

RESEÑA

# The Perfect Fit

## Creative Work in the Global Shoe Industry

AUTOR: Claudio Benzecry

Londres, Chicago University Press, 2022, 259 páginas.

Nicolás Viotti<sup>1</sup>

En un diálogo imaginado por Italo Calvino, Marco Polo y Kublai Khan llegan a la conclusión de que cuanto más perdido se estuvo en ciudades extrañas más se sabe sobre el camino para llegar al centro del imperio y más se sabe, aún, sobre el punto de partida: el hogar. Ese fragmento es el epígrafe de *The perfect Fit. Creative Work in the Global Shoe Industry*, último libro de Claudio Benzecry, sociólogo argentino doctorado en NYU, activo divulgador de la sociología cultural norteamericana en castellano y docente en la Universidad de Northwestern. El libro es resultado de casi una década de trabajo de campo transnacional en Estados Unidos, China y Brasil, y de un refinamiento en la reflexión teórica y etnográfica sobre el estatuto de los bienes culturales en el capitalismo contemporáneo. Si Benzecry ha desarrollado un análisis pionero sobre los modos de uso de bienes culturales, en base a una etnografía sobre los fanáticos de la ópera en Buenos Aires, donde reconstruye las relaciones entre personas y música, en esta oportunidad apreciamos un desplazamiento hacia una etnografía de la producción cultural. Aquí, se aleja de la experiencia de los usuarios, quienes se apropian o usan bienes culturales, y se concentra en una etnografía de la producción.

Los zapatos son buenos para vestirse y también son *bon à penser*. La máxima de la antropología estructuralista parece hacer eco en el libro de Claudio Benzecry. La vida social del zapato de diseño es el hilo conductor de un cuidadoso análisis de la fragilidad de las redes globales de producción de mercancías de diseño. Benzecry se propone “seguir el zapato” en todas los circuitos posibles a partir de una descripción detallada que recorre oficinas de diseño en Estados Unidos, plantas de producción en China (Dongguan) y managers formados en el sur de Brasil (Novo Hamburgo).

---

<sup>1</sup> CONICET, EIDAES-UNSAM.

Los diseñadores en Estados Unidos son un punto inicial para reflexionar etnográficamente sobre la producción, el diseño y la construcción de una “colección”. En primer lugar se describen las complejas formas y mediaciones socio-técnicas para hacer un zapato: existe primero como un proyecto intelectual y estético, un plan de diseño, y luego como objeto concreto. La segunda parte del libro se detiene en el análisis de esa materialización a partir de una aguda reflexión sobre el estatuto del conocimiento en la fabricación de zapatos. Allí, la sociología del conocimiento técnico permite describir las cadenas de significación y negociación en torno a los intercambios que despliegan “a distancia” diferentes grupos de expertos. Las relaciones centro-periferia adquieren aquí una complejidad tal que las miradas clásicas sobre metrópolis y enclave industrial periférico deben ser repensadas –sin negar las relaciones de poder y las jerarquías– en una sinuosa trama. A continuación Benzecry se concentra en los modelos y en los pies como un elemento clave de la infraestructura material de la producción, así la performance sobre el “pie ideal” se convierte en un elemento central de esta red que involucra modelos femeninas, diseñadores y técnicos variados en la estandarización de una mercancía.

La última parte está dedicada a algunas historias de vida de técnicos y managers brasileños que circulan entre Brasil y Dongguan, mostrando cómo las redes de parentesco, amistad, la intimidad y los afectos juegan un rol central, muy lejos de los actores racionales que minimizan gastos y maximizan ganancias con las que habitualmente entendemos el “neoliberalismo global”. Asimismo, esa última sección del libro se concentra en la ciudad de Novo Hamburgo como un “lugar” que no es exclusivamente un escenario donde ocurre la acción, sino como un elemento constitutivo de la cadena que produce zapatos. Nova Hamburgo es, asimismo, ciudad-testimonio de la ruina industrial pero también de la melancolía por un pasado industrial y desarrollista –impulsado por el milagro económico brasileño–. Como el espacio no es sólo un escenario, sino un elemento que moviliza la acción misma de producir zapatos, la melancolía no es simplemente un decorado “ideológico”. En uno de los momentos más sofisticados del libro, Benzecry despliega una reflexión sobre la melancolía urbana como un horizonte clave del orgullo y de la especialización técnica que moviliza a los managers y técnicos brasileños. Tal vez esa construcción de la melancolía como un dispositivo de acción contradiga buena parte de los sentidos comunes sobre el tema, que la identifican como una pasión que fomenta la pasividad. Para Benzecry ni el espacio ni la melancolía, y claramente tampoco los zapatos mismos, son artefactos inertes sino parte de ensamblajes que componen tramas de acción que tienen que ser entendidas en sus propios términos y considerando todas sus partes como elementos significativos. Sin declamar la *simetría* como principio metodológico, en auge en ciertas corrientes de las ciencias sociales interesadas por las formas de producción de lo real, *The Perfect Fit* lo hace en acto, mostrando con enorme dedicación circuitos, escenas, trayectorias, ideas y cosas en movimiento.

De la mano una sociología de la cultura centrada en lo material, que dialoga con los estudios sociales de la ciencia y la técnica, la sociología del conocimiento y una mirada

sobre lo global encarnada en procesos concretos y en las zonas de “fricción”, *The Perfect Fit* nos muestra una mirada provocadora sobre dos temas caros al capitalismo: la lógica de la mercancía y el problema de la creatividad.

La mercancía es indiscutiblemente el punto de condensación del fetiche en la tradición marxista, no casualmente el zapato ha sido también su representación paradigmática en sentido erótico-psicoanalítico, donde desplaza el lugar de la verdad hacia la ficción, hacia un orden dual que oculta relaciones sociales reales. Para Benzecry la mercancía resulta, por el contrario, un artefacto productor de relaciones sociales, no de ocultamiento. Así, una pragmática de los objetos mercantiles como los zapatos le permiten indagar en su efecto mágico, en su capacidad de producir realidad, de afectar y mediar en las relaciones sociales y explicar, en cierto modo, procesos que han quedado escasamente pensados en el capitalismo contemporáneo. Sobre todo, los que pretenden explicar la “condiciones de felicidad” de los objetos y las cadenas de producción, su eficacia social. O, dicho de otro modo, los clivajes situados que hacen funcionar el deseo, el placer, los afectos y las relaciones de consumo con bienes culturales en el capitalismo día a día.

*The perfect Fit* es también, entre muchas cosas, una reflexión sobre el problema de la creatividad o de cómo se produce singularidad en las sociedades modernas. Y lo es, por lo menos, en dos niveles. En primer lugar como problema teórico. La creatividad y la innovación han sido parte de complejas especulaciones para las ciencias sociales desde su etapa clásica hasta el presente. En cierto modo, el problema de cómo surge lo nuevo, cómo cambia un régimen social o cómo se transforma un orden simbólico han sido temas nodales del pensamiento social. En ese sentido hay en el análisis propuesto un interés por dar cuenta de nuevas formas de relación y de producción (de trabajo y de circulación del conocimiento) en el marco general del capitalismo globalizado. Pero el libro de Claudio Benzecry es también una reflexión sobre la creatividad como problema empírico, es decir en tanto la creatividad es parte constitutiva, incluso “categoría nativa”, de la cultura contemporánea. La creatividad es hoy un lenguaje de época que aparece como problema tanto de diseñadores y productores, que deben ser originales, inventar lo “nuevo” y hacerlo –paradójicamente– bajo criterios de estandarización, como en los potenciales consumidores que buscan con el uso y la adquisición de bienes de diseño la construcción de una singularidad. Podríamos decir que la creatividad juega un papel reverso en el trabajo de Benzecry: es al mismo tiempo problema teórico sobre los cambios en el estatuto de las mercancías en el capitalismo y es problema nativo como parte de un proceso de estetización de la vida social.

Distancia geográfica y temporal son dos coordenadas que atraviesan *The perfect Fit*, un libro que se propone tejer las relaciones entre objetos, personas y circuitos globales de la producción capitalista contemporánea y coser las relaciones entre centros y periferias, entre saberes expertos y profanos, entre reproducción e innovación y que, como Marco Polo, advierte hasta qué punto, cuando es visto de cerca y con una sensibilidad etnográfica, los órdenes binarios cerca-lejos, pasado-presente e material-inmaterial se condensan de modos

complejos, haciéndonos recorrer caminos impensados entre la familiaridad y banalidad de nuestros artefactos cotidianos y las redes de objetos, saberes y personas que los producen.