

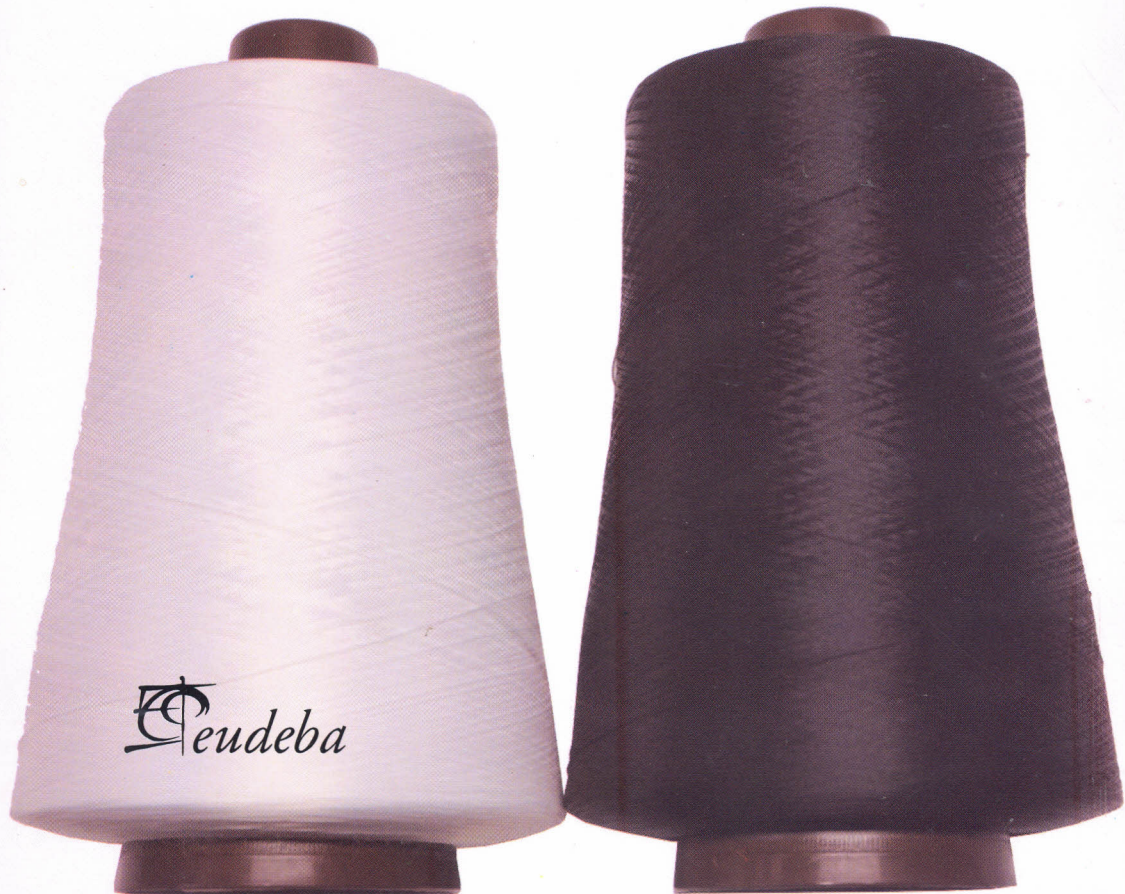
# EMPRENDEDORES DEL DISEÑO

Aportes para una sociología de la moda

---

**Paula Miguel**

---



## ÍNDICE

Presentación. DEL AMOR POR LA ROPA A LA CONSTRUCCIÓN DE UN PROBLEMA ANALÍTICO.....	9
Armando la investigación: Estrategias y construcción de perfiles para el análisis .....	19
Capítulo I. TENDENCIAS GLOBALES EN UNA CIUDAD QUE SE VUELVE CREATIVA .....	25
1. Un contexto amplio: Globalización económica y cultural.....	26
2. ¿Soplar y hacer billetes? Pensando la producción simbólica en relación con la economía .....	34
3. “Flash, neón, luces del centro”. La creatividad y el espacio urbano .....	39
Capítulo II. ¿DISEÑO DE INDUMENTARIA? ¿MODA? ALGUNAS DISTINCIONES Y RELACIONES CONCEPTUALES .....	43
1. Moda de arriba abajo. El esquema de Simmel y discusiones sobre su perspectiva .....	45
2. El diseño y la producción de indumentaria como cultura material .....	49
3. Diseñadores profesionales.....	50
4. La producción de indumentaria en las grandes marcas .....	52
5. La indumentaria y la moda como producción simbólica.....	54
Capítulo III. LA INDUSTRIA: UN CONTEXTO ADVERSO QUE ABRE OPORTUNIDADES .....	59
1. Hablemos de números: ¿Qué lugar ocupa el sector de la indumentaria en la producción?.....	60
2. El contexto internacional y las transformaciones en la industria de la indumentaria .....	62
3. Transformaciones estructurales en la industria de la indumentaria local en los noventa .....	67
4. Después de la convertibilidad.....	75
5. Los diseñadores profesionales y su inserción en la industria.....	83
6. La situación productiva de los diseñadores-empresarios.....	86

7. Una industria con potencial donde persiste la incertidumbre.....	93
Capítulo IV. LA MÁQUINA DE HACER DISEÑADORES .....	97
1. La puesta en marcha de la carrera .....	99
2. La carrera DIT en números .....	110
3. La visión de los graduados.....	114
4. Los diseñadores como docentes .....	115
5. La FADU como motor de actividades .....	117
Capítulo V. DISEÑO PARA TODOS: INSTANCIAS DE INTERMEDIACIÓN.....	123
1. Políticas públicas: Relaciones, difusión y microcréditos.....	125
2. Iniciativa privada: Premios, vidrieras y escenarios .....	135
3. La prensa: Una función pedagógica y la relación con el campo artístico.....	145
4. Resultado conjunto: La puesta en valor del diseño .....	155
Capítulo VI. CAMBIÁNDOLE LA CARA A UN BARRIO: .....	
LOS ESPACIOS DEL DISEÑO .....	157
1. Vivir de prestado. <i>Under</i> , música y <i>Bond Street</i> .....	158
2. Nosotros somos. Diseñadores del Bajo .....	161
3. Cada uno es como es, en un mismo barrio.....	164
4. ¿Qué pasó en Palermo Viejo? .....	171
Capítulo VII. DISEÑADORES, UN ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y LA ADAPTACIÓN SIMBÓLICA DE LOS SECTORES MEDIOS .....	175
1. Los diseñadores-empresarios en el entramado social local .....	177
2. Un espíritu emprendedor .....	180
3. La competencia: Construimos juntos, convivimos armónicamente.....	183
4. La UBA, una carrera de obstáculos que temple el espíritu .....	186
5. Hacer ropa: Un oficio que impregna los recuerdos de infancia.....	187
6. Todo a pulmón: Hacerse empresario a pesar de.....	189
7. Concursos: Formación y prestigio .....	194
8. La tercerización y el dilema ante la informalidad.....	197
Comentarios finales. LA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DE VALOR SIMBÓLICO.....	205
Bibliografía .....	213
Lista de siglas y abreviaturas.....	220
Agradecimientos.....	221