



DISEÑO
INNOVACIÓN
SOCIEDAD

INTERNACIONAL

Alvaro Guillermo Guardia

ACADÉMICA

Roxana Garbarini | Mónica Farkas | Alejandra Mizrahi

INNOVACIÓN

Diana Rodríguez Barros

PRÁCTICA PROFESIONAL

Yukiko Uscanga - Emilia Velasco

RAP: SOCIEDAD Y CONSUMO

Facundo Abalo | M. Verónica Fourcade |

J. Manuel Pavón | Eviel Ramos

TESIS DE GRADO

Georgina Giannon

TESIS DE POSGRADO

Alan Neumarkt

**DISEÑO
INNOVACIÓN
SOCIEDAD**



EDITORIAL	03
MARÍA DE LAS MERCEDES FILPE	03
<hr/>	
INTERNACIONAL	04
Diseño y consumo. Una visión de futuro	
ALVARO GUILLERMO GUARDIA	04-16
<hr/>	
ACADÉMICA	17
Diseño en la ciudad	
ROXANA GARBARINI	17-26
Escrituras del diseño	
MÓNICA FARKAS	27-37
El textil como sistema de pensamiento	
ALEJANDRA MIZRAHI	38-45
<hr/>	
INNOVACIÓN	46
Cultura de multitudes en el posdigitalismo y los protagonistas de la generación <i>knowmad</i>	
DIANA RODRIGUEZ BARROS	46-55
<hr/>	
PRÁCTICA PROFESIONAL	56
La industria de la moda busca tener un cambio disruptivo	
Entrevista	
YUKIKO USCANGA	56-61
La conciencia como guía de las prácticas profesionales	
EMILIA VELASCO	62-68
<hr/>	
RAP	69
Sociedad y consumo	
FACUNDO ABALO MARÍA VERÓNICA FOURCADE JUAN MANUEL PAVÓN EVIEL RAMOS	69-72
<hr/>	
TESIS DE GRADO	73
La agenda como discurso visual	
GEORGINA GIANNON	73-79
<hr/>	
TESIS DE POSGRADO	80
Interpretar argentinidad. La conversión identitaria del IKA Torino	
ALAN NEUMARKT	80-94

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

 **idiunnoba**

 **idi_unnoba**

 **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 3º 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. María Florencia Longarzo

Maquetación

Ana Julia Fernández

Correctora de estilo

Trad. Mariángel Mauri

Impresión

Latingráfica

Rocamora 4161

Ciudad de Buenos Aires, Argentina

Tirada 250 ejemplares

 **revistadis**

 **revistadis@unnoba.edu.ar**

 **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

Mg. Alvaro Guillermo Guardia -
ESPM SP, Brasil

Mg. Sergio Peña Martínez - Isdi, Cuba

Dra. Rosita De Lisi - UdelaR, Uruguay

Mg. María de las Mercedes Filpe -
UNNOBA

Dra. María Del Valle Ledesma - UBA

Dra. Alejandra Mizrahi - UNT

Mg. Patricio Nadal - UNaM

Dr. Alan Neumark - UNMdP

DI María Sánchez - FOA

Prof. Daniel Wolkowicz - UBA

 **www.unnoba.edu.ar**

EDITORIAL

Con mucho esfuerzo lanzamos el #2 de la revista DIS, en el marco de una América Latina atravesada por tensiones geopolíticas que también son tensiones en el campo de la constitución de un sistema-mundo cultural, porque la estructura simbólica de una comunidad siempre ha tenido un papel relevante en la conformación del espacio socioeconómico. La necesaria reconstrucción de nuestro continente, centrada en la educación, la producción, la innovación, el trabajo, la soberanía y la inclusión, requiere de conversaciones y consensos, y quienes integramos la Universidad pública estamos involucrados en ello.

Con enfoques holísticos y multidisciplinares, en este número destacamos voces internacionales, a través de Alvaro Guillermo Guardia (Brasil), una entrevista a Yukiko Uscanga (México-Japón) y un artículo de Mónica Farkas (Uruguay). En la sección Académica, los escritos de Rosana Garbarini (FADU-UBA) y Alejandra Mizrahi (UNT) nos dan un pantallazo de las prácticas e investigaciones que se desarrollan en el ámbito federal. En la sección Innovación, Diana Rodríguez Barros (UNMdP) indaga sobre el posdigitalismo. Además, inauguramos la sección rap y compartimos una tesis de posgrado y una de grado.

Afirmamos y sostenemos que el camino para una América Latina inserta en el mundo es siempre la democracia, la educación y el debate constructivo. Agradecemos a quienes colaboraron con este número, especialmente a la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA), que contribuye para que este diálogo sea una realidad, asumiendo el compromiso con la educación pública, inclusiva y de calidad.

¡Nos seguimos escuchando!

Eviel Ramos Pérez
Facundo Abalo
María Verónica Fourcade
Juan Manuel Pavón

4 VOces



En esta sección, cuatro profesionales de distintos campos del diseño ofrecen sus visiones y conversaciones en formato de rap, a modo de un DJ que mezcla sonidos, para indagar sobre el diseño y su relación con el consumo y la sociedad. En esta oportunidad comparten sus voces un diseñador en Comunicación Visual y decano de la Facultad de Diseño en Comunicación Visual de la Universidad de La Habana, Cuba; un doctor en Ciencias Sociales; una licenciada en Diseño de Indumentaria y un licenciado en Diseño Gráfico y músico.

Este espacio de reflexión y punto de encuentro de diseñadores y profesionales del diseño ofrece un breve análisis sobre intereses y preocupaciones que cruzan el quehacer cotidiano de la disciplina.

Nesta seção, quatro profissionais de diferentes áreas de design oferecem suas visões e conversas em formato rap, como DJ que mistura sons, para investigar o design e sua relação com o consumo e a sociedade.

Nesta ocasião, eles compartilham suas vozes um designer de Comunicação Visual e Decano da Faculdade de Design em Comunicação Visual da Universidade de Havana, Cuba; um Doutor de Ciências Sociais; Um profissional formado em Design de Vestuário e um outro formado em Design Gráfico e um músico.

Este espaço de reflexão e ponto de encontro de designers e profissionais de design oferece uma breve análise de interesses e preocupações que atravessam o trabalho diário da disciplina

Eviel Ramos Pérez

DCV. Decano Facultad de Diseño de Comunicación Visual, ISDi, Universidad de La Habana

Por un diseño comprometido

Los diseñadores no siempre tenemos clara conciencia de nuestra función social, no entendemos la responsabilidad que tenemos sobre el futuro y que, dadas nuestras capacidades, debemos hacer a cada instante, con acciones y conciencia, aportes y transformaciones positivas al mundo que habitamos. El **diseño** y los diseñadores estamos llamados y hasta obligados a servir a las personas y a la **sociedad**, si no queremos ser ignorados. La forma en que hoy contribuimos a estas nos traga, nos impone el ritmo del **mercantilismo**, que perfora y atraviesa las mentes no desde el raciocinio, la inspiración, la verdad, sino desde el hurto de las ideas y el pensamiento, el sometimiento, el mando a distancia, la superficialidad y lo banal. Es hora de revertir esa actitud. Mientras más robusta hagamos las bases de la profesión, podremos ser mejores e incidir positivamente en el desarrollo de la sociedad. Dada nuestra función social, tenemos que entender cada vez más al hombre y su esencia para trabajar favorablemente para él y contribuir a incrementar su bienestar, convivencia y evolución.

En momentos tan complejos como los que atraviesa hoy el mundo, el aporte que hagamos es esencial. Somos parte activa de la **estructura de la sociedad**, lo cual nos concede un privilegio y un compromiso. Asumir con entereza este último y trabajar sin descanso ofreciendo todo nuestro potencial y saber hacer desde el diseño será el reto que tendremos y la **responsabilidad** para con el futuro.



Facundo Abalo

Doctor en Ciencias Sociales (UNLP)

La noción de **consumo** siempre tuvo una dimensión problemática, en la medida en que remitió a un momento de la historia ligado a cierto "fracaso" de la política. Hacia la década del 90, por ejemplo, el mundo académico minó sus agendas del **poder de los consumidores**: sujetos que inventaban lo cotidiano a partir de los objetos que adquirían. La R de resistencia se había reemplazado por una r minúscula hasta hacerse casi invisible, la resistencia del control remoto de los consumidores o las audiencias.

El consumo designó el reino del **mercado**, que colonizó el espacio social y fundó lazos que tendían únicamente a la reproducción del capital. Unos lazos anudados a partir de la lógica de los objetos. De esta forma, se produjo un desplazamiento de la preocupación centrada en los pueblos (pensados como sujeto histórico) a la idea de los públicos, primero, y de los consumidores, después.

María Verónica Fourcade

Diseñadora de Indumentaria (FADU-UBA)

Esta emergencia de los consumidores ha traído un conjunto de dilemas, tanto teóricos como políticos, en términos de la naturalización de las reglas del mercado y el debilitamiento de los procesos de intervención sobre el **tejido de lo social**. El diseño es un lenguaje potente que puede estar al servicio del consumo, reproduciendo un estado de cosas (casi siempre desigual e injusto) o puede discutir las reglas del mundo.

Hoy la historia está más viva que nunca y reclama ser **transformada**. Es necesario un **diseño** no acomodaticio, sino que proponga más y mejores mundos posibles.



La sociedad grita. El consumo se retrae. El diseño es omnipresente

Transformaciones, todos somos otros, mutación de identidades de un nuevo ser social, en busca de una vida más sana, más justa, más responsable.

La **sociedad** exige justicia y responsabilidad. Esto implica a largo plazo miradas y acciones con certeras consecuencias.

Esa voz, que en ocasiones murmura y otras veces vocifera, habla de transparencia, equidad, veganismo, conciencia social, cuestiones de género, de sustentabilidad, cero desperdicios, activismo. También así es como cohabita con la necesidad o casi adicción, en la experiencia tecnológica. El mundo digital nos agrega una nueva dimensión a nuestra cotidianeidad: podemos ver, decir, reclamar, exigir de todo, todo el tiempo. En distintas partes de la región, Latinoamérica, en sus economías, está imperando una desaceleración del **consumo**, el crecimiento del desempleo, la llegada de grandes tiendas; el sistema está afectado.

El cambio ya se instaló. La mutación se hizo visible y, como nunca antes, emergieron infinidad de marcas propias, pequeños emprendimientos, diseño de autor, explosión de expresiones auténticas y autóctonas que han surgido de un proceso, a mi entender, debido al creciente ejercicio de mirar hacia adentro: la mirada pivoteó hacia la región.

Entonces, ¿qué rol tiene el diseño?

Se enarbola como el nuevo Dios, el que asume la responsabilidad de accionar tal metamorfosis.

El diseño, como concepto de producto funcional, estético, o estímulo, es obsoleto.

Es el **diseño como sistema**: impulsado desde los principios que postulan los nuevos consumidores, de la nueva sociedad, como dijimos, de identidad y creencia inestables. Además de forma, silueta y estilo,

Juan Manuel Pavon

Licenciado en Diseño Gráfico (UNNOBA)

transforma y crea nuevos materiales; es rehacer, reducir, reciclar. Debe dominar la economía circular. El motor debe ser el proceso de **diseño de economía circular**. Ineludiblemente, transforma la industria, gesta nuevas formas de hacer.

El camino es entonces crear nuevas reglas de juego en un mundo en permanente conflicto e incertidumbres. Las nuevas reglas de este **"ecosistema del diseño"** deben poder entender y resolver todas las voces, todos los nichos, todos los niveles de mercado, no solo el consumo de lujo.



A pesar de la atención que se les prestó a las industrias culturales a finales de 2014 con la creación del Ministerio de Cultura nacional, todavía hay muchos actores, tanto públicos como privados, que no están convencidos de la importancia de darle mayor relevancia a este sector. La incorporación de industrias creativas y culturales en la formulación de **políticas públicas** podría ser un factor significativo para el impulso de economías regionales y para generar valor agregado en origen en sectores muy poco explotados en general, como el **diseño** gráfico, el editorial, multimedial, audiovisual, fonográfico, cinematográfico y hasta el artesanal.

Nosotros, como profesionales, desempeñamos un rol fundamental a la hora de apoyar, difundir e identificar las actividades **económicas culturales** relevantes, sus actores y los vínculos en una región como la nuestra.

Tenemos que ser capaces de generar una conciencia que estimule la colaboración del amplio grupo de actores que forman parte, de una manera u otra, de ellas. Un número cada vez mayor de gobiernos alrededor del mundo han reconocido la importancia de las industrias culturales, desarrollando diferentes políticas nacionales y regionales para fomentar su crecimiento y difusión. El ejemplo más claro es el del Reino Unido, que siempre ha jugado un papel innovador en el desarrollo de estos modelos. El Departamento para la Cultura del gobierno elaboró el primer Documento de Mapeo de las Industrias Culturales que arrojó más de diez categorías distintas en 1998 y 2001, como parte de sus esfuerzos para terminar con la depresión económica que sumía a sus pueblos y ciudades industriales. El resultado es que, después de todo y a casi cincuenta años de su separación, los Beatles siguen siendo un gran ejemplo de estas políticas, pues le generan ingresos de más de 82 millones de libras por año a la ciudad de Liverpool.

EDITA



✉ cedi@unnoba.edu.ar

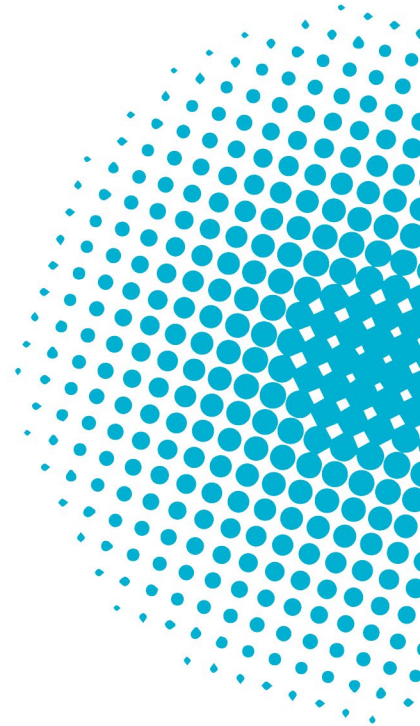
🌐 cedi.unnoba.edu.ar

100 años de la Bauhaus

Tipografía de tapa creada por Herbert Bayer, diseñador gráfico, fotógrafo, pintor y arquitecto austriaco.

En 1925 diseñó la fuente Universal, sans serif geométrica, de formas depuradas y en minúsculas exclusivamente.

Esta tipografía fue utilizada sobre la entrada del edificio de la Bauhaus en Dessau (1925-1932), obra de Walter Gropius y la más emblemática de entre sus escuelas.





EDITA



IDI Instituto
Diseño
Investigación

SECRETARÍA
DE INVESTIGACIÓN
DESARROLLO
Y TRANSFERENCIA

 **UNNOBA** UNIVERSIDAD NACIONAL
NOROESTE • BUENOS AIRES