



Anales del Instituto de Arte Americano
e Investigaciones Estéticas "Mario J. Buschiazzo"

■ CARTOGRAFÍA DEL DISEÑO SOCIAL. APROXIMACIONES CONCEPTUALES

María del Valle Ledesma

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO:

del Valle Ledesma, M. (2013). Cartografía del Diseño Social. Aproximaciones conceptuales. *Anales del IAA*, 43 (1), 97-106. Consultado el (dd/mm/aaaa) en <http://www.iaa.fadu.uba.ar/ojs/index.php/anales/article/view/107/95>

ANALES es una revista periódica arbitrada que surgió en el año 1948 dentro del IAA. Publica trabajos originales referidos a la historia de disciplinas como el urbanismo, la arquitectura y el diseño gráfico e industrial y, preferentemente, referidas a América Latina.

Contacto: iaa@fadu.uba.ar

* Esta revista usa Open Journal Systems 2.4.0.0, que es software libre de gestión y publicación de revistas desarrollado, soportado, y libremente distribuido por el Public Knowledge Project bajo Licencia Pública General GNU.

ANALES is a peer refereed periodical first appeared in 1948 in the IAA. The journal publishes original papers related to the history of disciplines such as urban planning, architecture and graphic and industrial design, preferably related to Latin America.

Contact: iaa@fadu.uba.ar

* This journal uses Open Journal Systems 2.4.0.0, which is free software for management and magazine publishing developed, supported, and freely distributed by the Public Knowledge Project under the GNU General Public License.

CARTOGRAFÍA DEL DISEÑO SOCIAL: APROXIMACIONES CONCEPTUALES

SOCIAL DESIGN CARTOGRAPHY: CONCEPTUAL REASONS

María del Valle Ledesma *

Anales del IAA #43 - año 2013 - (97-105) - ISSN 0328-9796 - Recibido: 23 de noviembre de 2013 - Aceptado: 26 de enero de 2014.

■ ■ ■ Enmarcado en las producciones del UBACYT "Cartografías del Diseño Social", este trabajo presenta la "cartografía" como método de estudio aplicado al "diseño social", un área de escasa precisión conceptual que aparece vinculada con una tenaz oposición al "salvajismo del mercado", una cierta vocación militante contra determinadas configuraciones de la sociedad capitalista en el horizonte del siglo XXI, y un intenso voluntarismo dirigido a contrarrestar "males" que atentan contra una idea de "armonía social". De por sí, esta diversidad indica cómo bajo el paraguas de la expresión "diseño social" o "diseño para la sociedad" se cobijan muy diferentes líneas, que expresan o se valen de concepciones diferentes del diseño y de la intervención social.

Lejos de ensayar definiciones o categorizaciones estancas y excluyentes, la cartografía, como método de estudio social en el campo del diseño, procura dejar expuesta la diversidad, para que ella misma actúe con efecto performativo sobre la propia realidad estudiada. En este artículo se presenta la propuesta de "hacer mapa", considerada no como mera representación de algo, sino como acción efectiva sobre lo existente. Para dar materialidad al planteo cartográfico, el proyecto de investigación buscó la unión entre la propuesta filosófica y el medio digital, construyendo un dispositivo digital capaz de actuar de manera operativa sobre la propia realidad estudiada. A renglón seguido se exponen los primeros resultados.

PALABRAS CLAVE: Diseño Social. Cartografía. Método.

■ ■ ■ Framed in the UBACYT productions "Social Design's Cartography" this work presents "cartography" as a study method applied to the "social design", a field with poor conceptual accuracy which is linked with a tenacious opposition to the "wild market", a certain militant vocation against some configurations of de capitalist society in the xxi century's horizon, and an intense voluntary initiative directed to counteract the "ills" which attempt against the idea of "social harmony" . This diversity indicates under the expressions "social design" or "design for the society", keeping very different lines, that express different design and social intervention's conceptions.

Far from mentioning definitions or still and excluding categorizations, cartography, as a social study method in the design field, exposes the diversity with the purpose to act itself with a performance aspect effect over its studied reality. In this article, it is showed the purpose to "create maps", and it is considered not as a representation of something, if not as the effective action over the existing. To show materiality to the cartographic idea, the researching project looked for the joint between the philosophical proposal and the digital media, building a digital device capable to act in an operative way over its own studied reality. In the next line, the first results are displayed.

KEY WORDS: Social Design. Cartographies. Methodology.

* Programa Teoría del Diseño Semiótica del Espacio. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires

¿Por qué el mapa?

Al amparo de su propia indefinición teórica, la expresión “Diseño Social” ha cobrado en diversos medios académicos y círculos técnicos un conveniente aprecio y difusión. Detrás de ella o a pesar de ella, es posible otear un horizonte y aun un territorio. Libros, artículos científicos o periodísticos, programas de estudio universitarios o alternativos, llamados a concursos han hecho del diseño social tema y problema. Más todavía, muchos actores del “diseño” han sabido cuánto y cuán inmediatamente se dignifica su práctica apenas se la califica de *social*.¹

Ante la expresión enfática, cierta mirada displicente pero no reticente apunta con la ironía del Perogrullo que “todo diseño es social”. Esta actitud de los guardianes de la lógica del sentido común evita realizar una tarea que acaso les resultara más útil a sus propios propósitos conservadores que a su desprecio proléptico: la de caracterizar aquel diseño que, por esa figura retórica que se llama “énfasis”, prefiere proclamarse explícitamente “diseño social”.

¿De qué hablamos cuando hablamos del “diseño social”? La sola invocación de este nombre nos transporta a un área vinculada con una tenaz oposición al salvajismo del mercado, una cierta vocación militante contra determinadas configuraciones de la sociedad capitalista en el horizonte del siglo XXI o un intenso voluntarismo dirigido a atenuar “males sociales” que afean una supuesta armonía social (alternativamente, anhelada o en riesgo).

Una mirada exploratoria al universo de las “producciones de diseño” permite reconocer un cúmulo de intervenciones de índole variadamente propagandística destinadas a generar en receptores más o menos amplios, más o menos específicos, algún tipo de conciencia (política, social, cultural, de salud o cuidado ambiental) junto a intervenciones destinadas a orientar desarrollos productivos incipientes (en movimientos sociales, en pequeñas comunidades) o intervenciones de diseño desde el andarivel del Estado nacional, provincial o municipal del llamado “diseño para el desarrollo”.

Una segunda mirada, dirigida, esta vez, a la indeterminación semántica, permite postular que el término es usado por lo menos de cuatro maneras diferentes, pero a veces solapadas: en la primera, “social” aparece como adjetivo destinado a caracterizar la vocación del diseño de ocuparse de toda la sociedad como un universal; la segunda usa el concepto de “social” como eufemismo para referirse a la acción a favor de los grupos desposeídos, minoritarios o marginales o a las acciones militantes de carácter opositor al sistema de manera coyuntural o estructural; la tercera apela a nociones vinculadas al desarrollo, es decir, al diseño orientado al mejoramiento de la calidad de vida de una sociedad, y la última postula una línea de investigación que analizaría los efectos del diseño sobre la sociedad.

Esta diversidad de modos muestra que bajo el amplio paraguas de la expresión “diseño social” o “diseño para la sociedad” se cobijan líneas diversas que expresan concepciones diferentes del diseño y de la intervención social.

¿Cómo abordar esas líneas divergentes que entrecruzan el espacio que nos ocupa? A diferencia de lo que se suele considerar “conveniente” cuando se trabaja con un concepto polisémico, nuestra propuesta no parte de explicitar léxica o semánticamente a qué se llama “diseño social” ni de definir de antemano el concepto para, una vez instaladas las fronteras o señalados los mojones, dedicarse a analizar con tranquilidad y propiedad académica un espacio así delimitado. Tampoco se trata de hacer un catálogo, un inventario más o menos metódico –una definición por “extensión” en vez de otra por “intensión”–. Antes bien, el propósito es el de formular un “método de estudio del diseño social” capaz en la práctica de reunir

de manera performativa experiencias concretas realizadas desde diversificadas concepciones de la intervención social (Matus, 1999).

Partir de las prácticas de “diseño social” –así autodenominadas o reconocidas como tales– y establecer una lectura/relectura de las intervenciones del diseño en el contexto urbano y regional de la Argentina vuelve visible la coexistencia, no siempre gratificante, no siempre decepcionante, de lógicas muy diferentes. Sobre todo, la operación que proponemos genera un efecto nuevo a partir de la visibilización del espacio de las coexistencias. Se trata de dejar expuesta la diversidad para que ella misma actúe. Se trata de agitar la superficie de ese espacio llamado “diseño social” para descubrir las corrientes internas que circulan debajo de las aguas. La propuesta es “hacer mapa”: no representación de lo preexistente, sino acción efectiva sobre lo existente. Más puntualmente, hacer mapa implica liberar la mayor cantidad de sentidos posibles del “diseño social”: ponerlos en relación, admitir la disputa, romper los amurallamientos. La propia cartografía, al permitir visibilizar aquello que no es visible, habilita nuevos escenarios.

La cartografía como método

Desde hace una más de una década en numerosas investigaciones se ha renovado el interés por la “cartografía”. Se ha procedido a recuperar el concepto de Deleuze y Guattari de un “mapa abierto” “conectable en todas sus dimensiones, desmontable, alterable, susceptible de recibir constantemente modificaciones” (Deleuze y Guattari, 1994, p. 25). Este mapa es una herramienta de conocimiento crítico, capaz de hacer visible lo invisibilizado u oculto y de habilitar nuevas relaciones. Los nexos entre el concepto de “cartografía” y los de “agenciamiento” y “producción de subjetividad”, tan estimulante en diversos campos de la investigación social (Guattari y Rolnik, 1999; Merthy, 2006; Pérez de Lama, 2008) renuevan su vigencia a la hora de considerar el “diseño social” con un objetivo performativo en el sentido antes expresado. La construcción cartográfica es capaz de actuar como factor de agenciamiento, sobre todo, como “máquina” según la acepción usada por Guattari (1996) al definir el concepto: conexión y conjunción de multiplicidades, acción de componer elementos heterogéneos para construir nuevas realidades. En sentido general, cada cartografía permite detectar los puntos de desarrollo, identificar las relaciones que se dan entre ellos, reconocer los puntos vacantes, admitir lo aleatorio como parte del proceso de desarrollo y generar relaciones capaces de producir nuevas acciones.

Entendida de esta manera, la “cartografía del diseño social” permite detectar y tornar evidentes las interferencias entre las diversas acciones de diseño, tratando de vislumbrar los diferentes vectores que enuncian la transformación de lo existente, y de qué maneras lo enuncian. Más aún: en la identificación de dichos componentes, en la creación de las nuevas relaciones y territorios se ponen en juego nuevos dispositivos, cuyas acciones dejan su impacto en el propio territorio “original”. La experiencia adquirida en el momento de cartografiar (sea cual fuere el modo de hacerlo) conduce a generar acercamientos, a descubrir diferencias irreconciliables y eso mismo ya constituye la apertura de un horizonte nuevo.

La aplicación del concepto de cartografía busca la representación/acción de una situación que sitúa sobre un mismo plano (metafórico) un complejo entramado de operadores sociales, políticos y económicos y otro no menos complejo cúmulo de acontecimientos, luga-

res, e imaginarios sociales –todos ellos también *corsi e ricorsi*, en espiral difícil de fijar o detener– y socialmente contruidos y deconstruidos.

¿Cómo entrar en un territorio cuya diversidad queda de manifiesto con los usos diferentes del término “social” al que hemos aludido, pero a la vez con un paneo por el tipo de producciones o por los gestores de dichas producciones?

Ante semejante diversidad, ¿cómo decidir el área a considerar?, ¿cómo iniciar el registro de las prácticas de diseño social?, ¿qué tipo de materialidad, por fuerza revocable y sustituible, debe tomar la cartografía?, ¿qué características debe tener para ser capaz de influir sobre el propio espacio del diseño social? Sabemos de experiencias fotográficas, de recorridos narrativos, de construcciones de mapas, ¿cuál habría de ser la nuestra?

Tales preguntas expresan, o plantean, problemas metodológicos, que buscan resolver las acciones de identificación, análisis y selección de los criterios de organización de la cartografía. En tanto tríada peirceana (primeridad, segundidad y terceridad), en estos interrogantes se reconocen correlatos de un proceso semiótico orientado a producir nuevos interpretantes para el diseño social.

En primer lugar (primeridad) se trata de decidir dónde situarse para ser capaces de considerar lo producido bajo el rótulo “diseño social” con la mayor extensión posible. El problema refiere justamente a la condición de posibilidad del mapa, a su indeterminación constitutiva y su resolución supone el hallazgo de zonas de “múltiples entradas” (Deleuze y Guattari, 1994), capaces de disponer lo diverso en capas hojaldradas.

El segundo problema metodológico implica resolver qué forma usar para que la cartografía se convierta en un dispositivo capaz de actuar sobre la realidad estudiada. Este es el reino de la segundidad, del contacto, de la existencia. Concretamente, se trata de lograr que la cartografía no sea mero recuento y catálogo, mera enumeración y balance: cómo conseguir el hojaldrado reclamado por el entrecruzamiento y la mixtura.

El orden de la terceridad, estrictamente vinculado a los anteriores, plantea cómo deben abordarse los propios conceptos de “máquina” o “hacer mapa” en relación con el diseño social. En otras palabras, se trata de cómo efectuar el pasaje desde una serie de hechos aislados (las distintas intervenciones de “diseño social”) hacia un nuevo estado de mayor generalidad, en el que todos esos hechos se resignifiquen.

En nuestro caso, la cartografía, tal como las primeras cartografías, se traza a partir de relatos y de instrumentos técnicos: entonces, en los albores del conocimiento del mundo, el mapa era la narración de un viaje medido; ahora, los relatos de los diseñadores y actores actúan como aquellos relatos de los navegantes que permiten marcar los puntos del mapa. Los recursos técnicos provienen del campo del diseño de información, y toman especial interés en las características creativas de la visualización de los datos.

Para dar materialidad al planteo cartográfico, se buscó la unión entre la propuesta filosófica y el medio digital. Combinando conceptos provenientes tanto de la cartografía como de la visualización y arquitectura de la información (Tufte, 1987; Holmes, 1991; Wurman, 1997) se construyó un dispositivo digital capaz de actuar de manera operativa sobre la propia realidad estudiada. Dicho dispositivo digital parte de una aplicación de base de datos que alimenta una interfaz de visualización de información² y ha sentado las bases para registrar, comparar y relacionar las diferentes experiencias de “diseño social”, llevadas adelante por instituciones, asociaciones e individuos a través de diversas intervenciones.

¿Con qué criterios definir la inclusión de tales prácticas o de tales actores en nuestro dispositivo?

El problema no es menor: lo que está en juego es ni más ni menos que la valoración de dichas prácticas. Un hiato insondable parece abrirse entre los desarrolladores y los revolucionarios, entre los que creen en la sociedad como un lugar de armonías posibles y los que reniegan de ellas en pro de intereses irreconciliables. La situación se complica aún más cuando se considera la práctica de determinado diseñador como una totalidad “holística”: ¿pertenece al área del “diseño social” aquel que además trabaja para el mercado?

Si el objetivo es cartográfico, el punto de partida supone no dejar nada fuera, ni imponer clausuras ni dejarse llevar por censuras previas. En el mapa han de tener su lugar todos los actores que se llamen a sí mismos “sociales”, todos los que sean reconocidos como tales por la comunidad del diseño y todas aquellas prácticas orientadas a actuar en beneficio de colectivos universales o de grupos incluidos en los cuatros grandes tipos de movimientos sociales: movimientos urbanos, movimientos de mujeres, movimientos de derechos humanos y movimientos de gente y migraciones, tal como los ha descrito Jelin (2003), entre otros.

Estos ordenadores y sus derivaciones –siguiendo el planteo peirceano de semiosis infinita– garantizan la aparición de múltiples capas de sentido, en tanto la adscripción al “diseño social” no viene determinada de antemano, sino que aparece desde diversos lugares que, como puntos de capitón (según la expresión lacaniana), tensan los hilos por los que discurre el “diseño social”.

Primeros resultados

A partir del registro de acciones de “diseño social”, se ha configurado el primer archivo que permite mediante el aporte del diseño de información interactivo, lograr mapas de los productores del diseño social documentando las acciones, sus comitentes y referentes.

Hasta el momento se cuenta con 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.³ Se han identificado posiciones y agentes que configuran una compleja red, detectando numerosas polaridades y cruces entre las diversas acciones de diseño e identificando diferentes vectores que enuncian la voluntad de transformación de lo existente. Pero sobre todo, se están recuperando sus narrativas para mostrar –hacer visibles– las posibles concepciones de lo social.

En esa red se identifican los “puntos de capitón”, lugares que, mirados desde la superficie, aparecen aislados entre sí pero que, al ser considerados desde el envés se revelan como nudos que fijan los tensores del área para evitar la dispersión. Una imaginaria instantánea que captara arbitrariamente el devenir revelaría que hay:

- 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 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.

Estos puntos de capitón son emergentes de líneas y prácticas de diseño que, a su vez, hacen serie con otras prácticas u otros actores, tal como aparecen en las narrativas de los propios actores incluidos en el mapa.

En cuanto prácticas y “lenguajes”, a estas modalidades pueden encontrarseles orígenes en otros tantos espacios que pueden vincularse a líneas del diseño desarrolladas en los últimos noventa años. Sin pretender exhaustividad, vale el intento de armar las series tal como surgen de esas narrativas en las que es posible reconocer los alientos mesiánicos de la Bauhaus, las concepciones contemporáneas de sustentabilidad y desarrollo, los planteos sobre el diseño de la periferia, actitudes e impostaciones militantes o “subalternas” o aun “tercermundistas” y “altermundialistas”.

En una de esas series como fondo emblemático, aparecen las figuras de Morris, la Bauhaus y Ulm, esta última sobre todo, en la voz de Otl Aicher y el mundo como proyecto. De manera menos frecuente también se recuerda a Ulm no solo por su esfuerzo en la reconstrucción de la Europa de posguerra, sino también porque de sus filas surgió Gui Bonsiepe y la propuesta de aplicar el proyecto de diseño moderno y social al tercer mundo. En consonancia con estos planteos, algunas narrativas recuerdan las líneas fuertemente humanistas centradas en especial en el cuidado del ambiente, entre las que se destaca la voz de Victor Papanek, líneas que persisten hasta hoy bajo conceptos como Green Design o Eco Design, que postulan un diseño sustentable, concepto que –en una de sus acepciones– tiende a limitar la irracionalidad de la esfera productiva.

En muchos relatos alienta la presencia de Jorge Frascara y su concepción del diseño alejada de la promoción del producto y los servicios de consumo, apuntada a solucionar problemas “universales” (tales como campañas de seguridad vial o de organización de la información vinculadas a las adecuadas legibilidad o lecturabilidad). En la misma línea se incluyen referencias al desarrollo que ha tomado el llamado “diseño para todos” o diseño para las capacidades diferentes, que plantea hacer centro en las necesidades de usuarios sistemáticamente no considerados por el diseño hegemónico.

Otros relatos, en general paralelos y no confluentes con los anteriores, apuntan a recuperar la figura de Tomaszewski y en general, la gráfica del afiche polaco, la del colectivo francés “Ne pas plier” y de su figura pública más conocida, Paris Clavel. En el ámbito local, el DG Alfredo Saavedra y el mío propio son nombres que aparecen asociados a esta línea de relatos que enfatiza el rol político del diseño.⁴

Por último, desde hace algunos años se está consolidando una visión del diseño como recurso intelectual estratégico con fuerte impacto en el desarrollo y calidad de la cadena productiva, de servicios y culturales. Esta visión reconoce que, a causa de su carácter creativo, innovador, y su capacidad de análisis simbólico, el diseño ejerce una acción central respecto al conocimiento y la articulación de actores en procesos económicos, sociales o culturales. Esta visión ha dado lugar a diferentes líneas de intervención destinadas bien a la inclusión social o bien al desarrollo regional y han sido tomadas tanto por el Estado como por comunidades independientes con el objetivo de volver más eficientes algunas propuestas destinadas a grupos sociales con débil inserción en el tejido social. Experiencias como las que desarrolla el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial, dependiente del Ministerio de Industria, Ciencia y Tecnología) o como lleva adelante la DI Beatriz Galán en nuestra facultad, apuntan en ese sentido.

El mapa no está completo (en rigor, no puede estarlo jamás); tampoco tiene un centro, pero sí admite lecturas. Lecturas por capas, no homogéneas, que muestran rápidamente su envés y se difuminan detrás de nuevos agrupamientos.

Primeras lecturas; algunas conclusiones

Desde las concepciones de Deleuze (2005) y Lotman (1996), quienes han llamado la atención sobre el concepto de frontera, el sentido de nuestro mapa no está ni en el estado de cosas que muestra ni en las definiciones que puede eventualmente producir, sino en las fronteras. Estas indican un espacio exterior (otro/s diseño/s no denominados sociales) y a su vez, recorren el dominio entero como nervaduras que hacen posible una topología irregular del diseño social.

La frontera exterior parece perfilarse entre nociones tan porosas como individuo/sociedad. Pareciera que el espacio del diseño social se articula en el límite entre lo estrictamente individual y la consideración de las complejas relaciones sociales. Es por eso que, a pesar de las enormes diferencias en la totalidad de las intervenciones cartografiadas, el acento se desplaza desde el individuo (cliente-empresa-usuario) al comportamiento social en todas sus manifestaciones: actitudes, atributos, trayectorias de los grupos considerados. “Lo colectivo” es una especie de común denominador que aparece de muy diversas maneras: producciones en las que el autor se borra detrás de un “colectivo”, producciones orientadas a colectivos sociales diferenciados (grupos vulnerables, por ejemplo), trabajo colectivo entre diseñadores y habitantes del territorio.

Otra línea de lectura revela, en contra de lo que podría pensarse apriorísticamente, que una buena parte del diseño social está destinado a orientar a sus destinatarios a ocupar lugares competitivos en el mercado: los trabajos con fábricas recuperadas, las acciones de desarrollo, los corredores productivos son otros tantos ejemplos en ese sentido. En todos los casos se trata de posicionar a grupos cuyas producciones requieren de la inclusión del diseño en la cadena de valor; sin embargo, el espacio está atravesado por nuevas nervaduras: en algunas, el acento está puesto en la inclusión de recursos tecnológicos e innovativos para el desarrollo regional o de pequeños productores, buscando la sustentabilidad económica, social y ambiental; por el contrario, en otras, además de la subsistencia económica se busca generar una intervención política de carácter contrahegemónico o contracultural.

Muchas intervenciones coinciden en determinados lugares, villas o asentamientos, pero difieren en sus estrategias y objetivos. Algunas son marcadamente asistenciales y buscan resolver los problemas acuciantes de una población de manera concreta (el diseño del carrito para cartoneros, la revista *Hecho en Buenos Aires* o grupos de diseño que ayudan a la edificación de viviendas en barrios carenciados); otras apuntan a la construcción de subjetividades, a “empoderar” a los beneficiarios en algún sentido. Nuevamente, aparece otra nevadura: el empoderamiento es –si se permite esa diferenciación– económico o político. Algunas intervenciones conciben el empoderamiento como el trabajo para que los miembros de una comunidad o grupo adquieran las capacidades necesarias para continuar su producción de manera independiente; otras, por el contrario, persiguen la conformación de una consciencia política.

Como en toda frontera, más que las diferencias –visibles y claras en las geográficas, pero no en estas–, son los préstamos, los pasajes, los trasvasamientos, los que configuran el espacio de sentido.

“Hacer mapa”, lo dijimos, significa hacer visibles esos trasvasamientos; nuestro dispositivo digital es el instrumento que mira sobre el territorio, pero al mismo tiempo constituye a ese territorio en un espacio mirable. Al organizar las intervenciones de “diseño social” en algo aprehensible desde múltiples miradas, “hacer mapa” se convierte en un instrumento analítico potente no solo para el analista, sino fundamentalmente para los propios actores. Creemos que ese es su poder performativo, ya que crear un mapa del territorio es el primer camino para construir sobre él.

NOTAS

1 Algunos ejemplos en ese sentido: desde hace seis años, la Sociedad Central de Arquitectos de Buenos Aires presenta un concurso de Diseño Social que en ocasiones ha contado con el auspicio del Centro Metropolitano de Diseño. En otro orden, en los últimos años, en los concursos para optar al cargo de Titular o Adjunto de la carrera de Diseño Gráfico de la FADU-UBA, el tema propuesto a los aspirantes ha sido, por lo menos dos veces, Diseño Social.

2 Esteban Rico ha liderado el equipo que llevó adelante la construcción del dispositivo.

3 El equipo que está realizando este trabajo está dirigido por Paula Siganevich, coordinado por Nadia Menotti e integrado por los pasantes de investigación Malena Castañón, Dana Famulari, Lucas Lucente, Alejandra Mendoza, Luciana Raimondo, Luis Roach, Florencia Saez Ruiz, Luján Saez, Victoria Vázquez, Marcelo Vera y Carolina Yedrasiak. Las herramientas de trabajo para la recolección de datos son el registro y la entrevista en profundidad tanto de actores como de referentes.

4 En el marco de los UBACYT “La representación de lo precario”, “Semánticas de lo precario”, dirigidos por Paula Siganevich y del “Grupo de Investigación en Arte y Diseño” dirigido por Siganevich y Laura Nieto, ambas llevaron adelante una serie de entrevistas a grupos gráficos que actuaron alrededor de la crisis política, social y económica de 2001 de Argentina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Deleuze, G. ([1969] 2005). *La lógica del sentido*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Deleuze, G. y Guattari, F. ([1980] 1994). *Mil mesetas*. Valencia, España: Pre-Textos.
- Guattari, F., Rolnik, S. (1999). *Micropolítica: cartografías do desejo*. Petrópolis, Brasil: Editora Vozes.
- Hassan Montero, Y. y Martín Fernández, F. (2003). Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web. *No Solo Usabilidad*, 2. Consultado el 20/11/2013 en <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>.

- Holmesn, N. (1991). *Designer's Guide to Creating Charts and Diagrams*. New York, USA: Watson-Guptill Publications.
- Jelin, E. (2003). *Más allá de la nación: las escalas múltiples de los movimientos sociales*. Buenos Aires, Argentina: Libros del Zorzal.
- Lotman, I. (1996). *La semiosfera. Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid, España: Cátedra.
- Matus, T. (1999). *Propuestas contemporáneas en trabajo social: hacia una intervención polifónica*. Buenos Aires, Argentina: Espacio Editorial.
- Merthy, E. E. (2006). *Salud: cartografía del trabajo vivo*. Buenos Aires, Argentina: Lugar Editorial.
- Perez de Lama, J. (2009). La avispa y la orquídea hacen mapa en el seno de un rizoma Cartografía y máquinas, relejendo a Deleuze y Guattari. *Pro-Posições, Campinas*, v. 20, n. 3 (60), pp. 121-145, set./dez. 2009. Consultado el 20/11/2013 en <http://www.scielo.br/pdf/pp/v20n3/v20n3a09.pdf>.
- Tuftee, E. R. (1993). *The Visual Display of Quantitative Information*. Cheshire, UK: Graphic Press.
- Wurman, R. S. (1997). *Information Architects*. New York, USA: Watson-Guptill.

BIBLIOGRAFÍA

- Bertin, J. (1973). *Sémiologie graphique (diagrammes et cartographie)*. París, Francia: Mouton-Gauthier-Villars.
- Deleuze, G. y Guattari, F. ([1979] 1983). *Rizoma*. México DF, México: La red de Jonás Premia Editora.
- Guattari, F. ([1992] 1996). *Caosmosis*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- ----- ([1998] 2000). *Cartografías esquizoanalíticas*. Buenos Aires, Argentina: Manantial.
- Wood, D. (1992). *The Power of Maps*. New York, USA: The Guilford Press.

María del Valle Ledesma

Novelista y ensayista. Especialista en Teoría del Diseño y de la Imagen. Doctora en Diseño por la UBA y Licenciada en Literaturas Modernas por la Universidad Nacional de Córdoba. Profesora Titular de la materia Comunicación I y II en la Carrera de Diseño Gráfico de la FADU-UBA, carrera en la que también se ha desempeñado como Vicedirectora. Miembro de la comisión de doctorado de la FADU-UBA, de la FADU-UNL y de la FCED-UNER. Ha sido directora de la Carrera de Formación Docente de la FADU-UBA y actualmente dirige la Maestría en Diseño orientada a la Gestión Estratégica de la Innovación en la UNNOBA. Dicta clases en diversos posgrados nacionales y extranjeros.

Sede Programa Teoría del Diseño Semiótica del Espacio
 Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo. Universidad de Buenos Aires
 Calle Intendente Güiraldes 2160. Pabellón III, Piso 4º
 Ciudad Universitaria, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, República Argentina

maríadelvalle.ledesma@gmail.com