



DISEÑO
INNOVACIÓN
SOCIEDAD

ENTREVISTA

Ezio Manzini

ACADÉMICA

María del Valle Ledesma

Esteban J. Rico

Sara Guitelman

Beatriz Martínez | Mariela Favero

INNOVACIÓN

Rosita De Lisi

Katherine Mollenhauer |
José Santos Hormazábal | Myriam Molina

Beatriz Galán

PRÁCTICA PROFESIONAL

María Lombana

TESIS DE GRADO

Iliana Martínez

TESIS DE POSGRADO

María de las Mercedes Filpe

#1 - AÑO 1 - 2018
ISSN 2618-3935

**DISEÑO
INNOVACIÓN
SOCIEDAD**



PRESENTACIÓN	03
GUILLERMO R. TAMARIT	03
<hr/>	
EDITORIAL	03
MARÍA DE LAS MERCEDES FILPE	03
<hr/>	
ENTREVISTA	04
EZIO MANZINI	04-11
<hr/>	
ACADÉMICA	12
Comunicación en la FADU-UBA. Una experiencia en diseño gráfico: el diseñador como <i>operador cultural</i>	
MARÍA DEL VALLE LEDESMA	12-17
Una nueva agenda para la cooperación: diseñar para la realidad	
ESTEBAN J. RICO	18-26
Aquello de lo que somos capaces. La chispa	
SARA GUITELMAN	27-34
Escenarios urgentes. Conocer, proyectar con-ciencia sustentable	
BEATRIZ MARTÍNEZ MARIELA FAVERO	35-41
<hr/>	
INNOVACIÓN	42
El diseño hoy. Entre la innovación tecnológica y la innovación social y cultural	
ROSITA DE LISI	42-47
Creación de valor turístico en territorios urbanos mediante MESO	
KATHERINE MOLLENHAUER JOSÉ SANTOS HORMAZÁBAL MYRIAM MOLINA	48-54
El manuscrito pendiente	
BEATRIZ GALÁN	55-58
<hr/>	
PRÁCTICA PROFESIONAL	59
Proyecto aUPA: Espacio público <i>pop-up</i> amigable con la crianza	
MARÍA LOMBANA	59-65
<hr/>	
TESIS DE GRADO	66
Creación de valor a partir de desechos textiles. Cruce de caminos Curuzú - Pergamino	
ILIANA MARTÍNEZ	66-71
<hr/>	
TESIS DE POSGRADO	72
Universidad responsable para el desarrollo sustentable	
MARÍA DE LAS MERCEDES FILPE	72-79

DIS REVISTA DE DISEÑO
INNOVACIÓN SOCIEDAD
ISSN 2618-3935

Revista periódica de la UNNOBA dirigida a la comunidad académica y profesional de las diferentes ramas del diseño. Sus contenidos se vinculan con las problemáticas relativas a la sustentabilidad y la innovación social y apuntan a construir un espacio de discusión, divulgación y puesta en común de investigaciones, experiencias y producciones de diseño innovativo.

IDI - Instituto Diseño e Investigación
UNNOBA - Universidad Nacional
Noroeste Buenos Aires

✉ idi@unnoba.edu.ar
🌐 idi.unnoba.edu.ar

Todas las notas reflejan el punto de vista de sus autores, que no necesariamente coincide con el del editor quien no se hace responsable por sus dichos.

EDITA

CEDi
Centro de Edición y Diseño. UNNOBA
-Sede Callao 289 3° piso, CP 1022
Tel 54 11 53531520
CABA, Argentina
-Sede Pergamino
Monteagudo 2772, CP 2700
Tel 54 2477 409500
Pergamino, prov. Bs. As., Argentina

Directora
Mg. María de las Mercedes Filpe
Editora
DCV Claudia Di Paola
Coordinador
DCV Cristian Rava
Coord. de contenido
Lic. Com. Social Florencia Longarzo
Maquetación
Ana Julia Fernández
Correctora de estilo
Trad. Mariángel Mauri

Impresión
Pausa Impresores SRL
Anatole France 360
Sarandí, prov. Bs. As., Argentina
Tirada 500 ejemplares

✉ **revistadis**
🌐 revistadis.unnoba.edu.ar

AUTORIDADES UNNOBA

Rector
Dr. Guillermo R. Tamarit
Vicerrectora
Mg. Danya V. Tavela
Secretaria de Investigación, Desarrollo y Transferencia
Dra. Carolina Cristina
Directora del IDI
Mg. María de las Mercedes Filpe

Consejo Interno del IDI
Dra. María Del Valle Ledesma
DCV Florencia Elena Antonini
DCV María de las Mercedes Ortin
DCV Sara Guitelman

COMITÉ EDITORIAL

Dra. Rosita De Lisi - UdelaR
Dra. María Del Valle Ledesma - UBA
Mg. María de las Mercedes Filpe - UNNOBA
Dra. Beatriz Galán - UBA
Mg. Álvaro Guillermo Guardia - ESPM SP
Mg. Julio César Longarzo - UNNOBA
Dra. Alejandra Mizrahi - UNT
Mg. Patricio Nadal - UNaM
Dr. Alan Neumarkt - UNMdP
Prof. Daniel Wolkowicz - UBA

🌐 www.unnoba.edu.ar

Presentar una propuesta como la revista DIS nos desafía a dialogar respecto de nuestra visión sobre el diseño, la innovación y la sociedad.

En el Centenario de la Reforma Universitaria, nos debemos una reflexión sobre cómo participar en la denominada “sociedad del conocimiento” y sobre qué rol se le asigna al diseño como espacio universitario en este contexto.

Frente al volumen y velocidad del desarrollo y los cambios tecnológicos, las dimensiones de relevancia y comunicación cumplen un papel central. La relevancia nos permite participar de la sociedad desde nuestros valores, sentimientos e intereses. El pluralismo en las democracias se consolida a partir de las diferentes visiones. En cuanto a la comunicación, constituye la única posibilidad de participar y no ser solo espectadores.

En un mundo donde confluyen lo material y lo virtual, el diseño transita ese entramado y nos vincula entre estas dimensiones a través de la tecnología, la cultura, el trabajo y la sociedad.

La creciente demanda desde la industria y las artes por distinción y singularidad a partir del diseño reclama al mundo de las ideas (que es la Universidad) integrar disciplinas apostando a la innovación.

Esta iniciativa se inscribe en esos desafíos.

Dr. Guillermo R. Tamarit **Rector**

Somos **DIS**. Nos presentamos en este nuestro #1.

¿Por qué crear una revista de diseño? Nos preguntamos.

Con DIS queremos no solo compartir el pensamiento de diseñadores, docentes e investigadores, sino producir y editar materiales a modo de un DJ que mezcla sonidos.

DIS está pensada como un rap, “que a menudo se asocia con la población, y en la que historiadores orales, o cantantes, diseminan tradiciones y genealogías, o usan sus técnicas retóricas para cotillear o elogiar o criticar individuos”, según su definición en Wikipedia.

Esta noción del rap, en el sentido de conversar, define nuestro perfil: un escenario formado por reflexiones sobre diseño, donde tienen lugar voces interesadas e interesantes.

Aquí no juzgamos opiniones, ni pretendemos llegar a conclusiones determinantes, sino rapear y charlar. Crear un espacio de diálogo donde poner en común experiencias e ideas, nutridos del aporte de autores de distintas latitudes, con diferentes perfiles, formaciones e intereses.

Su estructura propone una entrevista inicial: a Ezio Manzini en este #1, quizás el pensador contemporáneo más lúcido respecto de nuestra disciplina. Sigue una sección donde los equipos docentes presentan sus proyectos académicos, experiencias áulicas y producciones. En la sección Innovación, reunimos investigaciones y trabajos relacionados con el desarrollo de productos. Aquí debimos modificar el contenido propuesto originalmente. Ese espacio estaba destinado a un artículo de nuestra querida Beatriz Galán, que no pudo concluir. Quisimos, entonces, que algunos de sus compañeros nos dejaran, en homenaje, sus aprendizajes y vivencias con Bea.

En la sección destinada a la práctica profesional se vuelcan producciones de diseño presentadas por sus autores. Por último, en Tesis de Grado y Posgrado se hace énfasis en problemas sobre sustentabilidad, innovación y contextos sociales.

Queda mucho por mejorar. Tenemos la convicción de que este #1 es tan solo un primer paso. Bea estaba muy entusiasmada con este proyecto, y nos acompañó y aconsejó desde su nacimiento. Por lo tanto, ¡acá estamos, querida Beatriz!

COMUNICACIÓN EN LA FADU-UBA. UNA EXPERIENCIA EN DISEÑO GRÁFICO: EL DISEÑADOR COMO *OPERADOR* *CULTURAL*

Dra. MARÍA DEL VALLE LEDESMA*

El artículo plantea la concepción del diseñador y de la comunicación que sostiene quien lo suscribe, en la materia Comunicación dictada en la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Se describe una experiencia pedagógica llevada adelante en la cátedra Ledesma. Partiendo de la concepción de que las prácticas pedagógicas son el modo de mediación de la disciplina con el futuro profesional, se desarrolló una experiencia pedagógica vinculada con grupos y propuestas de diseño orientadas a paliar la vulnerabilidad social.

O artigo faz refletir a concepção do designer e da comunicação que sustem quem o subscreve, na disciplina Comunicação da carreira de Design gráfico da Faculdade de Arquitetura, Desenho e Urbanismo da Universidade de Buenos Aires. Descreve-se uma experiência pedagógica realizada na cátedra Ledesma. Baseado no conceito de que as práticas pedagógicas são o modo de mediação da disciplina com o futuro profissional, desenvolveu-se uma experiência pedagógica ligada com grupos e propostas de design orientadas para reduzir a vulnerabilidade social.

Las cátedras de Comunicación I y II que dirijo en la carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA) cumplen treinta años en este 2018. Mirar en perspectiva el tiempo transcurrido implica atender a los múltiples cambios que el diseño ha experimentado en ese lapso. Situarnos en los albores del ingreso al ámbito de la Universidad a mediados de los ochenta (si bien reconocía dos ilustres antecedentes en la Universidad Nacional de Cuyo y en la Universidad Nacional de La Plata), nos ubica ante una situación que prácticamente ha desaparecido: entonces, los ecos de ULM era audibles en los programas y en los profesores, pero se confundían, se mezclaban con los acentos de aquellos diseñadores venidos del campo del arte o de la experticia técnica, generando un abigarrado conjunto del que se nutrió la potencia de la carrera en la FADU. Hoy, ambos forman parte de la historia. Por eso, mirar esos treinta años es mirar la progresión del diseño como área disciplinar y como práctica de productividad social, cultural y humana, cuyas aguas no se quedan quietas, se rehúsan a “posar para la foto”, porque a la vez que se vuelven más hondas y complejas dentro de los horizontes que ya se les reconocen, también cambian constantemente los mojones, los límites, las barreras, los “aranceles” de aquellos horizontes.

En otras palabras, aquel diseño de 1988 tiene poco en común con este del 2018 y, en consecuencia, los treinta años de la materia Comunicación constituyen un ciclo en el que el diseño ha sido atravesado por cambios significativos que han mutado su carácter.

De todas las corrientes que han sacudido el modo de ser del diseño en estas casi cuatro décadas, son dos las que han trazado la huella más profunda: la revolución digital (con la concomitante revolución comunicacional) y la entrada del diseño de lleno en la universidad. Evidentemente, ambos hechos, aunque coincidentes en el tiempo, son de muy distinto tenor.

La entrada a la universidad modificó definitivamente el estatuto del diseño, reafirmó su espacio profesional y lo inscribió en una serie disciplinar caracterizada por la formación continua, la investigación y la transferencia de los resultados a la sociedad. Sobre todo, sin descuidar el “oficio”, inscribió al diseño decididamente en el campo proyectual, en el campo de la prefiguración de mundos simbólicos.

La revolución digital tiró por tierra los modos de producción y representación vigentes, cambiando dispositivos y soportes, mutando del diseño de piezas a diseños de escenarios, de situaciones, de experiencias.

Hoy, los viejos nombres “Diseño Gráfico”, “Diseño de la Comunicación Visual” se muestran estrechos, ingenuos, para dar cuenta de una realidad que no es ni gráfica ni exclusivamente visual. La multi- y la transmedialidad dominan la escena y obligan a repensar contenidos, reubicar géneros, abandonar materialidades, idear nuevos soportes. En síntesis, la “gráfica líquida”, la fluidez y los nuevos modos de circulación cambiaron profundamente el panorama de la comunicación y sus contenidos; el *big data*, la portabilidad de los dispositivos comunicacionales, puso la lente en problemáticas impensadas en los ochenta.

Este panorama nos ha obligado a cambiar repetidamente nuestro programa

y nuestro modo de abordar los contenidos comunicacionales. Sin embargo, a lo largo de estos treinta años hay una cosa que ha permanecido inalterable: la concepción de la comunicación y de la construcción del sentido.

Frente a concepciones instrumentales de comunicación que hacen foco en la “claridad”, la “pertinencia” y la “adecuación” del mensaje, frente a posturas que hablan del diseñador como intérprete de los deseos de los comitentes, nosotros hemos sostenido una visión de la comunicación como espacio de construcción de significaciones y, por lo tanto, como “construcción de la realidad social”. Consideramos que los efectos de cualquier hecho comunicacional son múltiples y el productor debe comprender el juego, la dinámica en la que está inmerso, debe tener la destreza de analizar los diferentes contextos y articular acuerdos con su público, negociar entre los saberes y las prácticas de los diferentes actores involucrados. Hay una frase que, a pesar de los años, seguimos usando: el diseñador debe ser culto en todas las culturas: la alta, la “baja”, la popular, la religiosa, la de las tribus urbanas. Cuantas más, mejor. Porque ese saber es la única garantía posible de entendimiento con los distintos públicos.

El diseñador es un hacedor de la cultura. El concepto de *operador cultural*, tal como claramente lo define Ettore Sottsass, guía nuestro modo de actuar. Las implicancias de esta afirmación suponen tener presente que toda acción o producto de diseño incide en la vida social en formas y con efectos que exceden los objetivos con los que fueron pensadas. Como señalé en la introducción a *Retóricas del diseño social*:

El diseño del control remoto en la segunda mitad del siglo XX modificó los hábitos de ver televisión y, con ello, toda la industria de la publicidad; más lejos aún, las decisiones gráficas de organizar los textos en unidades visuales capaces de ser captadas por el ojo en la era del “protodiseño” tuvieron tanto peso como la imprenta en la conformación de los hábitos de lectura y la aparición de nuevos públicos lectores. En nuestro hoy, la portabilidad de las máquinas de procesar información, con las consecuencias visibles sobre los modos de vida, es una prueba de la incidencia de las decisiones de diseño más allá de los objetivos propuestos en el programa con que se pensaron esos objetos. El diseño es factor activo y proactivo en la dinámica social contemporánea que participa en la construcción de los modos de habitar humanos de manera compleja y contradictoria (2018).

Consideramos al diseñador como un operador cultural, un comunicador, un analista y un crítico de la sociedad contemporánea, y al diseño, como una práctica social e histórica. Por eso creemos que la enseñanza del diseño en la universidad pública no puede desconocer su papel como agente crítico de transformación social y de liberación respecto de posiciones hegemónicas. Teniendo en cuenta estos principios y articulando las problemáticas, desde la asignatura Comunicación se propone:

- Promover en los estudiantes una actitud reflexiva que les permita comprender la envergadura del diseño en la comunicación visual contemporánea y su valor estratégico en nuestro país, en particular.
- Brindar herramientas conceptuales (teóricas y prácticas) para el análisis crítico de su propio quehacer, como productores de piezas gráficas en un marco social y cultural concreto.
- Proponer marcos analíticos para el análisis comparativo de producciones gráficas en las que puedan reconocer estrategias diferenciadas y sus posibles efectos de sentido.
- Reflexionar sobre la cultura visual en la que el estudiante-diseñador se halla inmerso, favoreciendo la toma de distancia respecto de las autorrepresentaciones, estereotipos, imaginarios y valores que lo sujetan.
- Propiciar situaciones de enseñanza que involucren casos reales, donde sea posible transferir conocimientos hacia la comunidad.
- Concebir al diseñador como un operador cultural, explorando y habilitando de este modo redefiniciones de su propia identidad en escenarios sociales cambiantes y complejos.
- Favorecer la creatividad, iniciativa y autonomía estudiantil en relación con su propio aprendizaje y con la continuidad de su formación futura.

Hay un segundo rasgo que ha permanecido inalterable en estos treinta años: nuestra postura política a favor de los grupos desposeídos de la humanidad y, en relación con ella, el lugar del diseño.

Creemos que, por su involucramiento con todos los aspectos del tejido social, el diseño, en algunas de sus producciones, ha forjado (y forja) los modos de vida contemporáneos en relación con el objeto y su obsolescencia. Ha sido (y es) correa de transmisión de estereotipos sociales, pero al mismo tiempo, por ese involucramiento justamente, ha captado los movimientos sociales aun antes de que llegaran a la superficie.

Los interrogantes sobre el futuro inquietan a los diseñadores desde distintos lugares: la hipercomunicación junto con la desinformación y el analfabetismo, las poluciones de todo tipo y el agotamiento de recursos como contrapartida, los desarrollos de centros de emergencia y refugiados en contrapunto con las

El diseño ha captado la vulnerabilidad social como un horizonte ineludible.

megalópolis son aspectos que aparecen en el pensamiento sobre el habitar el mundo que hemos construido. El diseño ha captado la vulnerabilidad social como un horizonte ineludible.

MARÍA DEL VALLE LEDESMA

es doctora en Diseño por la UBA y se especializa en Teoría y Crítica del Diseño. Se desempeña como profesora titular regular en la materia Comunicación en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Buenos Aires; es profesora en el Doctorado y en la Maestría en Diseño de la misma Universidad. Ha integrado comisiones de doctorado en la FADU-UBA, la FADU-UNL (vigente) y la UNER (vigente), y dirige la Maestría en Diseño orientado a la Estrategia y la Gestión de la Innovación en la UNNOBA. Fue vicedirectora de la carrera de Diseño Gráfico y directora de la carrera de Especialización Docente en la FADU-UBA. Como profesora invitada ha impartido seminarios y conferencias en universidades y centro educativos de Argentina, Uruguay, Chile, Brasil y Colombia. Es autora, entre otros, de Diseño Gráfico, una voz pública, coautora, junto con Leonor Arfuch y Norberto Chaves, de Diseño y Comunicación. Teoría y enfoques críticos, y con Mabel López de Comunicación para diseñadores. Además, ha publicado numerosos artículos en revistas nacionales y extranjeras.

Desde este punto de vista, apuntamos a que el estudiante no solo comprenda qué lugar tiene en la cultura, como operador, sino que buscamos que opere a favor del diseño social. En esa línea, y dado que las prácticas pedagógicas son el modo de mediación de la disciplina con el futuro profesional, hace años que venimos desarrollando una experiencia pedagógica vinculada con grupos o con propuestas de diseño orientadas a paliar la vulnerabilidad social.

La primera de estas experiencias consistió en armar una cartografía de los diversos grupos y acciones orientadas al ámbito de “lo social”. Con los estudiantes de Comunicación II se llegó a hacer un relevamiento de más de cien grupos de diseño con la descripción de su modo de concebir el diseño social, sus modos de financiamiento, las relaciones con otros grupos similares, su vinculación con antecedentes locales, nacionales o extranjeros. Así se logró distinguir que, en el abigarrado grupo del “diseño social”, confluían:

- a. Producciones de índole propagandística destinadas a generar algún tipo de conciencia social (política, social, cultural, de salud o cuidado ambiental).*
- b. Producciones de diseño tendientes a incluir a ciertos grupos separados de la sociedad por motivos no económicos (mujeres, personas con algún tipo de discapacidad física o mental).*
- c. Intervenciones de diseño destinadas a brindar un servicio profesional a quienes no pueden acceder a él.*
- d. Intervenciones de diseño en una comunidad, destinadas a orientar desarrollos productivos incipientes (en movimientos sociales, en pequeñas comunidades).*
- e. Intervenciones de diseño en una comunidad destinadas a colaborar en la construcción de identidades, en el conocimiento integral del territorio, como modos de legitimar el saber colectivo propio de la comunidad.*
- f. Intervenciones de diseño a nivel estatal (nacional, provincial o municipal) orientadas a un desarrollo económico y humano con vistas a una mayor calidad de vida y un estado de bienestar social (Ledesma, Anales, 2016).*

Esta categorización permitió ordenar las distintas experiencias de diseño social y, al mismo tiempo, apreciar la variedad de propuestas.

El catálogo sirvió para mostrar cómo ningún sector social está exento de peligros: cuestiones como la pérdida de aguas y bosques, el incremento exponencial de la violencia social y la violencia contra el propio cuerpo son temas que saltan por sobre cualquier esquema de clase y atraviesan intersectorialmente todas las capas sociales.

Así, la falta de seguridad en las calles, el consumo no controlado de drogas nocivas (legales o ilegales), la obesidad o la anorexia —para nombrar solo algunos— son otros tantos nuevos riesgos sociales de la actualidad que afectan a la sociedad en su conjunto, mientras que hechos tales como el descongelamiento de los hielos o el adelgazamiento de la capa de ozono penden sobre el conjunto social como un espacio de riesgo futuro.

Todas las capas sociales son vulnerables, aunque la incidencia más

alta se centre en los grupos sociales desfavorecidos de la humanidad, caracterizados por diversos estigmas que provienen del lugar de nacimiento, el sexo, la orientación sexual, la edad y, sobre todo, la relación con el mercado laboral. Estos estigmas tienen entre sí una relación compleja y se potencian intersectorialmente, contribuyendo a perpetuar y fortalecer la violencia social, que se hace más fuerte y visible en la misma proporción en que aumentan las diferencias sociales o crece la pobreza en una sociedad (Ledesma, 2018).

Hace años que venimos desarrollando una experiencia pedagógica vinculada con grupos o con propuestas de diseño orientadas a paliar la vulnerabilidad social.

A la luz de estas ideas, se analizaron las producciones de cada uno de los grupos tratando de entender no solo los aspectos de diseño puestos en juego, sino la concepción de sociedad que cada uno poseía.

Las encuestas realizadas y los pedidos de realizar pasantías en nuestro grupo de investigación demostraron el interés que despertó la actividad entre los estudiantes. Lo que resulta sorprendente es que el interés surgió no solo porque se acercaron a nuevas modalidades de diseño, sino sobre todo porque se acercaron a conceptualizaciones de la sociedad que no conocían. Esa experiencia fue quizás aquella en la que más claramente comprendieron el concepto del diseñador como *operador cultural*.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ledesma, M. (2018) "Diseño social o El pasaje de la proyectualidad objetual a la proyectualidad situacional" en Ledesma, M. y López, M. (comps.) *Retóricas del diseño social*. Buenos Aires: Wolkowicz ediciones.
- Ledesma, M. (2014) "Cartografía del diseño social. Aproximaciones conceptuales", en *Anales del Instituto Americano de Investigaciones Estéticas*. N.º 43, pp. 97-107.

EDITA

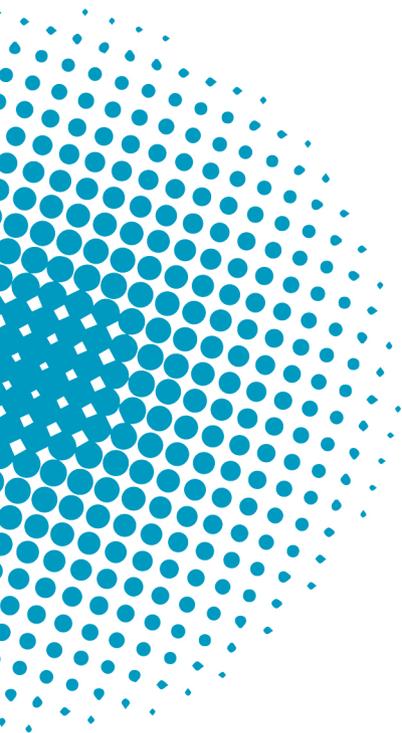


✉ cedi@unnoba.edu.ar

🌐 cedi.unnoba.edu.ar

ESTE RAP RECIÉN COMIENZA





EDITA



Centro de Edición y Diseño



Instituto Diseño Investigación

SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN DESARROLLO Y TRANSFERENCIA



COMISIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS
Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación
Subsecretaría de Tecnología e Innovación



Buenos Aires Provincia