una tecnología específica y un cierto mecanismo de control sobre los distintos procesos, sino además constituye un espacio de interacción social sujeta a específicas formas de comunicación entre sus participantes. Esta interacción se desenvuelve al amparo de un contexto *intersubjetivo*<sup>19</sup> en el que se reconoce la existencia de otras personas con quienes se comparten ciertas experiencias, sensaciones, preferencias, afectos o desafectos en torno a la práctica laboral.

Para el caso que nos ocupa, su estudio implica por lo demás centrarnos en una actividad productiva desarrollada por mujeres. Esta circunstancia nos introduce a un terreno en donde los valores derivados del trabajo revisten peculiaridades especiales trazadas por el *género*; es decir, por el sentido social que adquiere el trabajo de la mujer dentro de un ambiente cultural permeado por la disociación entre lo masculino y lo femenino<sup>20</sup>.

Ubicado así, el análisis del trabajo de las diseñadoras requiere no asumir *a priori* atributos "propios" de lo femenino, ni establecer cualidades indiferenciadas para entender los rasgos específicos de sus actitudes o prácticas dentro del espacio laboral. Lo que sí es importante reconocer es la existencia de una serie de dimensiones como la edad y el género, que se entrecruzan con procesos de socialización como la familia, la profesión o la empresa en torno a la edificación de su cultura<sup>21</sup>, todo lo cual se refleja por diferentes vías al momento de interactuar con los otros y con una serie de recursos específicos.

Por su parte, la aproximación metodológica al universo de trabajo de las diseñadoras está en alcance directo con un enfoque cualitativo. Esta consideración parte del

<sup>19</sup> Véase Alfred Schütz *Op. cit.*, y Peter Berger y Thomas Luckmann *La construcción social de la realidad*. Amorrortu, Buenos Aires 2001.

<sup>20</sup> Véase Dolores Comas D'Argemir *Trabajo, género, cultura. La construcción de desigualdades entre hombres y mujeres*. Icaria, Barcelona 1995.

<sup>21</sup> Rocío Guadarrama Olivera *De la cultura obrera a las culturas laborales: reseña de un debate* en *El Cotidiano*, México 1995, núm. 73 nov-dic, p. 22.

hecho de ubicar los valores y significados como elementos contruidos por parte de los sujetos en sus espacios de interacción social. Ello conlleva a descubrir cómo son apre- hendidos y expresados desde la propia perspectiva de las personas. En tal sentido, abogamos por una *experiencia próxima*<sup>22</sup> como un recurso metodológico a fin de descubrir e interpretar las conexiones significativas que le dan sentido a un determinado acto social.

Este enfoque cualitativo involucra el uso de varios métodos de investigación empírica. Para los propósitos del presente estudio nos remitimos esencialmente a dos: la narrativa y la etnografía. Como advierte Thomas R. Lindlof el carácter común de estas herramientas reside en “el estudio sistemático de la experiencia vivida: cómo la gente entiende quién es, social y culturalmente, a través de sus acciones, sus discursos y la percepción que desarrollan de sí mismos y en relación con los demás”<sup>23</sup>.

El uso de las narrativas recoge el sentido de lo vivido a través del vehículo de comunicación más habitual: el lenguaje. Es a través del uso del lenguaje como las personas le atribuyen un sentido a las cosas y acontecimientos que forman una parte importante dentro de sus experiencias de vida. Con la comunicación verbal los individuos no simplemente ponen sus ideas en palabras, sino sobre todo responden a las expresiones de otro como una manera de enlazar sus actividades prácticas con las de quienes están a su alrededor<sup>24</sup>.

De manera adicional, el método etnográfico posibilita un acercamiento estrecho con el objeto de estudio en función de sus prácticas, sus expresiones, sus comportamientos y posturas vinculadas a la actividad del diseño de ropa. A través de la observación participante se logra entablar esta experiencia próxima con el mundo de la diseñadora. Es una forma de “vivir desde adentro” la cotidianidad del grupo, para lo cual se hace necesario en principio ganar su confianza y lograr su aceptación.

El poder situarse desde las propias coordenadas de la vida de las diseñadoras posibilita capturar los rasgos simbólicos que operan como vehículos de comunicación cultural desprendidos de sus espacios de interacción cotidiana. El *locus* básico desde donde se abordan estas cuestiones lo conforma su propio espacio productivo.

<sup>22</sup> Clifford Geertz *Conocimiento Local. Ensayos sobre la interpretación de las culturas*. Paidós, Barcelona 1994.

<sup>23</sup> Citado por Jorge Balderas *Mujeres, antros y estigmas en la noche juarese*. Instituto Chihuahuense de la Cultura, Colección Solar, Chihuahua 2002, p. 8.

<sup>24</sup> Puede leerse sobre el particular a John Shotter *Realidades conversacionales. La construcción de la vida a través del lenguaje*. Amorrurtu, Buenos Aires 2001.

La conveniencia de este método reside en observar e interpretar cómo las diseñadoras movilizan expresiones<sup>25</sup> a fin de transmitir una información de índole sociocultural dentro de una colectividad. Desde este ángulo de aproximación, se hace posible analizar la peculiaridad de sus procesos de simbolizar en su interacción con los artefactos de trabajo, con la estructura organizativa y con las personas. Como lo advierte Malinowsky<sup>26</sup> existen una serie de fenómenos que no pueden conocerse únicamente a través de la subjetividad del actor o de la información previa en los documentos y textos escritos, sino que es necesario aprehenderlos a través de la observación. De este modo, la práctica del diseño -su *know how*- sólo puede describirse en la medida de lograr capturar su manifestación concreta.

## La exposición de los resultados

### El diseño artesanal

Para el estudio de este método se ha tomado como caso la empresa *Union Boy* situada en Naucalpan, Estado de México. Esta planta constituye una pequeña empresa con cerca de treinta y cinco trabajadores entre personal administrativo y de piso. La línea en que se especializa es ropa para niño y para dama.

El departamento de diseño está compuesto por dos diseñadoras, dos costureras y un graduador. La división del trabajo en cada uno de los miembros es muy marcada en función de sus capacidades. Las diseñadoras se dedican al desarrollo de los moldes<sup>27</sup>, una de ellas se especializa en ropa para dama, en tanto que la otra en ropa para niño. Las costureras, por su parte, se abocan a la unión de los cortes que conforman las muestras y adicionalmente a las labores de planchado. El graduador, a su vez, se orienta a desarrollar las diferentes tallas a partir de la muestra base con el objeto de ser enviadas al departamento de corte.

La labor de diseño consta de una serie de etapas. Una primera consiste en la búsqueda de la información para el desarrollo de la prenda. El recurso básico de que se dispone para este fin es el uso de las revistas de moda, la mayoría de ellas europeas las cuales orientan las tendencias con

<sup>25</sup> Erving Goffman *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrurtu, Buenos Aires 1981.

<sup>26</sup> Branislaw Malinowski *Los argonautas del pacífico occidental. Comercio y aventura entre los indígenas de la Nueva Guinea Francesa*. Península, Barcelona 1995.

<sup>27</sup> El molde es el resultado final del diseño de la prenda que involucra una serie de piezas cortadas en tela, las cuales una vez unidas constituyen el modelo sobre el cual se realizarán las prendas en serie bajo diferentes tallas.

una temporada de anticipación. En ellas se trazan arquetipos sobre la importancia de la buena apariencia a partir del *look* mediante fotografías de los últimos diseños de Versace, Armani, Chanel, etc. Este elemento funge como un mecanismo de comunicación con contenidos simbólicos diversos. Mensajes como “tu nuevo look de otoño”, “maquillaje elegante”, “moderna”, vienen correspondidas de imágenes arquetípicas capaces de movilizar prácticas alrededor del cómo vestir y el cómo ser.

Estas expresiones son incorporadas y redefinidas por la diseñadora a partir de sus propios criterios estéticos. La diseñadora es quien se reserva la preferencia sobre un determinado estilo de prenda. En esta etapa, el gusto por el tipo de tela, el corte o la forma entre una variedad de modelos, viene a constituir un dominio enteramente personal en el cual se ponen en juego conocimientos y sensaciones sobre la moda como resultado de sus conocimientos y experiencias. Estos recursos son situados por la diseñadora como partes fundamentales que actúan en conjunto para *idear* una prenda.

De esta manera el ejercicio del diseño viene permeado por inclinaciones de forma y funcionalidad. En este sentido, la mirada de la diseñadora está puesta en una doble imagen; es decir, en el modelo de la revista y en la representación de la gente a quien va dirigida la prenda. Esta adaptabilidad hace que la diseñadora se asuma como alguien que logra olfatear las necesidades de consumo, la accesibilidad o los gustos así como las limitaciones, los desagradados o desacuerdos de las personas sobre la moda en el vestir.

La elección del modelo, por ende, no es simplemente la reproducción extraída de la revista o del catálogo. Sirve como un referente, pero en el camino sufre de alteraciones que dan cuenta de la forma en que la diseñadora *conci*be la moda. Esto último se observa nítidamente en un segundo momento cuando se realiza el dibujo sobre una hoja de papel. La silueta estilizada denota una pericia y una técnica aprendida a través de la práctica continua al momento de trazar la figura femenina. En ella se plasma lo que implicó el proceso previo. En el dibujo van contenidas las apreciaciones en cuanto a su gusto personal y en cuanto a las tendencias que dominan la naturaleza de la ropa para dama: la pertinencia del corte, la forma del delantero, el coordinado ya sea en falda o en pantalón, etc.

En función de lo anterior, la diseñadora dispone de los materiales para realizar el trazo. En esta etapa el proceso consiste en delinear manualmente los trazos sobre la hoja que compondrá el molde o la plantilla muestra de la prenda. Es así como se van configurando el cuello, la espalda, las

mangas, etc. Una vez plasmados los trazos en la plantilla se colocan en un tendido de tela donde se procede a recortarlos y las piezas resultantes son envueltas entre sí a través de una pequeña cinta junto con un instructivo para costura. Este último es un recurso ideado por la propia diseñadora con la finalidad de especificarle a la costurera la manera en que se deben unir los cortes.

Técnicamente el proceso de diseño involucra el dibujo, el trazo en una hoja de papel bond y el corte de las piezas, todo ello a través de la destreza manual. De ahí su rasgo artesanal que pervive en este espacio productivo. Sin embargo, aún cuando la diseñadora llegue a considerar la prenda como una creación propia, objetivamente supone la concurrencia de otros miembros. La diseñadora, en efecto, interviene de manera directa en la concepción y elaboración del molde bajo una serie de ritmos y criterios personales al no existir mecanismos tendientes por parte de la empresa por dividir o parcializar su tarea.

Pero este proceso en sí mismo no podría entenderse si no existiese alguien dedicado a unir los cortes para la conformación de la prenda, y esta etapa necesaria sólo es realizada por la muestrista o costurera<sup>28</sup>. Lo anterior da cuenta de una complementación pero también de una marcada división técnica del trabajo, particularmente entre estas dos actividades, lo cual expresa además una forma particular de relación social. En términos de calificación, la diseñadora marca su terreno en función de su capacidad técnico-profesional que le permite tener una *concepción* particular de la prenda; en tanto que la costurera lo hace aduciendo a su conocimiento y habilidad práctica en la *ejecución* de los vestidos.

Por la forma en que interactúan hay una determinación por cuidar sus condiciones tradicionales de trabajo. En ello hay una *demarcación horizontal* de saberes y habilidades<sup>29</sup>. Tanto para la diseñadora como para la muestrista, la manera de hacer y sentir el trabajo les otorga cierta autoridad sobre las particularidades de un vestido; su costura, su pliegue, su planchado, su doblez; son aspectos que eventualmente involucran querellas cotidianas trazadas por la oposición entre un saber técnico (diseñadora) y un saber práctico (costurera). Dentro de esta tesitura, la diseñadora tiene que desplegar elementos persuasivos basados

<sup>28</sup> Se le denomina también como muestrista porque es quien se encarga de unir los cortes del modelo o muestra, básicamente a través de la máquina recta.

<sup>29</sup> Anne Witz “Patriarchy and the labour market: occupational control strategies and the medical division of labour”; en Knight, David y Hugh Willmott *Gender and the labour process*. Gower, Hampshire, England 1986, p. 16.

en sus capacidades, experiencias y conocimientos que van más allá del argumento meramente técnico:

[las muestristas] tienen una manera de trabajar y ellas optan, por decir “esto se hace así” y no hay modo que se haga de otra manera; entonces tú llegas y dices: “¿sabe qué?” esto le va ahorrar tiempo y va a ser mucho más fácil”; entonces de repente dice: “¿cómo? si toda mi vida lo he hecho así; ¿cómo me va a venir a enseñar usted algo que yo he hecho de esta otra manera?” [...] Obviamente no les vas a decir “usted hágamelo así y así, y usted hágase bolas”. Para saber mandar hay que saberlo hacer, más que nada tú saber las cosas<sup>30</sup>.

Este *saber hacer las cosas* también se hace extensivo al momento de interactuar con el jefe. En este sentido, la relación que mantiene este último con la diseñadora y, por extensión, con todos los miembros de la empresa, es muy personalizada. A partir de esto puede decirse que existe un tipo de “control tradicional”<sup>31</sup> encarnado en la figura del patrón como una forma de asegurar el cumplimiento de las tareas.

Para el caso del diseño, lo anterior se expresa básicamente en una serie de intercambios de opiniones sobre la particularidad de la prenda. En ese proceso comunicativo cada parte despliega actitudes sobre la conveniencia o no de determinado modelo: “eso ya ni lo termines ¡está re feo!”, “¡pues no!; primero deje que termine mi molde y ya luego me dice”<sup>32</sup>. A partir de esta expresión, el trabajo es valorizado por la diseñadora como algo propio, algo que vale la pena defender por el grado de involucración personal desplegado. El poder idear, adaptar y experimentar etapa tras etapa la conformación de la muestra constituye un significado del cual no es tan fácil renunciar. Por ende, la defensa del trabajo propio –como reducto de un quehacer artesanal– se inscribe dentro de un espacio de interacción donde es necesario persuadir a los otros.

..cada idea [el jefe] quería modificarla: “es que si tiene esa solapa no porque no sé que”, “no pero es que esa solapa se ve mejor por esto”, entonces lo vas defendiendo hasta que lo logras, y queda nítido tu modelo y así no hay ningún

problema, quedas satisfecho porque le vendiste la idea, es una buena idea, tiene tendencia y se va a vender bien<sup>33</sup>.

De ahí que dentro de este ambiente la idea de la creatividad sea un asunto que se negocie cotidianamente, tanto con la muestrista como con el jefe. Esta *creatividad negociada* constituye la expresión particular sobre la que la diseñadora ha ido conformando una identidad y una forma de experimentar día a día su trabajo en este ámbito productivo.

### **El diseño técnico**

Para la exposición de este método se ha tomado como ejemplo la empresa *Manufacturas Íntimo* situada igualmente en el municipio de Naucalpan, Estado de México. Constituye una empresa mediana que alberga a cerca de doscientos cincuenta trabajadores entre personal administrativo y de piso. La línea de ropa que trabaja es ropa interior para dama y para caballero.

Al igual que en el diseño artesanal, en este tipo de trabajo se trabaja sobre imágenes preestablecidas; en este caso a través de catálogos de lencería enviados por la firma Play Boy desde su sede en Estados Unidos<sup>34</sup>. La computadora, en este ambiente, constituye la principal herramienta de trabajo para las labores de diseño. El programa utilizado para este fin es “Corel Draw” mediante el cual se utilizan una serie de órdenes específicas para la realización del dibujo. Esto de inicio expresa una ruptura con el tradicional método del bocetaje hecho a mano por la diseñadora artesanal. A través de las líneas guía que hacen la cuadrícula en la pantalla, es como la diseñadora comienza a unir los nodos de referencia o puntos que van a servir para la conformación gráfica de la prenda. Su habilidad manual se reduce al manejo adecuado del *mouse* sobre ordenamientos ya fijos que proporciona el software utilizado. El conocimiento técnico en este ejercicio se demuestra al ir delineando los contornos de la figura humana a partir de una serie de comandos y herramientas del sistema.

Para la diseñadora este proceso permite sobre todo darle una mejor presentación al modelo. Técnicamente, el generar una prenda con una forma y colorido específico en la computadora subvierte la forma tradicional del dibujo, pero ello no representa para la diseñadora un alejamiento o un desapego emocional hacia el mismo, sino que le da otra dimensión y otros significados. “Sí tienes que saber

<sup>30</sup> Conversación con Ana María Mondragón, diseñadora de Union Boy, 23 de agosto de 2004.

<sup>31</sup> Andrew Friedman *Industry and Labor. Class Struggle at Work and Monopoly Capitalism*. MacMillan Press, London 1982.

<sup>32</sup> Conversación entre el jefe y la diseñadora Soledad, extraída de la visita de campo a la empresa Union Boy, 31 de agosto de 2004.

<sup>33</sup> Conversación con Ana María Mondragón, 26 de agosto de 2004.

<sup>34</sup> Esto es así porque la empresa trabaja dentro de un sistema de licencias en el que paga los derechos para explotar comercialmente una firma determinada, en este caso la de Play Boy.

dibujar, no sólo es hacer rayitas y ya [...] mucho de la venta es cómo llega al ojo”<sup>35</sup>.

De esta suerte, la diseñadora *juega* con imágenes proyectadas en la computadora. Ahí su práctica discurre entre la combinación, alteración, discriminación o elección de siluetas, colores y tramajes. Cada imagen representa para la diseñadora una posible prenda puesta en un exhibidor; atrayendo al público por su forma, su estampado y su colorido. A través de ella la diseñadora se asume como la creadora pero al mismo tiempo como la potencial compradora de la prenda. En este tipo de trabajo no es suficiente crear, también hay que pensar en vender. Entre la creación y el mercado es como el trabajo adquiere un valor y un significado para la diseñadora.

..el proceso que más me gusta es cuando empiezo a generar siluetas, yo le llamo siluetas a todo el proceso de darle forma a la prenda; siempre hago muchas, muchas siluetas, veinte, treinta, cuarenta, las que se me ocurran y entonces de ahí selecciono. Ese proceso es el que más me gusta, es el seleccionar mi propio trabajo, empiezo a elegir y digo “esto si lo compraría, esto no lo compraría”, siempre pensando qué compraría y qué no compraría ..”<sup>36</sup>

Una vez que se realizan gráficamente los modelos, se prepara la hechura del molde que va a servir de base para la graduación de las diferentes tallas. Esta tarea se realiza mediante el siguiente mecanismo: la diseñadora traza sobre una hoja de papel cartón o papel bond el contorno de una prenda –un boxer, una playera– en una talla específica. Posteriormente el trazo es colocado en una mesa digitalizadora a efecto de ser graduado. Esta mesa se encuentra conectada a una computadora, la cual va registrando visualmente el crecimiento de los puntos a través de un cursor digitalizador para dar las distintas tallas. Estas últimas son acomodadas en la pantalla de la computadora en función del ancho de tela que se va a cortar para su correspondiente elaboración. Acto seguido, se ordena al programa imprimir estos trazos a través de un plotter quien en cuestión de minutos elabora la hoja con las tallas debidamente acomodadas para desperdiciar el mínimo de tela posible. La hoja finalmente pasa al área de corte donde es adherida a un cúmulo de telas lista para ser seccionada.

Por el tipo de proceso, la labor de diseño resulta más ágil que la observada en *Union Boy*, en especial porque al

<sup>35</sup> Conversación con la diseñadora Arizbeth extraída de la visita de campo a Manufacturas Íntimo, 27 de septiembre de 2004.

<sup>36</sup> Conversación con Arizbeth, 12 de junio de 2004.

trabajarse sobre muestras gráficas se abrevia con ello el manejo de materiales así como la intervención de la costurera. En este ambiente, la diseñadora despliega una serie de habilidades cuyos significados se asocian con la simplificación y ahorro de esfuerzo en el trabajo. Así, mientras que para la diseñadora artesanal conformar una prenda muestra puede implicar hasta dos horas de trabajo, para la diseñadora técnica esto puede llegar a reducirse a cerca de treinta minutos<sup>37</sup>. Además, no hay posibilidad de desperdiciar hojas para la elaboración del dibujo y los trazos, sino que es en la misma pantalla donde se hacen los ajustes necesarios. Sin embargo, cabe advertir que por el tipo de ropa trabajada (ropa interior) las posibilidades de variación son muy estrechas. En el diseño de boxers, trusas, playeras, bikinis, etc. los márgenes de operación se limitan esencialmente a aspectos relacionados con la silueta, los estampados, los coloridos, en prendas cuyo corte y forma son muy estandarizados.

Para la diseñadora, el uso de esta nueva tecnología le ha significado obtener un estatus importante dentro de la empresa, al tiempo que le ha permitido demarcar sus particulares conocimientos y destrezas con respecto a otro tipo de saberes. Esto actúa como un componente adicional en la manera en cómo se ve y se representa al interior de la empresa. Para ella el diseño es lo que dinamiza al resto de las áreas porque con base en sus creaciones la empresa garantiza obtener una determinada cantidad de ingresos. De ahí que, aparte de sus habilidades técnicas, tenga que desplegar otro tipo de recursos en su relación con los demás departamentos.

De tal suerte, en la práctica del diseño van imbricadas sensaciones de gusto junto una racionalidad operativa que da cuenta de un carácter más funcional al momento de asumir sus tareas. “Yo siempre diseño en base a costos, siempre estás pensando “¿cuánto cuesta esto y cuanto cuesta lo otro? [...] entonces tienes que tomar en cuenta eso para lograr que la gente se involucre en la elaboración de la prenda.”<sup>38</sup> Para lograr este involucramiento la diseñadora intenta cotidianamente cambiar ciertas prácticas en la manera en cómo se transmiten las informaciones.

En ese tenor, las exigencias productivas actúan como un importante factor en la diseñadora para asumir ciertas

<sup>37</sup> Desde luego ello se desprende de la comparación hecha entre ambas modalidades en función de los casos estudiados, lo cual no debe verse necesariamente como un aspecto generalizado dentro del proceso de diseño en nuestro país, ya que depende del tipo de ropa elaborada, de la pericia de cada trabajadora, de la tecnología utilizada, del tipo de relación laboral, entre otros factores.

<sup>38</sup> Conversación con la diseñadora Arizbeth extraída de la visita de campo a Manufacturas Íntimo, 7 de octubre de 2004.

responsabilidades que trascienden la mera ejecución del diseño, entre ellas darle un cierto seguimiento a algunas tareas. No obstante, esto no es parte de una reorganización en el seno de la empresa, sino que es resultado de una iniciativa individual bajo la complacencia de la dirección. El saber técnico de la diseñadora la conduce a intervenir en distinto grado en las tareas complementarias del diseño, por ejemplo en corte, donde es común que se lleguen a presentar dudas sobre cómo seccionar determinados trazos en términos de su longitud, ángulo de incisión, separación de la tela, etc.; situación que por otro lado puede devenir en una confrontación entre dos tipos de saberes: uno situado desde una perspectiva técnica y profesional y otro ubicado desde la experiencia que da la recurrencia de la práctica.

Lo anterior viene a constituir una singular relación de dos maneras de entender el trabajo, la cual no está exenta de generar sus propias resistencias. Es ahí donde la intención de la diseñadora por mejorar los procesos, llega a encontrar severos obstáculos como resultado de convenciones o modos propios de trabajar que no son enteramente compartidos.

Las empresas que trabajan con maquileros están en la prehistoria y en la *prehisteria*. Yo por más que les doy parámetros de calidad a mis maquileros ellos se los pasan por el arco del triunfo, y ¡no les importa! Cuando llegan (los pedidos) lo hacen apretados de tiempo porque ya tienes que entregarle a Soriana, a Wal Mart porque si no, te sancionan con el quince por ciento o de plano te cancelan; tienes que dar bonificaciones y todo eso<sup>39</sup>.

Es así como se inscribe una disputa simbólica alrededor de la práctica productiva que lleva aparejada también una disociación en lo relativo a la manera de pensar y sentir el trabajo. Esta circunstancia refleja, por lo demás, la particularidad sobre la cual la diseñadora se inserta en su relación con los otros en el espacio productivo, esto es, una intencionalidad por involucrarlos de otra manera dentro de la dinámica productiva a fin de hacer más funcional el carácter de las actividades, pero que encuentra poco eco en el ánimo de quienes participan alrededor de la confección de los vestidos. Así, el sentido de compromiso —como una particular forma de ser y comportarse al interior de la empresa— es un aspecto que cruza por complicadas relaciones interpersonales donde las ideas sobre el trabajo suelen ser divergentes e, incluso, contrapuestas.

<sup>39</sup> Conversación con Arizbeth y Alejandra, 3 de septiembre de 2004.

## Conclusiones

Expuestos así, estos dos métodos dejan entrever la manera en que las diseñadoras despliegan una serie de prácticas con contenidos simbólicos específicos en función de sus espacios de interacción. Para la diseñadora artesanal, la defensa de su oficio —identificado como un trabajo propio— la lleva a entablar una negociación cotidiana en su relación con los otros, en tanto que para la diseñadora técnica la simplificación de su tarea la conduce a asumir otro tipo de responsabilidades más orientadas a aspectos operativos en torno a la funcionalidad comercial de la prenda.

En ambos procesos existe una absorción de referentes exteriores, imágenes arquetípicas que sirven de guía para el desarrollo de los modelos. A partir de ello puede pensarse que la idea de creatividad en el trabajo de las diseñadoras resulta muy forzada, especialmente por desenvolverse sobre ciertas restricciones objetivas que limitan su campo de acción individual, tales como la forma en que está organizado el mercado de la moda o la naturaleza misma del proceso sobre la cual actúan. Sin embargo, la creatividad no se reduce al qué hacen y cómo lo hacen; implica sobre todo un cómo lo sienten y un cómo lo viven; es decir, el despliegue de una especial expresividad, lo cual es indicativo de que el diseño de ropa posee un significado para quienes lo viven y lo experimentan cotidianamente.

En esa línea, creemos que la noción de creatividad exige trascender la convencional vinculación con la naturaleza del puesto desempeñado. Es algo que va más allá de eso; responde a un proceso mediante el cual las diseñadoras incorporan diversas sensaciones que confluyen en una particular actitud frente a su actividad productiva. Como formación, el diseño de moda está asociado fuertemente con la imagen de la persona creativa. Este significado es aprehendido y reelaborado por las diseñadoras como una manera de darle una interpretación a su universo de acción. De esta forma, la creatividad sirve como elemento para justificar su desenvolvimiento dentro de la confección de ropa.

La práctica del diseño de ropa es un ejercicio íntimo, personal, que precisa de una introspección especial; de ahí que la creatividad forme parte de ese sentimiento propio mediante el cual las diseñadoras se apropian y reelaboran las imágenes asimiladas para el postrer desarrollo de sus modelos. Entre la imagen absorbida y la realización del boceto median ciertos significados sobre cómo la diseñadora se piensa a sí misma y cómo piensa a los otros. Por ende no es la imitación simple y burda de un modelo específico o, peor aún, el descoser una prenda de gran demanda en el

mercado para de ahí sacar el molde y reproducirlo con insumos más baratos<sup>40</sup>.

Exige, ante todo, un compromiso individual de representarse como alguien que conoce y comparte las necesidades o gustos de la gente sobre su apariencia personal. En ese orden, la creatividad de las diseñadoras no debe verse sólo en función de la forma en cómo planea y ejecuta su trabajo; es decir, a través de su *Know how*, sino además en la forma como interactúa con los demás en torno al proceso productivo, lo cual lleva aparejada la movilización de la imagen y la persuasión que dan cuenta de un *saber ser* y un *saber actuar* a partir de las experiencias vividas, la responsabilidad y el compromiso.

De ahí que la pertinencia de este concepto sirva para advertir la forma en que las diseñadoras utilizan su significado como un mecanismo de autocontrol que les permite incorporar elementos normativos orientados hacia la práctica laboral<sup>41</sup>. Pero adicionalmente la creatividad funge como una manifestación de autoidentidad a fin de justificar la importancia de su trabajo con respecto a lo hecho por los demás. Forma parte de un proceso de búsqueda por darle a su práctica un estatus propio, demandando en correspondencia un trato acorde con la imagen que desean proyectar<sup>42</sup>.

Al momento de producirse la prenda va cargada de contenidos simbólicos. Desde ese ángulo, la diseñadora al interactuar con sus medios de trabajo puede transmitir en la prenda una proyección de sí misma, la cual desea hacerla extensiva no sólo al potencial consumidor, sino además a sus compañeros de trabajo y a sus jefes. De este modo, el vestido sale ya con una serie de significados más allá de su textura, originalidad y colorido orientados a atraer el gusto de la gente. De esta suerte la expresividad puesta en el diseño no está exenta de generar sus propios antagonismos o resistencias, sobre todo porque se inserta dentro de un espacio de interacción concreto.

Así, aún cuando para las diseñadoras la singularidad de la prenda sea resultado de su entera *creatividad*, objetivamente involucra la concurrencia de otros miembros al amparo de una específica división del trabajo. En tal perspectiva, la prenda se llega a convertir en un objeto de disputa simbólica que confronta dos tipos de saberes: un saber técnico, personificado en la figura de la diseñadora, y un

saber práctico, representado en la figura de las costureras, los cortadores o los maquileros. Ello hace que en el ejercicio del diseño esté involucrada la presencia de los otros que, por diferentes vías, pueden restringir o habilitar la expresividad puesta en las prendas.

La presencia del jefe, en este contexto, viene a constituir un punto de inflexión sobre la viabilidad de los vestidos. El criterio personal en el diseño de las prendas debe ser “aterrible” a las exigencias o necesidades del jefe y, por extensión, con las del mercado. Ello propicia que la idea de respetabilidad y autocontrol<sup>43</sup>, como valores individuales alrededor de la práctica laboral, no dependa solamente de los mecanismos efectivos de socialización ocupacional y formación de la identidad, ni que sea consustancial a la profesión, sino más bien es algo por lo cual se lucha al calor de la cotidianidad en la relación cara a cara dentro del espacio productivo.

Bajo esta tesis, el compromiso hacia la práctica del diseño es un valor que cotidianamente se pone a prueba en razón de ser enfrentado con otras maneras de pensar, de sentir y de actuar. De modo que en las diseñadoras existe el reconocimiento de que en sus expectativas y objetivos individuales se presentan los otros que pueden afectar sus competencias de acción. Esto abre la posibilidad de advertir en la dinámica de trabajo formas de participación que no necesariamente se rigen bajo un sentido de cooperación, antes bien se muestran bajo la impronta de intereses o intencionalidades divergentes en torno a la elaboración de los vestidos.

Ello posibilita que los valores sean susceptibles de interpretaciones diferenciales con respecto a cómo se deben realizar las prendas, dando lugar así a particulares expresiones de poder. Para el caso de las diseñadoras, el manejo del poder se advierte porque implica una tentativa de persuadir o influir en los otros para que respondan de una manera particular al momento de “darle vida” a una prenda. Pero este poder no lo da en automático su estatus dentro de la empresa o su sola formación profesional, sino que es resultado de otras dimensiones que forman parte importante de sus experiencias vividas. El saber visualizar la situación y orientar un curso de acción específico da cuenta de ese *acervo de conocimiento*<sup>44</sup> mediante el cual las diseñadoras aprehenden y tipifican a los demás. Esta circunstancia conlleva a una reciprocidad de la acción, en donde el otro también posee la capacidad de orientar en uno u otro sentido sus intenciones a partir de sus sentimientos, valores, creencias o convicciones.

<sup>40</sup> Julieta A. Sierra *Las familias microempresarias de la industria del vestido en Moreleón y Uriangato, Guanajuato*. Tesis de Maestría en Antropología Social. CIESAS, D.F. 2003, p. 86.

<sup>41</sup> Meryl Aldridge y Julia Evetts *Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism*. *British Journal of Sociology*, vol. 54, núm. 4, London 2003, p. 556.

<sup>42</sup> Erving Goffman, *Op. cit.*

<sup>43</sup> Meryl Aldridge y Julia Evetts, *Op. cit.*

<sup>44</sup> Alfred Schütz, *Op. cit.*