

DESTEJIENDO HISTORIAS Y RECUPERANDO LA IDENTIDAD DEL TEJIDO DE PUNTO MARPLATENSE

María Celina Monacchi

RESUMEN

El presente trabajo se enmarca en un proyecto de investigación desarrollado entre 2015-2016. El mismo se enfoca en el proceso evolutivo de una de las actividades más características de nuestra ciudad: la industria del tejido de punto.

Esta actividad se ha caracterizado por una larga trayectoria en la región, desarrollándose en paralelo a la formación y crecimiento de Mar del Plata a partir del arribo inmigrante, su consolidación como epicentro turístico y su posterior constitución como gran urbe. Esta condición, de fuerte impronta regional, hace que sea necesario profundizar sobre su pasado para comprender su presente y proyectar estrategias a futuro. Para ello se consideró imprescindible ahondar en cuestiones socio-históricas, que permitieron la formación y desarrollo de esta actividad en la región. El objetivo general del trabajo fue la identificación del proceso evolutivo que ha experimentado la industria textil marplatense desde mediados del siglo XX hasta la actualidad, verificando el contexto socio-histórico y su influencia en el ámbito local.

Este estudio evolutivo de la industria textil marplatense desde la llegada inmigrante hasta la actualidad, permite determinar y entender las estructuras organizacionales y productivas que denotan el carácter identitario de esta actividad, y perfilar estrategias para reposicionar a la industria local.

PALABRAS CLAVE

Industria textil marplatense; Proceso evolutivo; Inmigración; Identidad - Tradición; Diseño.

UNKNITTING STORIES AND RECOGNIZE THE KNITTING IDENTITY OF MAR DEL PLATA

ABSTRACT

The current work is based on a research project, developed between 2015 and 2016. It focuses on the evolutionary process of the most characteristic economic activity of our city: the knitting industry.

This activity has had a long path in the region, developing in parallel with the growth of Mar del Plata from immigrant settlement, its consolidation as a touristic center and the constitution as big city. This condition, characterized by a strong regional impact, makes necessary to deeply analyze the past in order to understand the present and to project strategies towards the future. It is essential to study in deep social and history issues, which allow the training and developing of this activity in this city. The general working aim of this research study is to identify the evolutionary process which Mar del Plata's textile industry has experienced since the middle of the twentieth century until now, verifying the context and their influence in the local region.

The study of Mar del Plata's knitting industry from the arrival of immigrants to these days allows to define and understand the productive structures, which are part of our identity and outline strategies to relocate our local industry.

KEY WORDS

Knitting industry; Evolutionary process; Immigration; Identity; Tradition; Design.

DATOS DEL AUTOR

DI María Celina Monacchi. Diseñadora industrial con orientación textil y becaria UNMdP de tipo A, perteneciente al Centro de Investigaciones Proyectuales y Acciones de Diseño Industrial – Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño – UNMdP. El presente artículo forma parte del trabajo “Tejido de punto marplatense: de la tradición inmigrante a la consolidación como polo productivo sustentable regional”, en el marco de la beca UNMdP como Estudiante Avanzado, durante el período 2015-2016, dirigido por Dr. B. A. Favero y codirigido por Esp. DI B. Martínez. Obtuvo becas de investigación UNMdP como Estudiante Avanzado durante dos años consecutivos y actualmente realiza un trabajo de investigación titulado “*Diagnóstico de la cadena de valor textil marplatense a partir de la herramienta analítica del Design Thinking*”. Mail: celimonacchi@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Los inicios de la tradición del tejido de punto en Mar del Plata están fuertemente ligados a las olas inmigratorias europeas de la década del 40 y 50 del siglo pasado, producto de las sucesivas Guerras Mundiales (Favero, 2008). Esta condición generó que la incipiente actividad textil en la ciudad, adquiriera una marcada estructura de tipo familiar, donde el oficio se constituía como capital esencial y la transmisión del mismo sólo se producía entre las redes parentales y étnicas más cercanas. En primera instancia se trataba de una actividad artesanal en su totalidad y de baja escala productiva, pero el impulso de una demanda creciente por parte del turismo y el crecimiento de la ciudad, permitió la formación de un conglomerado de empresas abocadas al ámbito textil. Además, esta expansión provocó la necesidad de ampliar las estructuras productivas y descentralizar los procesos en unidades más pequeñas que trabajaban en paralelo para distintas empresas o fábricas. Esta dinámica de trabajo configuró una modalidad que aún hoy persiste en la industria local: el trabajo a “*fasón*”. La proliferación de pequeños talleres informales que trabajaban para las empresas, contribuyó a la conformación de un cordón productivo vinculado a la actividad que excedía las fronteras de la ciudad y comenzaba a extenderse por otros puntos cercanos.

Paulatinamente, este proceso de fabricación, que comenzó siendo de forma manual, paulatinamente, se convirtió en un sistema casi automático, provocando un cambio del sistema laboral ya que los trabajadores debieron adecuarse a las innovaciones tecnológicas y nuevas pautas industriales (Favero, 2011, 2012, 2014). Con el desarrollo y expansión de la ciudad, y su consolidación como epicentro turístico, la producción textil se complejizó, manteniendo algunas estructuras y añadiendo valor agregado a partir de la incorporación de tecnología y programación. La economía de finales de los años ‘70 y la evolución de la microelectrónica, permitieron acercarse a los avances de la tecnología a nivel internacional. De esta forma se incorporaron nuevas maquinarias electrónicas vinculadas al tejido de punto, acompañadas por una camada de empresarios con una nueva mentalidad de negocios, lo que permitió un salto cualitativo de la industria, incrementando su capacidad productiva y abriendo nuevos mercados. Además, el pullóver marplatense alcanzó su apogeo convirtiéndose en un significador social: una especie de souvenir turístico obligado de quienes visitaban nuestra ciudad (Costa y Rodríguez, 1998).

La apertura tecnológica de las décadas del ‘70 y ‘80, y la incorporación de la microelectrónica en los ‘90, permitieron el adecuamiento del sector local a los cambios a nivel mundial en materia de innovación. Esto se tradujo en un aumento en la capacidad productiva textil, que no se vio acompañada por un incremento en la demanda del producto. Además, el ingreso de productos importados, cuyos

precios generaban una competencia desleal con los producidos localmente, ocasionaron un estancamiento del sector textil marplatense (Gennero de Rearte, 1993). La economía globalizada de los '90 y la apertura de las importaciones produjeron una estrepitosa caída del sector, por la incapacidad de competir con los productos extranjeros. La búsqueda de nuevos mercados y estrategias de comercialización por parte de los empresarios locales, basados en la venta mediante viajantes y la apertura de outlets y franquicias, generó el agotamiento del carácter identitario del pulóver local.

Las dinámicas del consumo masivo y las nuevas tendencias sociales, vinculadas a las coyunturas políticas, económicas y sociales que se evidencian en nuestra región, provocaron que la industria marplatense vaya mutando y adaptándose a nuevas formas de organización. Hoy en día, la industria local requiere un replanteamiento de sus estrategias no sólo productivas, sino también de comercialización y diseño. Su carácter de “*fasón*” de grandes marcas nacionales y su descentralización a partir de pequeños talleres de confección o tejido, son parte del panorama actual de la industria del tejido de punto en Mar del Plata.

MATERIALES Y MÉTODOS

El trabajo se estructuró en primera instancia, a partir de una búsqueda bibliográfica y una investigación a partir de fuentes de archivo. La escasez de material bibliográfico respecto a la industria textil marplatense a partir de mediados de siglo XX, provocó un extenso trabajo de campo para reconstruir, a partir de entrevistas y testimonios a informantes calificados, cuestiones productivas, dinámicas y modalidades de trabajo.

Para ello se seleccionaron casos diversos que pudiesen contribuir a la construcción de un panorama más claro de los inicios de la actividad textil en la ciudad. Los casos fueron seleccionados con el objetivo de abarcar el tema abordado desde diferentes ópticas y la metodología implementada fue a través de entrevistas semiestructuradas. Dentro de este recorte se entrevistaron algunos inmigrantes instalados en Mar del Plata y sus alrededores en el período abordado y dedicados a la actividad textil; empresarios del sector, de diversas estructuras productivas; socios de la Cámara Textil de Mar del Plata; profesores de la Escuela de la Cámara Textil de Mar del Plata.

EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA DEL TEJIDO DE PUNTO MARPLATENSE

1- Período de formación de la industria textil marplatense

La incipiente industria del tejido de punto marplatense tuvo sus inicios a partir de la última oleada inmigratoria, luego de la Segunda Guerra Mundial, en el período

comprendido entre 1945 y 1960, caracterizado por la inmigración de reencuentro, donde arribaban a la ciudad en su mayoría mujeres y niños que componían el núcleo familiar de aquellos hombres que habían cruzado el Atlántico en búsqueda de mejores oportunidades años atrás (Favero, 2011). Esta reunificación vino aparejada de nuevas estrategias para el sostenimiento del grupo familiar, motivo por el cual muchas mujeres y niños comenzaron a inmiscuirse en la cuestión laboral para colaborar con la economía del hogar. Dentro de las actividades que se desarrollaban en la ciudad y donde estos sujetos sociales tenían espacio de participación, se destacaron la industria pesquera y la industria textil. Estas labores no respondían a una cuestión aleatoria o circunstancial, sino que la incertidumbre del desarraigo, en relación a las posibilidades en el Nuevo Continente y cuestiones cotidianas como el manejo del dinero o del idioma, hicieron que las familias que arribaban lo hicieran con una actividad económica premeditada, que les permitiera autoabastecerse y asentarse en el país que los adoptaba. A veces estas actividades no se compatibilizaban con las que realizaban en su región de origen, pero apuntaban a la integración de todo el grupo familiar y a la disponibilidad de recursos en la ciudad a la que se dirigían; aunque en la mayoría de los casos, el conocimiento sobre las características del destino eran escasas y se basaban en los testimonios de la correspondencia epistolar de familiares o conocidos allí afincados.

Los pioneros de la actividad textil local, los inmigrantes (en su mayoría italianos), habían traído desde su tierra natal no sólo el oficio y la técnica, sino también máquinas y herramientas para desarrollar la actividad en la nueva ciudad, cuestiones que se constituyeron capital esencial para el desenvolvimiento en Mar del Plata. Las máquinas se traían desarmadas en baúles, ya que en Argentina, la producción del tejido de punto y sobre todo de sus insumos, era nula. La Primera Guerra Mundial, había propiciado un aumento en la producción lanera local para abastecer la necesidad de telas para el ejército, pero esta potencial expansión industrial se veía dificultada por la imposibilidad de importar maquinaria (Adúriz, 2009). De esta forma, la maquinaria simbolizaba un activo factible de ser vendido en caso de que la actividad económica familiar no fuera lo suficientemente redituable; a diferencia del dinero extranjero, que poco se sabía de su valor o su posibilidad de cambio en la nueva tierra.

Por otro lado, el tejido permitía la ocupación plena del grupo familiar, incluyendo a aquellos que siempre quedaban relegados de las actividades económicas: mujeres, niños y ancianos. Principalmente en el caso de las mujeres, podían realizar la tarea dentro del ámbito doméstico sin desatender el cuidado de los niños y las actividades propias del hogar, generando además, un rédito económico. Muchas de estas primeras familias que impulsaron la actividad textil,

se mantuvieron en este medio y aún hoy en día siguen vigentes en la industria actual; entre ellas podemos destacar a la familia Pieroni (Tejidos Raquel), familia Bagnato (Tejidos Bagnato) y familia Depaoli (Tejidos Depaoli). La primera de ellas, la familia Pieroni, se ocupaba no sólo de la producción de tejidos, sino también de la consignación, arreglo y venta de máquinas de tejido e insumos; por lo que se consolidó como una de las empresas más importantes e influyentes del sector en sus inicios, y que aún permanece en actividad.

Si bien el arribo de estos grupos de inmigrantes se efectuó en los últimos años de la década del '40, el desarrollo textil no se inició hasta bien entrados los '50. El crecimiento de Mar del Plata como centro turístico, primero como balneario de elite y luego de carácter más popular; la favorable situación económica nacional, el incremento de la capacidad ociosa y el impulso a las industrias manufactureras nacionales, fueron un escenario propicio para el salto de la industria marplatense. La modalidad de trabajo textil artesanal se configuró en primera instancia dentro del ámbito familiar, con la incorporación de algunas máquinas de tejido (propias, a consignación o prestadas), y a medida que la demanda incrementaba, se extendían a las redes familiares y de paisanaje, que en muchos casos brindaban mano de obra prácticamente gratuita en pos del aprendizaje de un oficio que sólo se transmitía en núcleos cercanos y cerrados. Un rasgo evidente en la industria marplatense fue su carácter paternalista, basado principalmente en la configuración del taller como un ámbito de aprendizaje, donde los dueños eran generalmente quienes enseñaban el oficio. Esta interacción estrecha entre empleados y empleadores, consolidó vínculos profundos que no sólo se demostraban dentro de las horas de trabajo, sino también en los tiempos extralaborales, y que contribuían a disminuir los focos de conflicto, posible sindicalización de los empleados, y afianzar el sentimiento de pertenencia para con la empresa (Molinari, 2008). Además, esta esfera laboral tan particular, generaba que las jornadas de trabajo se basaran en la necesidad económica y productiva del taller, y no en tiempos pautados y determinados de antemano. Por otro lado, la dinámica laboral se circunscribía a la determinación de las tareas dependiendo las capacidades de cada uno de los integrantes del grupo familiar o taller. Los más pequeños se encargaban de las tareas más sencillas, como el devanado; los hombres al tejido y las mujeres jóvenes y adultas a la confección, que en sus inicios era netamente manual, y luego fueron incorporando máquinas para tal fin.

Con el tiempo, estas unidades pequeñas de carácter familiar y doméstico, debieron aumentar su capacidad productiva y trasladarse a talleres externos que funcionaban como "*façones*": personas que trabajaban a domicilio, a quienes se les proporcionaba la materia prima y en ciertos casos, también las máquinas.

Esta metodología productiva se encuentra profundamente vinculada a las redes sociales de tipo étnico, donde se primordialmente otorgar trabajo a familiares, paisanos o personas perteneciente a la misma comunidad (Favero, 2011). Inicialmente, la organización de la producción se centraba en la tercerización del tejido de paños, mientras que el armado artesanal se realizaba dentro del propio núcleo familiar. La tecnología de tejido con la cual se contaba podía ser de tipo hogareño, como el caso de las máquinas “*Knitax*” o “*Lady Tricot*”, o industriales, como las máquinas Diamand, Dubied o Shaffarone, todas de origen extranjero, que constaban de un carro que era traccionado de un lado hacia otro por un trabajador. Con la ampliación de los talleres y la contratación de fasones, la confección de la prenda se fue complejizando y se reemplazó el armado manual de la prenda, por máquinas que realizaban la misma tarea con mayor productividad. Dos ejemplos son la remalladora Bicatennella y la máquina armadora Ducale, ambas de origen italiano (Favero, 2011). El tiempo laboral dentro de los talleres domésticos, era de 8 horas promedio en la que se realizaban siete prendas diarias, cuya producción era seriada, es decir que mientras una de las personas tejía, la otra confeccionaba, otra realizaba la terminación de la prenda, y así sucesivamente.

2- Período madurativo de la industria textil marplatense

Paralelamente al desarrollo de la ciudad, la industria continuó evolucionando vertiginosamente a través de formas particulares de organización productiva. El caso marplatense, a pesar del aumento de los volúmenes de producción y la incorporación de máquinas más modernas, siempre mantuvo el mecanismo de alternar trabajadores en planta, con obreros domiciliarios vinculados al ámbito familiar (fasones). Estos grupos se caracterizaron por no vincularse estrictamente con una única empresa textil, sino que producían alternativamente para diferentes establecimientos, lo que les permitía mantener un flujo constante de producción y no quedarse varados ante cualquier inconveniente de una de las fábricas (Favero, 2011). Esto propició la conformación del carácter tan particular de la industria textil marplatense, que aún hoy se evidencia en el sector. Además, el crecimiento de la actividad y la necesidad de nuevos talleres y de mano de obra especializada, provocaron que se generara un cordón periférico vinculado al sector textil en alguno de sus procesos, en las cercanías de la ciudad. Las entrevistas realizadas permitieron comprobar que ciudades o conglomerados urbanos tales como Miramar, Balcarce, Los Pinos, San Agustín, General Pirán, entre otros, funcionaron focos de tejido, remallado y terminaciones; cuestión que permitió una articulación entre los empresarios marplatenses con zonas aledañas para alguna de las etapas de producción, mientras los puntos de venta se centralizaban en la ciudad balnearia. Este fenómeno, que denota el boom

del tejido de punto en la región, permitió la formación de un aglomerado textil que excedió las fronteras geográficas y que contribuyó a expandir la actividad y el oficio hacia estos nuevos puntos. Con la caída posterior del sector textil en Mar del Plata, estas unidades productivas descentralizadas, fueron las más afectadas en primera instancia, ya que ante la merma productiva, los empresarios marplatenses dejaron de proveerlas de mercadería. Principalmente, el gasto de transporte, que en tiempos de sobreproducción se veía amortizado; en estaciones menos productivas, significaba un volumen de dinero importante que los empresarios no podían afrontar.

Si bien la artesanidad del proceso productivo continuaba siendo una característica del sector textil local, a medida que la producción se fue estandarizando aún más, pudieron trazarse circuitos productivos más directos y concretos, que permitieran agilizar el tiempo y las tareas. En sus inicios, la dinámica productiva textil se basaba en prendas únicas, similares a talleres de sastrería, donde se tomaban las medidas del cliente y se producía en base a sus necesidades y características ergonómicas. La elección de los colores y de la tipología de prenda también eran decisión del cliente, antes de entrar al proceso de producción. Una vez tomadas estas determinaciones, en cantidad, calidad, tamaño y colores, se procedía a su realización, y luego se enviaba al cliente, dentro o fuera de la ciudad. A medida que Mar del Plata se fue afianzando como centro de producción y venta de tejido de punto, empresas y tiendas de Buenos Aires comenzaron a terciarizar su producción tejida en la ciudad, y la dinámica de producción se complejizó aún más, asemejándose a la actualidad. Los pedidos tenían una cantidad mínima de prendas por modelo y color, principalmente en lana, merino y bremer. Se realizaban con anticipación y luego se le remitía el envío al cliente una vez finalizada la producción. El trabajo gozaba de una estacionalidad estable: en invierno se producía para vender en la temporada estival en los puntos de venta locales; y en verano, se producía para los clientes y tiendas de Buenos Aires y otras grandes ciudades para la temporada de invierno. De esta forma, las pequeñas empresas locales se aseguraban cierta linealidad en el trabajo durante todo el año.

Hacia la década de los '70, Mar del Plata protagonizaba un auge en el sector del tejido de punto. Había logrado diferenciarse con respecto a Buenos Aires, donde si bien la tecnología y el nivel productivo era mayor, los textiles marplatenses habían optado por una forma artesanal en la producción de sus prendas tejidas, con un agregado de valor vinculado al diseño y a la buena calidad de la materia prima. El tipo de producción textil realizada en Mar del Plata y la dinámica productiva en la cual se desarrollaba, permitía apuntar a un producto diferencial enfocado en la calidad más que en la cantidad, como sucedía en Buenos Aires.

Este crecimiento y su influencia como polo productivo regional, arraigado a la población local, se tradujo en cifras estadísticas: 1 de cada 8 personas mayores de 14 años estaba vinculada hacia los años 70 al tejido de punto y 1 de cada 4 viviendas estaba relacionada a la industria textil (Gennero de Rearte, 1991). La aglomeración de la actividad de tejido de punto en la ciudad y su carácter regional se evidenció en su definición hacia el mercado local y nacional, mientras que por ejemplo la industria pesquera, cuyo desarrollo también se volvió muy significativo para Mar del Plata y su identidad, se abocó a la exportación (Molinari, 2008).

El crecimiento de la industria del tejido de punto estuvo signado por el posicionamiento de la ciudad como punto turístico obligado y por el poder adquisitivo que manifestaban aquellos que arribaban a Mar del Plata, ya no únicamente en época estival, sino también durante los meses invernales. El pulóver, o sweater marplatense, se conceptualizó como souvenir de quienes pasaban por la ciudad y volvían a sus hogares como presentes para familiares y amigos. (Costa y Rodríguez, 1998). Prontamente, se forjó un imaginario popular de las vacaciones en las playas marplatenses en el que el tejido local no pasaba desapercibido. En este contexto propicio para la actividad, se suceden dos situaciones que enmarcan el auge textil en la ciudad. Por un lado, se crea en 1971 la Cámara Textil de Mar del Plata, con el objetivo de *“hacer conocer al país que en Mar del Plata se podían comprar pulóveres de alta calidad y a bajo precio”* y organizar el sector textil que se perfilaba como una de las industrias influyentes de la ciudad. Por otro lado, Mar del Plata es oficialmente declarada por el Concejo Deliberante de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon y por la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, como Capital Nacional del Pulóver, convirtiéndose éste en un slogan de promoción turística.

La economía argentina de fines de los años '70, sumado a la revolución tecnológica a nivel mundial, permitieron la adquisición de nuevas maquinarias por parte de los empresarios textiles marplatenses, que requirieron mayor especialización y capacitación. Las primeras máquinas traídas a la ciudad, tales como Dubied, Stoll y Universal, eran de funcionamiento mecánico automático y su programación se realizaba mediante cartones perforados. Posteriormente, se sumaron las de tecnología electromecánica, donde comienzan a tener injerencia marcas que aún se encuentran en el mercado y la industria local: Stoll, de Alemania, Shima Seiki, de Japón o Protti de Italia. Esta incorporación tecnológica estuvo influenciada por el salto generacional de padres a hijos y la intromisión de éstos últimos en las cuestiones dirigenciales de las empresas, que propiciaron una ruptura en la mentalidad de negocios que se venía manteniendo hasta entonces.

El salto cualitativo de la industria, el incremento de la capacidad productiva y la apertura hacia nuevos mercados, aparejado de una mayor competitividad con respecto a otras fábricas, debieron contrarrestarse con un replanteamiento de las estructuras productivas para lograr posicionarse en el sector. Las ventajas impositivas y crediticias otorgadas a empresas de mayor coyuntura, provocaron la paulatina desaparición de aquellas entidades más pequeñas, inestables e ineficientes en términos productivos y financieros. A fines de los años ochenta, se registra una mayor concentración productiva en empresas de mayor tamaño y una considerable reducción de pequeñas empresas textiles. En el período 1974-1989, la cantidad de firmas marplatenses pasó de 180 a 132, y la ocupación poblacional en la actividad, de 942 a 2014 empleados (Fuster, 1999).

3- Período de decaimiento de la industria textil marplatense

El aumento de la capacidad productiva vinculada a la incorporación de nuevas maquinarias y tecnología, no se vio equilibrada por la demanda interna del sector, cuyo mercado consumidor era de carácter netamente estacional y regional (Fuster, 1999). Las políticas económicas del gobierno, permitían el ingreso de mercadería de diversos países, con el argumento de mejorar la calidad del producto local a partir de la competencia con los productos extranjeros. La depresión económica por el deterioro del poder adquisitivo del salario real, afectó a empresarios y consumidores, provocando una rápida recesión del mercado (Adúriz, 2009).

Estas condiciones determinaron el planteamiento de nuevas acciones de comercialización por parte de los empresarios textiles, saliendo del arraigo local hacia el interior del país, a través de viajantes, franquicias y locales propios de venta en Buenos Aires y el Interior. Pero la visión de los empresarios no contempló un factor esencial en la conceptualización del pulóver marplatense: el alto grado simbólico y significativo vinculado a la identidad regional (Costa y Rodríguez, 1998). El objetivo de trasladar la imagen del tejido de punto marplatense a otros puntos de venta regionales, a través de un merchandising basado en el slogan "*hecho en Mar del Plata*", saliendo de su nicho natural y compitiendo en un mercado más global, generó un efecto negativo en la actividad y contrario al deseado. Como exponen Costa y Rodríguez en sus investigaciones, el recurso del sweater como souvenir, se agotó a partir de esta expansión comercial: nadie iba a regalar algo que podía adquirir en sus ciudades de origen y que ya no se constituía como un objeto de deseo, sino que podía verse exhibido en cualquier vidriera del Interior del país. Los empresarios marplatenses no supieron canalizar el fuerte carácter identitario del pulóver, y sumado a las políticas económicas liberales del país a finales de los años '80 y

'90, determinaron la caída estrepitosa de una actividad que supo ser cimiento de la industria local.

En este contexto, la producción textil de la gran mayoría de marcas de Buenos Aires se terciarizaba en Mar del Plata. Las empresas locales habían logrado organizar su producción en base a las temporadas estipuladas por el mundo mercantilista de la moda y el diseño; y en los estadios de baja producción para estas marcas, se dedicaban a producir stock para sus puntos de venta en la ciudad. El deterioro de la capacidad de compra de los consumidores, generó una caída de producción de las marcas, y su éxodo hacia empresas extranjeras que producían mayor cantidad, en menor tiempo y dinero; y también una baja estrepitosa de las ventas en los locales de la ciudad. Por consiguiente, y ante la incapacidad de absorción y mantenimiento de los costos fijos, muchos puntos de ventas fueron cerrando paulatinamente, posteriormente los talleres de tejido y confección, y por último se desarticuló el circuito a partir del cierre de las medianas empresas y algunas que supieron ser emblemáticas a nivel local.

La permisividad y la invisibilidad de barreras aduaneras en el ingreso de productos extranjeros, principalmente de origen asiático, cuyos precios eran incomparables con los locales, pronunciaron aún más la caída y estancamiento de la industria textil marplatense (Gennero de Rearte, 1993). Durante la década del '90, se registró una caída de la ocupación y producción del 13% en el sector, vinculado a la reducción de ventas y de capacidad de consumo de los usuarios por el Plan de Convertibilidad. Si bien la reconversión de este plan económico logró frenar la hiperinflación y mantener el equilibrio fiscal, la inexistencia de barreras al ingreso de mercaderías extranjeras y la falta de promoción de créditos industriales, generaron un período de inestabilidad y caída del sector. La importación de prendas de tejido de punto de países con baja retribución salarial, presentaban menor calidad que las prendas locales, pero su precio era 50% inferior, y sumado a la disminución en la capacidad de compra de los habitantes, la decisión por los tejidos más baratos fue la opción elegida (Comas y otros, 2004). En este escenario, comenzaron a tener más protagonismo productos sustitutos o materiales que cumplían las mismas funciones de abrigo que el tejido de punto: los buzos, las camperas, la manta polar y la frisa. Estos procesos no sólo se evidencian en la ciudad, sino que responden a tendencias sociales globales, cuya repercusión y consecuencias se profundizaron aún más en Mar del Plata por el tipo de producción textil al cual se enfocaba nuestra industria. Estas variables desestabilizaron la economía marplatense y provocaron que muchas empresas fueran obligadas a salir del mercado, principalmente aquellas de estructuras productivas pequeñas. La subsistencia de algunas empresas se dio a partir de la oferta de un producto diferenciado,

apuntando a un segmento que aún se mantenía al margen de los bienes importados de baja calidad y los sustitutos del pulóver antes mencionados, pero a costa de la reducción del volumen productivo y los puestos laborales. La caída de las ventas debió ser compensada a través de la implementación de nuevas modalidades productivas y de comercialización, tales como la venta de segunda selección, outlet, en shoppings y supermercados; o la incorporación de otros productos textiles o de indumentaria en el mismo punto de venta que permitieran ampliar las posibilidades de mercado (Fuster, 1999).

La devaluación provocó el cierre de las importaciones, y durante los años 2001 y 2002, la demanda del sector textil fue casi nula. A partir del año 2003, se dio un incremento de las cantidades demandadas, que los empresarios tradujeron como una recuperación de los mercados, pero no un crecimiento del sector (Comas y otros, 2004). Ante este escenario de recesión, la actitud generalizada que adoptaron las empresas textiles a nivel nacional, fue de carácter defensivo: la asociación en cooperativas y Cámaras que permitieran gestionar acciones conjuntas, disminuir costos y lograr ser competitivas en bloque (Adúriz, 2009). A diferencia de este accionar a nivel nacional, en Mar del Plata, la entidad en la que confluían las empresas locales no tuvo la suficiente firmeza para hacer frente al panorama económico nacional, y muchas de las empresas optaron por desasociarse de la Cámara que ya no los representaba.

A través de entrevistas a diversos empresarios locales, puede determinarse que esta crisis económica nacional fue el detonante del cierre de muchas medianas y pequeñas empresas; algunas de ellas que habían sido pioneras en la actividad del tejido a partir de los inmigrantes, como es el caso de Tejidos Bagnato, y otras que habían contribuido a posicionar al pulóver como parte de la identidad marplatense, como el caso emblemático de Westerville. Muchos subcontratistas o fasones, a partir de las inclemencias económicas y la informalidad del sector en relación a contratación temporal en picos de demanda o producción, provocaron la inestabilidad de sus ingresos y la precarización de la subcontratación (Gennero de Rearte, 1991). La diferenciación a partir del diseño y la calidad, factores esenciales para la supervivencia en ese medio, no supieron ser canalizados por estas empresas subcontratadas que siempre se basaron en un vínculo netamente técnico y productivo, y debieron diversificarse en otras actividades.

Las nuevas políticas económicas de los gobiernos sucesivos, vinculadas al proteccionismo industrial y al apuntalamiento de los sectores manufactureros nacionales, permitieron una estabilidad y un lento, pero progresivo crecimiento de la industria marplatense. Varias de las empresas que habían quebrado y cerrado sus puertas años antes, lograron reabrir modificando y reduciendo sus

estructuras productivas y operativas, pero aún con proyección a futuro y en el contexto local. Estadísticas del año 2004, determinaron que la producción textil aporta el 9% del producto bruto geográfico (el valor de los bienes y servicios finales producidos por la economía local) y que continúa en alza.

EL PULÓVER Y SU SIGNIFICACIÓN SOCIAL EN MAR DEL PLATA

Como afirman Costa, E. y Rodríguez, G. (1998) surge una cuestión fundamental a la cual hay que recurrir para hablar de pulóver marplatense. Para su análisis, es pertinente evaluarlo desde dos esferas posibles: por un lado, como un producto físico, y por otro, desde su aspecto simbólico, el cual resulta más interesante para la investigación vinculada a una realidad e identidad local.

Como producto físico, surgió durante la Primera Guerra Mundial como prenda de abrigo tejido por las mujeres para los soldados que se enlistaban, y paulatinamente fue ingresando en el sistema de la moda mundial, de forma más industrializada. En Argentina, su uso se masificó en la década del '30 con la gran recesión mundial, y la oferta del recurso lanero en cercanía fue un factor para la implementación de esta prenda netamente artesanal. La industrialización y masificación del pulóver como prenda, fueron consecuencia del arribo al país de una gran cantidad de inmigrantes, principalmente italianos. Dentro de las pocas pertenencias que traían, las prendas de lana como indumentaria de trabajo y de abrigo fueron infaltables, junto con máquinas y herramientas que permitían a las mujeres realizar el tejido y la confección. La industrialización del pulóver y su inserción en el contexto marplatense comenzó a gestarse a partir de la década del '50, atravesando por un período de crecimiento, auge y madurez, hasta finalmente derivar en su decadencia, no sólo del producto sino también de la industria en la década del '80.

El pulóver a través de los años se encargó de cubrir tres aspectos simbólicos y fisiológicos esenciales: como abrigo y reparo de las inclemencias climáticas, como prenda de vestir vinculada al mundo de la moda, y como souvenir turístico, cuya interpretación en la ciudad de Mar del Plata se dio de forma especial (Costa y Rodríguez, 1998). El agotamiento de estos tres recursos que dieron origen a la prevalencia del pulóver a través de los años, provocaron lentamente una decadencia de este producto en el mercado. La sustitución del tejido de punto por otras tipologías tales como las camperas y buzos, más livianas y accesibles, y el calentamiento de los distintos ambientes, compitieron con el pulóver como forma de abrigo. En el contexto marplatense esta intromisión de las camperas en el mercado, se vio evidenciada en la avenida Av. Juan B. Justo, tradicionalmente caracterizada por la fabricación y venta de tejido de punto, donde a partir de mediados de los años '80 y principio de los '90, comenzaron

a asentarse comercios dedicados a la venta y confección de camperas. En segundo término, el pulóver como prenda de moda y vinculada a las pasarelas europeas tuvo su auge entre 1960 y 1985, donde el tejido de punto se consolidó como símbolo de elegancia, pero a partir de la tendencia del vestir informal y la aparición y expansión de las telas sintéticas, sufrió una recaída.

Por último, la concepción del pulóver marplatense como souvenir turístico surgió con el establecimiento de Mar del Plata como punto estratégico del turismo de masas, a partir de mediados de la década del '50 y decayó notablemente durante la década del '90. Este fenómeno de regalar pulóveres marplatenses de regreso de las vacaciones, se vinculaba a la concepción artesanal de éste, sus diseños novedosos y un packaging con una clara identificación de la ciudad, con slogans tales como "*Mar del Plata, capital del verano*" o "*Mar del Plata, ciudad feliz*". Este impulsor de valor de la industria a partir de su fuerte carga significativa no fue intencionado por parte de los empresarios, sino que surgió de forma espontánea y fue aprovechado posteriormente cuando se advirtió este fenómeno (Abad y otros, 1999). Se entiende por impulsor de valor a un elemento que pueda permitir una ventaja competitiva sostenible en el tiempo en una economía determinada. El conocimiento de este elemento, su mantención y ampliación por parte de los empresarios es necesario para que siga otorgando beneficios a la empresa (Abad y otros, 1999), pero la capacidad de reversionarlo y renovarlo a partir de los movimientos que se registran en el mercado y las nuevas tendencias, es esencial para la sostenibilidad en el tiempo del impulsor de valor.

Como anteriormente se mencionó, los industriales marplatenses no lograron canalizar efectivamente este recurso y provocaron la "*muerte del souvenir turístico*". La búsqueda de beneficios a corto plazo, a través de la incorporación de tecnología y la fabricación de producción excedente, condujeron a la necesidad de ubicar los productos a través de nuevos puntos y formas de comercialización. Los viajantes, la apertura de franquicias en todo el país y la masificación de la segunda selección, provocaron que este carácter identitario del pulóver marplatense se fuera diluyendo (Costa y Rodríguez, 1998). La modificación en los patrones de conducta vinculados al turismo también fueron detonantes de este agotamiento del valor impulsor que había surgido de forma espontánea y casual, una vez descubierto, no pudo ser encauzado para su sostenibilidad en el tiempo. La rápida accesibilidad y cercanía geográfica, convirtió a Mar del Plata en el balneario de Buenos Aires, ya no como punto de veraneo quincenal o mensual, sino más bien como un lugar habitual de fin de semana. Dada la brevedad e informalidad de la visita a la ciudad, los turistas que frecuentan Mar del Plata actualmente prefieren invertir tiempo y dinero en

entretenimiento, descanso y ocio, y no en paseos de compras (Abad y otros, 1999). Esta caracterización del turista marplatense responde a un aspecto a nivel sociológico vinculado a la falta de tiempo ocioso, la necesidad de que todo suceda prematuramente y de forma veloz; y al individualismo, que provoca que se vaya perdiendo cada vez más la costumbre de regalar y más aún de regreso de vacaciones (Costa y Rodríguez, 1998).

CONCLUSIONES

El presente trabajo se realizó a partir de un nutrido trabajo de campo de entrevistas a informantes calificados, vinculados a la industria textil local en alguna de las diferentes etapas que la misma atravesó hasta la actualidad. Este aporte fue fundamental para la comprensión del complejo proceso evolutivo de la actividad textil en Mar del Plata y el análisis del panorama actual, a través de datos cualitativos que permitieron una mirada más enfocada en las cuestiones socioculturales y productivas, más que en índices cuantitativos y estadísticos.

Esta investigación ha permitido identificar el proceso evolutivo que ha experimentado la industria textil local y el evidente aporte de las olas inmigratorias, principalmente italianas, al desarrollo de esta actividad. Si bien la transmisión del oficio, la técnica, las maquinarias y herramientas han significado legados esenciales; el tejido de vínculos familiares, parentales y de tipo étnico en torno a esta incipiente industria y sus sistemas de producción han condicionado fuertemente la actividad textil local y aún hoy se evidencian en el sector. El posicionamiento de Mar del Plata como epicentro vacacional costero, en primera instancia de las elites porteñas y posteriormente de las clases populares, permitieron el crecimiento de la ciudad, y por consiguiente, de la actividad textil en un marco más industrializado y su comercialización en los puntos de venta locales. El pulóver marplatense logró constituirse como un “*souvenir turístico*” para quienes vacacionaban en la ciudad, y denotaba la presencia de una industria consolidada y fuertemente arraigada a la identidad local. Las decisiones económicas y políticas a nivel nacional a partir de la década de los '80 y '90, la incapacidad de proyección a largo plazo por parte de los empresarios, la pérdida del carácter identitario del tejido marplatense a partir de la venta descentralizada por otros medios en el resto del país, la apertura a los productos importados, y las tendencias sociales a nivel global que incitaban el uso de nuevas fibras y tipologías de prenda, provocaron una caída estrepitosa del sector.

La complejidad del componente industrial textil local, basado en la tercerización y descentralización de los procesos productivos, formado por una vasta red de pequeñas y medianas fábricas, articuladas con talleres de tejido o confección,

fasones, lavaderos, entre otros; provocó que las estructuras menos estables, últimas en la cadena de valor textil, fuesen las primeras en cerrar sus puertas. La industria textil marplatense se vio sumamente afectada en todas sus esferas, y desarticuladas todas sus dinámicas productivas. Las empresas que lograron sobrevivir a estos avatares, principalmente aquellas que lograron forjar una estabilidad económica y previsoras durante los “*años dorados*” de la industria, lo hicieron a través de la venta de un producto diferencial, la diversificación en nuevos productos y la proposición de nuevas modalidades de comercialización. De todas formas, muchas empresas emblemáticas y fundacionales de la actividad textil local, que supieron forjar el imaginario colectivo del tejido asociado a nuestra región, tuvieron que cerrar sus instalaciones y reubicarse en nuevas actividades económicas.

El diseño como herramienta para comprender la esencia de las sociedades, sus comportamientos y pautas culturales, representa una concepción enraizada en la realidad, y no en una mera actividad proyectual y productiva. La comprensión del sujeto, su historia, su evolución, sus necesidades y aspiraciones dan lugar a una nueva concepción pragmática del diseño, que debe ser aplicada a una realidad concreta y determinada. El análisis evolutivo de una práctica productiva, como es la industria textil marplatense, permitió determinar la fuerte carga social, simbólica y cultural que representa para la región, más allá del componente técnico y económico. El desarrollo fluctuante de una industria que a través del trabajo familiar y artesanal, supo posicionarse y ser emblemática a nivel nacional, y que luego sufrió una decadencia producto de la incapacidad de proyectar a largo plazo y la desarticulación de sus unidades productivas, que poco a poco intentan rearmarse. El carácter del polo productivo regional que hoy se evidencia es el resultado de un complejo entramado de relaciones, actores sociales, coyunturas políticas, económicas y sociales, vinculadas al desenvolvimiento de Mar del Plata.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABAD, K; DI CLEMENTE, P; HUARTE, M. E; MINGO, M; y PRATS, S. (1999). *Estudio de competitividad del sector textil marplatense: tecnología de organización y administración, tecnología comercial*. En FUSTER, H; GRAÑA, F y LISERAS, N. (Eds.), *El sector textil marplatense. Diagnósticos de competitividad y otros estudios* (pp. 40-60). Mar del Plata, Argentina.

ADÚRIZ, I. (Mayo de 2009). *La Industria Textil en Argentina. Su evolución y sus condiciones de trabajo. Foro Ciudadano de Participación por la Justicia y los Derechos Humanos en Argentina*. INPADE – Instituto para la Participación y el Desarrollo. Buenos Aires, Argentina.

COSTA, E.; RODRÍGUEZ, G. (1998). *La industria textil marplatense ante la globalidad y el cambio*. *FACES* N°5 (pp. 45-75). Mar del Plata, Argentina.

FAVERO, B. (2008). *Voces y memoria de la inmigración. Mar del Plata en el siglo XX*. EUDEM. Mar del Plata, Argentina.

FAVERO, B. (2011). *Las tramas de una identidad: el trabajo textil doméstico entre las mujeres inmigrantes italianas de posguerra en Mar del Plata a partir de entrevistas orales*. *Jornadas Internacionales Sociedad, Estado y Universidad*. Mar del Plata, Argentina.

FAVERO, B. (2012). *L'esperienza immigratoria Italiana del dopoguerra nella città di Mar del Plata, 1947-1960*. Credito Trevigiano. Treviso, Italia.

FAVERO, B. (2014). *La última inmigración. Italianos en Mar del Plata (1945 – 1960)*. Imago Mundi. Buenos Aires, Argentina.

FAVERO, B. (2014). Domestic “Textile Work among Italian immigrant Women in Post-World War II Mar del Plata, Argentina”. In GIUNTA, E. y SCIORRA, J. (Eds.), *Embroidered Stories: Interpreting Women’s Domestic Needlework from the Italian Diaspora*, Jackson, (pp. 193-206), University Press of Mississippi, Estados Unidos.

FUSTER, H; GRAÑA, F y LISERAS, N. (1999). *El sector textil marplatense. Diagnósticos de competitividad y otros estudios*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata, Argentina.

GENNERO DE REARTE, A. (1991). *Los distritos industriales como modelo de organización industrial: el caso del tejido de punto marplatense*. CFI/CEPAL, Documento de trabajo N° 25. Mar del Plata, Argentina.

Grupo de trabajo en Historia Social Argentina, (1999). *Mar del Plata de la prehistoria a la actualidad. Caras y contracaras de una ciudad imaginada*. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata, Argentina.

KHATCHIKIAN, M. y MURRAY, M. C. (1997). *La inmigración italiana a Mar del Plata*. FACES N°3, pp. 29-51.

MAYA JARIEGO, I. (2009). *Mallas de paisanaje: el entramado de relaciones de los inmigrantes*. REDES, Revista Hispana para el análisis de redes sociales. Vol.17,#13. Recuperado Marzo 2016 desde http://revista-redes.rediris.es/html-vol17/vol17_13.htm.

MOLINARI, I. (2008). *El trabajo femenino en el siglo XX: nuevas miradas y planteos de la historia de la mujer y los estudios de género. Obreras, operarias y empleadas. El trabajo de las mujeres en Mar del Plata, entre los años 1940 y 1960*. Trabajos y Comunicaciones Universidad de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. La Plata, Argentina.