

Diseño industrial emprendedor: en busca de la soberanía proyectual

María Eugenia Correa (*)

Enrique D'Amico (**)

Resumen: El emprendimiento en diseño industrial implica la convergencia y el conflicto de dos culturas distintas: la del diseño y la empresarial. Esta forma de trabajo autoorganizado, que se ha extendido por diversas esferas de la vida contemporánea, se sustenta en una infraestructura ideológica dominante, originada en contextos centrales, que promueve los llamados “casos de éxito”. La legitimación de estos casos se basa principalmente en su desempeño económico, lo que margina otras experiencias. Estos discursos emprendedores pueden influir subjetivamente en los diseñadores, moldeando sus expectativas sobre la profesión y limitando la imaginación de narrativas divergentes. Este artículo, derivado de una investigación doctoral¹, reúne algunas reflexiones a las que arribamos en ese proceso, y explora formas alternativas de entender el emprendimiento en diseño, a partir de analizar las culturas discursivas adoptadas por los diseñadores industriales y cómo reinterpretan esta actividad en contextos locales. Se basa en un estudio de caso múltiple de ocho iniciativas emprendedoras desarrolladas entre 2009 y 2019 por egresados de la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de La Plata, dentro del ecosistema emprendedor bonaerense (EEB). Metodológicamente, el trabajo se estructuró a partir de un modelo de análisis integral que considera al emprendedor, su emprendimiento y el ecosistema en el que se desarrollan. A partir de un abordaje metodológico cualitativo y de la aplicación de la técnica de entrevistas semiestructuradas con diseñadores e informantes clave, se logró reconstruir los procesos emprendedores y explorar la dinámica del trabajo autoorganizado, su influencia en los proyectos de vida personales de estos agentes y cómo intentan alcanzar una soberanía proyectual propia.

Palabras clave: Cultura discursiva, Diseño Industrial, Ecosistema Emprendedor, Soberanía Proyectual, Provincia de Buenos Aires, Facultad de Artes – Universidad Nacional de La Plata

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 106-107]

(*) Socióloga (UBA), Dra. en Ciencias Sociales (UBA) y Mag. en Sociología de la Cultura (IDAES-UNSAM); Prof. en Sociología (UBA). Investigadora adjunta del CONICET en el IIGG-FSOC-UBA. Docente de grado (Metodología de la investigación social) de la FSOC-UBA. Docente de posgrado del Seminario de Diseño sustentable en la Especialización en Sociología del Diseño (DISO) en la FADU-UBA. Coordina el Grupo de Estudios de Diseño y Sociedad en el IIGG-FSOC-UBA. Integra el Grupo de Estudios de Moda y Diseño (GES-MODI) en FADU-UBA. Coordina la mesa Sociología y Diseño en las Jornadas de Sociología de la UBA (2019, 2021, 2023). Dirige Proyecto de Reconocimiento Institucional (PRI 2020-2022) y es miembro de la organización de la I y II Jornadas de Diseño y Sociedad en el IIGG-FSOC-UBA en 2022 y 2024 respectivamente.

(**) Diseñador Industrial (FDA-UNLP) y Doctor en Artes con orientación en Diseño (FDA-UNLP). Investigador categoría IV de la Universidad Nacional de La Plata y Jefe de Trabajos Prácticos en Tecnología de Diseño Industrial 2A (FDA-UNLP). Divulgador de diseño como autor en di-conexiones y @diseñoenfrases.

Introducción

El emprendimiento en diseño industrial implica la convergencia y el conflicto de dos culturas distintas: la del diseño y la empresarial. Existe consenso entre diversos autores en torno a la idea de que entre ambos campos se da lo que Kathryn Best (2010) denomina un “choque de culturas”, basado en que el diseño y los negocios poseen creencias, valores y suposiciones divergentes sobre cómo miden el éxito y qué les importa. Asimismo, cada una de estas culturas se sustenta en una infraestructura ideológica que involucra narrativas con carácter performativo: las historias que construimos sobre la práctica (el *qué*, el *cómo* y el *para quién* diseñamos) cristalizan en hábitos, gestos y exclusiones que definen los modos de diseñar y los lugares de enunciación desde los cuales se ejerce la disciplina. En el ámbito del diseño industrial, el taller de diseño cumple una función activa en este proceso, ya que “es un dispositivo pedagógico a través del cual el alumno incorpora representaciones, hábitos, procedimientos y actitudes que lo caracterizan como miembro de la comunidad del diseño” (Galán, 208, p. 32). Podemos afirmar, entonces, que es allí donde se “diseñan diseñadores” y donde los miembros de dicha comunidad proyectan sus expectativas, adquieren una forma particular de entender la práctica y configuran su “identidad diseñística” (D’Amico, 2024).

En el caso de Argentina -y de la Universidad Nacional de La Plata en particular-, la herencia epistemológica e ideológica del Movimiento Moderno impregnó, con su visión eurocéntrica, racionalista y cartesiana, la manera de enseñar la disciplina (Devalle y Gravier, 2020; Fernández y Bonsiepe, 2008). Si bien han emergido nuevas formas de entender el diseño, descolonizar la mirada y deconstruir las certezas aprendidas no es tarea sencilla, ya que el diseño -en su versión hegemónica- sigue operando como tecnología colonial impregnada de valores modernos: universaliza métodos, glorifica imaginarios como la “innovación siliconizada” o el “usuario-centrismo descontextualizado” y erige mitos de

origen que borran su pluralidad histórica. Manzini (2015) advirtió este riesgo al definir el diseño como una actividad humana que puede usarse tanto para sostener como para subvertir el statu quo.

Por su parte, el emprendedorismo —en su versión dominante y neoliberalizada— se ha extendido por diversas esferas de la vida contemporánea a través de las llamadas “tecnologías del yo” (Foucault, 2008), instituyendo un imperativo moral transversal al campo profesional y a la vida misma. Estas estrategias micro subjetivas promueven el individualismo, la productividad, la meritocracia, la visión economicista del mundo y la transformación de los sujetos mediante técnicas que buscan modificarlos en términos materiales, espirituales y de objetivación del futuro, bajo la premisa de que pueden diseñarlo sin considerar las condiciones contextuales.

Esta libertad aparente que ofrece el emprendedorismo (Han, 2014; von Borries, 2019), es coincidente con un proceso de expansión del diseño como disciplina polifónica, donde cada diseñador busca su voz propia, y en el cual, las nuevas generaciones, exploran trayectorias laborales no estandarizadas y persiguen experiencias alternativas y diversas (Dubet, 2020).

Adicionalmente, es necesario destacar que existen puntos de contacto entre diseño y emprendedorismo vinculados a los procesos contemporáneos de autoexpresión subjetiva y a la expansión disciplinar del diseño como práctica omnipresente. Como sugiere Sanguinetti (2013), el emprendimiento funciona como una proyección de la personalidad del diseñador que lo lleva adelante. Bajo este marco interpretativo, nuestra hipótesis plantea que los emprendimientos de diseño operan como espacios de expresión subjetiva para quienes los lideran. Así, la configuración de oportunidades emprendedoras y la problematización de situaciones por parte de estos profesionales adquieren un sentido biográfico, generando enfoques singulares del diseño y una afectación mutua entre el desarrollo del emprendimiento y el proyecto vital de los diseñadores.

En base a lo expuesto, la relevancia investigativa de analizar el cruce entre emprendedorismo y diseño en la actualidad radica en que emprender en esta disciplina implica articular el campo profesional con el flujo de la vida misma, y de algún modo el diseño de uno mismo (von Borries, 2019). Como señala Tim Ingold (2021) en relación a los oficios intelectuales es que “no hay división, en la práctica, entre trabajo y vida. Es una práctica que involucra a toda la persona, aprovechando continuamente la experiencia pasada y cómo esta se proyecta hacia el futuro” (p. 240).

En efecto, este artículo busca contribuir -a partir de casos de estudio analizados- a desentrañar los modos en que los diseñadores industriales egresados de la FdA-UNLP, reinterpretan el emprendedorismo en sus diferentes contextos, así también, como a analizar los desplazamientos que desarrollan las diferentes culturas discursivas (concepto al cual haremos referencia más adelante) para alcanzar lo que denominamos una ‘soberanía proyectual’.

Aquí se instalan algunos de los dilemas centrales que explora este artículo: ¿Cómo evitar que el andamiaje discursivo del diseño, no devenga en una pérdida de potencia de las “identidades diseñísticas” divergentes que caracterizan al diseño actual? ¿Es un oxímoron pensar en un diseñador emprendedor emancipado-autodeterminado? ¿De qué manera los diseñadores configurar espacios de sentido crítico desde prácticas autogestionadas que subvierten los modelos neoliberalizados del emprendedorismo?

Sin pretensiones de clausurar las posibles respuestas, pretendemos contribuir con esto a desplegar un repertorio de nuevos sentidos profesionales, entendiendo la noción de *sentido* propuesta por Ezequiel Gatto en *Futuridades* (2019), como un concepto que condensa lo sensible, lo comprensible y la dirección sobre aquello que somos capaces de imaginar.

Metodología

Esta investigación a través del diseño se basó en un esquema cualitativo de tipo descriptivo. El trabajo se estructuró a partir de un modelo de análisis que considera al emprendedor, su emprendimiento y el ecosistema en el que se desarrollan (tríada emprendedora). Se realizaron veintiocho entrevistas semiestructuradas con diseñadores y otros informantes clave, lo que permitió reconstruir detalladamente los procesos emprendedores. Estos relatos exploraron la dinámica del trabajo autoorganizado, su influencia en los proyectos de vida personales de los emprendedores, sus diversas culturas discursivas y cómo construyeron una soberanía proyectual propia.



Figura 1. Tríada emprendedora basada en el marco teórico adoptado. Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos construidos en D'Amico (2024).

En el gráfico (*Figura 1*) podemos ver el proceso emprendedor en un nivel creciente, tomando como punto de partida el “diseño del problema”, en el cual se encuentran la intención emprendedora del diseñador y la oportunidad de intervención interpretada. Adicionalmente, aparece su cultura discursiva como elemento que define el sentido que motoriza dicha iniciativa. En un segundo bloque, nos encontramos con el “diseño de la solución”, es decir, con el espacio en el que se materializa el cómo se diseña y qué forma adopta el modelo de negocios o esquema de viabilidad que hace posible llevarlo adelante. En el tercer bloque se define el contexto proyectual a partir del concepto de EE, haciendo foco en el ecosistema como “lugar de vida”, en las singularidades territoriales del contexto y en las interacciones allí presentes. Finalmente, consideramos la retroalimentación del ecosistema como un proceso recursivo, en el cual la entidad diseñada se comporta como un dispositivo vivo que tiene, a partir de la función sistémica del producto, la capacidad de aprender de su contexto y constituirse.

Casos de estudio

Los criterios para la selección de los casos de estudio (*Tabla 1*) fueron los siguientes: Iniciativas emprendedoras vigentes, con al menos 3 años de actividad y cuyo origen esté contemplado dentro del período 2009-2019; que estuvieran conformadas por egresados de la carrera de Diseño Industrial de la UNLP y dentro del EEB, siguiendo los criterios de regionalización propuestos por Erbes y Girandola (2019); iniciativas que no se limiten únicamente a la puesta en marcha de una empresa.

Cultura discursiva y el diseño de nosotros mismos

La conversación que se da entre el pensar y el hacer (Bonsiepe, 2011) en el acto de diseñar configura una *filosofía de la acción* que promueve formas de problematizar y cuestionar el estado de cosas actual. En términos generales, acuñamos el término “cultura discursiva” empleado en la tesis doctoral citada para referirnos al modo en que los diseñadores se proponen integrar de manera coherente los aspectos culturales (cómo piensan el diseño) y los aspectos discursivos (cómo ejercen el diseño) en su práctica profesional. Este accionar implica la articulación de su praxis, sus modos de pensamiento y los productos que diseñan y servirá para comprender la noción de soberanía proyectual que intentamos presentar en este artículo.

Caso	Iniciativa y Diseñador	Inicio	Edad	Egreso UNLP	Partido Subespacio	Actividades
1	Metalúrgica Mangini/ Horacio Mangini	2007	52	1995	Tres Lomas (Sudoeste)	Industria metalúrgica
2	Cross Molinos/ Eduardo Tierno	2007	52	1995	9 de Julio (Centro)	Diseño y fabricación de máquinas para molienda y quebrado de granos
3	E2 Design/ Eugenio Paz	2009	41	2015	Pergamino (Noreste)	Diseño de mobiliario
4	Las Pulpas/ Paz Rossi y Rosario Fuhr	2012	34	2014	La Plata (Capital)	Diseño y fabricación de calzado y accesorios de indumentaria
5	Rmb Soldadura/ Mariano Depino	2015	34	2015	Lanús (GBA)	Comercialización de equipos para soldadura
6	Oso Estudio/ Pedro Bargo y Carolina Panzone	2016	35	2010	Mar del Plata (Costero)	Diseño y fabricación de productos cerámicos
7	Dip Estudio en Conjunto/ Rodrigo Mené Arcuri	2016	35	2012	Bahía Blanca (Sur)	Diseño y biofabricación con impresión 3D
8	Mariano Briolotti/ Fundación Innovamos	2017	47	2002	Junín (Noroeste)	Gestión institucional de apoyo emprendedor

Tabla 1. Casos de emprendimientos del ecosistema emprendedor seleccionados

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de datos contruidos en D'Amico (2024).



Figura 2.
Esquema integrativo de la cultura discursiva
Fuente: Elaboración propia a partir
de D'Amico (2024).

La cultura discursiva busca trascender la visión “solucionista” que concibe al diseñador como el agente de resolución instrumental de problemas para constituirse como una atmósfera simbólica que estructura prácticas, genera significados y configura identidades profesionales. Esta noción integra dialécticamente el *ser* y el *hacer* disciplinar, disolviendo fronteras entre trabajo y vida al imbricar trayectorias biográficas, valores éticos y sensibilidades ideológicas en un ethos proyectual (Montero, 2020; Galán, 2011). En el caso de los diseñadores emprendedores, esta cultura opera como un marco de coherencia interna (Bonsiepe, 2017) que guía tres dimensiones: la definición autónoma de parámetros de calidad y líneas internas de sentido (Urzuaga, 2011); la problematización proactiva de contextos para intervenir críticamente en la cultura material; y la construcción de relatos que articulan objetivos, estrategias e identidades profesionales en tensión con las lógicas hegemónicas de mercado (D'Amico & Del Giorgio Solfa, 2019). Así, el diseñador-emprendedor (*designpreneur*¹) no solo produce artefactos, sino que se diseña a sí mismo mediante una “política de lo cotidiano” (Manzini, 2019), negociando contradicciones entre imaginarios proyectuales y presiones economicistas. Esta dinámica -ilustrada en el esquema integrativo de la Figura 2- revela una cultura discursiva viva y mutable, donde los objetos actúan como dispositivos relacionales que retroalimentan ecosistemas locales, mientras la identidad profesional se revisa continuamente en busca de coherencia entre prácticas, productos y modos de pensamiento. En última instancia, la cultura discursiva emerge como un campo de tensión semiótico-material: un espacio donde se disputan no solo formas de hacer diseño, sino también visiones de mundo (Correa, 2020).

Soberanía proyectual: el diseño como una política de lo cotidiano

La relación entre cultura discursiva y soberanía proyectual puede establecerse como una dialéctica de agencia crítica en el diseño industrial emprendedor, donde la primera proporciona el marco simbólico-narrativo y la segunda la capacidad de acción transformadora. En el marco de nuestra investigación, entendemos a la soberanía proyectual como la capacidad crítica de los diseñadores para autogestionar sus prácticas, decisiones creativas y modelos productivos, resistiendo presiones hegemónicas y reivindicando agencia sobre los significados, valores y fines de su trabajo.

A partir de la investigación realizada identificamos cuatro dimensiones constitutivas de la soberanía proyectual. La mismas son coincidentes con un desplazamiento conceptual que intentamos señalar en las diferentes culturas discursivas:

Filosófica: El aspecto central que detectamos con relación a esta dimensión vinculada a un proceso de “deconstrucción disciplinar” es el corrimiento sobre la pregunta de “qué se diseña” a “para qué se diseña”. Observamos una tendencia de los diseñadores a centrarse en la “capacidad relatora” (Lupo, 2012) de los objetos que producen, poniendo de manifiesto la dimensión discursiva de los mismos y el desarrollo narrativo de sus emprendimientos (Tharp y Tharp, 2019). Esto se contrapone al perfil más funcionalista-pragmático de los diseñadores entrevistados egresados en la década del 90. Se reinterpreta la premisa de crear valor por aquella que busca crear valor(es) y vemos que el diseño emprendedor se modula con otras figuras actuales del campo del diseño como, por ejemplo, el activismo cultural, el diseño experimental o la investigación.

Hallamos acuerdo entre los entrevistados sobre su adscripción identitaria, al reconocerse como “diseñadores” y no necesariamente como “emprendedores” o “empresarios”. Observamos, así, que el ser emprendedor podría pensarse como un rasgo inherente a la cultura propia del diseño. Además, el “ser diseñador” pareciera ser percibido por los entrevistados como una manera de ver y encarar la vida, sustentada en la autoconfianza que genera la aplicación de las metodologías del diseño para la resolución sistemática de problemas que trascienden el plano profesional.

Finalmente, vemos que los diseñadores participan en diversas conversaciones vinculadas al diseño (docencia, emprendedorismo, investigación, administración pública y privada, entre otros), lo cual los convierte en vectores de propagación de la cultura del diseño y en la cual se superponen los roles asumidos como diseñadores, productores, consumidores y ciudadanos.

Territorial: La dimensión territorial es crucial cuando se analizan los procesos emprendedores en clave de soberanía proyectual. Vemos una tendencia por parte de las nuevas generaciones de diseñadores de reivindicar esta disciplina como una práctica que gestiona la inteligencia contextual y en la cual “el máximo potencial es logrado cuando los diseñadores se entrelazan con sus comunidades, comprenden sus necesidades y ofrecen soluciones que puedan adaptarse a las particularidades del lugar” (Ramírez, 2018, p.29). Los lugares en los cuales viven y trabajan los diseñadores son entendidos por estos como su “lugar de vida” (Sforzi, 2007; 2015). En él convergen, al momento de diseñar, relaciones de

confianza, solidaridad y reciprocidad, redes de competencias y afectivas. Estos elementos configuran una vocación territorial que posiciona al diseño como una práctica que tiene lugar desde una perspectiva relacional y en el ámbito de la proximidad geográfica, social, cognitiva, organizativa e institucional (Boschma, 2005; Manzini, 2023, Trucco, 2024).

Temporal: En algunos casos, la soberanía proyectual se materializa en la ralentización de los procesos de diseño, producción y comercialización (diseño lento), y una mayor proximidad con las comunidades de usuarios. Esto conlleva a un replanteo de las escalas productivas y la producción responsable (Correa, 2021). Vemos que se adopta la práctica del artesano (Sennet, 2009), en la cual se valora el trabajo bien hecho y los objetos desarrollados son abordados como objetos de estudio que motorizan procesos de investigación desde los cuales se expande la disciplina.

Productiva: Al analizar los modelos de negocios de las iniciativas se observan estructuras flexibles, pequeñas, que no cuentan con modelos de negocios explicitados. En términos generales, se identificaron dos tipologías emprendedoras en diseño: por un lado, la que denominamos “oficio expandido”, la cual involucra la profesionalización de oficios tradicionales a partir del diseño, y por otro, los “di-nfluencers”, diseñadores emprendedores que gestionan sus emprendimientos con estrategias similares a la de los *influencers* digitales y hacen visible su cotidianeidad.

Las estrategias productivas involucran estructuras temporales que ponen de manifiesto el rol transicional de los emprendimientos en la trayectoria laboral de los diseñadores. En apariencia, estos buscan estar disponibles para vivir experiencias diversas y asumen con frecuencia esta actividad como un espacio de autoconocimiento y autonomía profesional. Identificamos que la noción de escalabilidad y expansión promovida por la visión empresarial, en contrapartida a la idea de singularidad perseguida por los emprendimientos, es uno de los aspectos clave que fomentan el “choque cultural” mencionado al principio de este artículo. En la misma línea, la concepción por parte de los diseñadores de los futuros beneficiarios del diseño en términos de “usuarios” y no de clientes, también representa un aspecto clave que expone las matrices de sentido contrapuestas entre diseño y empresa.

Como corolario, el desplazamiento de la cultura discursiva refleja una menor tolerancia de los diseñadores hacia las contradicciones éticas y profesionales inherentes al diseño en el mercado. Aun con la madurez actual de la disciplina -su visión sistémica y conciencia de impacto-, persiste un cuestionamiento crítico: interactuar con el contexto no como un marco fijo, sino como un espacio transformable que exige más que adaptación. Esto plantea un interrogante: ¿los diseñadores emprenden por la dificultad de integrarse a las industrias existentes, o por rechazo a reproducir su lógica?

Comentarios finales

En el marco de una epistemología decolonial del diseño como la que propone este Cuaderno, se vuelve urgente interrogar cómo las matrices culturales hegemónicas -muchas de ellas herederas del proyecto moderno eurocéntrico- moldean no solo nuestros objetos, sino la propia subjetividad del diseñador. Esta conciencia implica un doble movimiento: desnaturalizar los hábitos internalizados en la formación profesional y, simultáneamente, contra-diseñar críticamente nuestra agencia como practicantes.

La transición-deconstrucción que proponemos no es un ejercicio de introspección pasiva, sino un metadiseño aplicado a nuestra praxis. Aquí retomamos la advertencia de von Borries (2019): “Un mal diseño solo puede ser criticado con un buen diseño”. Por ello, identificar los rasgos coloniales en nuestro quehacer resulta estéril si no se traduce en protocolos concretos de resistencia proyectual.

El riesgo es claro: la crítica sin acción deriva en un narcisismo de la denuncia, donde la autoindulgencia intelectual reproduce, en espejo invertido, la misma rigidez que pretende combatir. La decolonialidad aquí no es un marco teórico para diseccionar el pasado, sino una herramienta para renegociar nuestro presente en acto. Se trata de desaprender diseñando -o mejor dicho, de diseñar a través del desaprendizaje-, donde cada proyecto se convierte en un ensayo de esa “soberanía proyectual” que articula lo filosófico, lo territorial, lo temporal y lo político. La emancipación, entonces, no empieza con un nuevo manifiesto, sino con microactos de desobediencia proyectual. Cada uno de estos gestos devuelve al diseño su potencia política de re-narrar el mundo.

Si los cimientos teóricos que aprendimos para nombrar, enseñar y legitimar la práctica proyectual terminan por homogeneizar las “identidades diseñísticas”, ¿qué espacio queda, dentro de este campo, para la emergencia de voces divergentes que desafíen los moldes hegemónicos desde distintas iniciativas emprendedoras? La pregunta no es ingenua: en un contexto donde el diseño se proclama como herramienta de transformación, urge interrogar si sus marcos epistemológicos -lejos de ser neutros- no perpetúan, acaso, una colonialidad sutil que restringe lo decible, lo imaginable y, en última instancia, lo diseñable. Un desafío para las próximas generaciones, pero, sobre todo, para el presente y para quienes buscan, desde la vocación emprendedora, hacer las cosas de otra manera.

Notas

La tesis doctoral (D'Amico, 2024) referida se titula *Diseño industrial y cultura discursiva: iniciativas emprendedoras de egresados/as de la Universidad Nacional de La Plata en el ecosistema bonaerense (2009-2019)*.

1. El neologismo *designpreneur* fue acuñado por la Industrial Designers Society of America – IDSA.

Bibliografía

- Bonsiepe, G. (CyADtv). (2017, 1 de marzo). *Diseño ¿Disciplina social y utópica?* [Video]. You Tube. <https://www.youtube.com/watch?v=OArwPWQsGok>
- Bonsiepe, G. (FAUUSP). (2013, 1 de mayo). *Modelos pedagógicos para o ensino de Design: Proposições para a século XXI* [Video]. You Tube. <https://www.youtube.com/watch?v=KipleDk1qNUn>
- Boschma, R. (2005). Proximidad e innovación: una evaluación crítica. *Estudios regionales*, 39 (1), 61–74. <https://doi.org/10.1080/0034340052000320887>
- Correa, M. E. (2020). La lucha por la legitimidad. Estudio del campo profesional del Diseño Industrial a la luz de la teoría de Pierre Bourdieu. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (88). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi88.3803>
- Correa, M. E. (2021). Fashion, Design and Sustainability. New Horizons in the Ways of Conceiving Production Processes. En M. Á. Gardetti & R. P. Larios-Francia (Eds.), *Sustainable Fashion and Textiles in Latin America* (pp. 219-237). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-16-1850-5_11
- D'Amico, E. (2024). *Diseño industrial y cultura discursiva: iniciativas emprendedoras de egresados/as de la Universidad Nacional de La Plata en el ecosistema bonaerense (2009-2019)*. [Tesis: Doctorado en Artes]. Universidad Nacional de La Plata. <https://doi.org/10.35537/10915/173059>
- Devalle, V. y Garone Gravier, M. (eds.) (2020). *Diseño latinoamericano. Diez miradas a una historia en construcción*. Editorial Utadeo.
- Dubet, F. (2020). *La época de las pasiones tristes: De cómo este mundo desigual lleva a la frustración y el resentimiento, y desalienta la lucha por una sociedad mejor*. Siglo XXI editores.
- Fernández, S. y Bonsiepe, G. (coords.) (2008). *Historia del Diseño en Latinoamérica y El Caribe*. Editora Blücher.
- Foucault, M. (2008). *Seguridad, territorio, población*. Ediciones AKAL.
- Fuad-Luke, A. (2008). Slow design. En M. Ehrloff & T. Marshall (Eds.). *Design dictionary: perspectives on design terminology* (pp. 361-363). Birkhäuser.
- Galán, M. B. (2008). Diseño y complejidad en la cátedra de Metodología de la Carrera de Diseño Industrial. *Huellas*, (6), 22-39. <https://bdigital.uncu.edu.ar/2520>
- Galán, M. B. (2011). *Diseño, Proyecto y Desarrollo: Miradas del período 2007-2010 en Argentina y Latinoamérica*. Wolkowicz Editores.
- Gatto, E. (2019). *Futuridades*. Casagrande.
- Han, B. (2014). *Psicopolítica*. Herder.
- Ingold, T. (2021). *Being alive: Essays on movement, knowledge and description*. Routledge.
- Lupo, E. (2012). Slow Design: Cultivar cultura y sensorialidad en la forma y en el uso de los artefactos. *Temas de Disseny*, (28), 44-55.
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan: Una introducción al diseño para la innovación social*. Experimenta.
- Manzini, E. (2019). *Politics of the Everyday*. Bloomsbury Visual Arts.
- Manzini, E. (2023). *Habitar la proximidad. Ideas para la ciudad de los 15 minutos*. Experimenta.
- Margolin, V. (2002). *The politics of the artificial: Essays on design and design studies*. University of Chicago Press.
- Montero, L. (2020). *El diseño de nosotros mismos: una lectura filosófica del diseño*. Experimenta.

- Ramírez, R. J. (2018). Diseño industrial en Argentina: el signo de los tiempos. En P. Bianchi & M. Sanguinetti (Comps.), *Hecho en Argentina: reflexiones en torno a las identidades del diseño local* (pp. 21-43). UNRaf.
- Sennet, R. (2009). *El artesano*. Anagrama.
- Sforzi, F. (2007). Del distrito industrial al desarrollo local. En R. Rosales Ortega (Ed.), *Desarrollo local: Teoría y prácticas socioterritoriales* (pp. 27-50). Miguel Ángel Porrúa.
- Sforzi, Fabio. (2015). Rethinking the Industrial District: 35 Years Later. *Investigaciones Regionales*, 32, 11-29.
- Tharp, B. M., & Tharp, S. M. (2019). *Discursive design: critical, speculative, and alternative things*. MIT Press.
- Trucco, I. T. (2024). La territorialidad en el enfoque de los distritos industriales. Una revisión teórica-metodológica desde la periferia. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 33(1), 16-30. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v33n1.96167>
- Urteaga, E. (2011). Sociología de las profesiones: una teoría de la complejidad. *Lan Harremanak - Revista de Relaciones Laborales*, (18), 169-198. <https://doi.org/10.1387/lan-harremanak.2812>
- Von Borries, F. (2019). *Proyectar mundos: una teoría política del diseño*. Ediciones/metales pesados.

Abstract: Entrepreneurship in industrial design involves the convergence and conflict of two distinct cultures: that of design and that of business. This self-organized mode of work, which has spread across various spheres of contemporary life, is supported by a dominant ideological infrastructure originating in central contexts, which promotes so-called “success stories.” The legitimacy of these cases is primarily based on their economic performance, which marginalizes other experiences. These entrepreneurial discourses can subjectively influence designers, shaping their expectations of the profession and limiting the imagination of divergent narratives.

This article, derived from doctoral research¹, gathers several reflections developed during the research process and explores alternative ways of understanding entrepreneurship in design, through an analysis of the discursive cultures adopted by industrial designers and how they reinterpret this activity in local contexts.

It is based on a multiple case study of eight entrepreneurial initiatives developed between 2009 and 2019 by graduates of the Faculty of Arts at the National University of La Plata, within the Buenos Aires Entrepreneurial Ecosystem (EEB). Methodologically, the study is structured through an integrated analysis model that considers the entrepreneur, their enterprise, and the ecosystem in which they operate.

Using a qualitative approach and semi-structured interviews with designers and key informants, the study reconstructs entrepreneurial processes and explores the dynamics of self-organized work, its influence on the personal life projects of these agents, and how they strive to achieve their own projectual sovereignty.

Keywords: Discursive culture, Industrial Design, Entrepreneurial Ecosystem, Projectual Sovereignty, Buenos Aires Province, Faculty of Arts – National University of La Plata

Resumo: O empreendedorismo em design industrial implica na convergência e no conflito de duas culturas distintas: a do design e a empresarial. Essa forma de trabalho auto-organizado, que se expandiu por diversas esferas da vida contemporânea, é sustentada por uma infraestrutura ideológica dominante, originada em contextos centrais, que promove os chamados “casos de sucesso”. A legitimação desses casos se baseia principalmente em seu desempenho econômico, o que marginaliza outras experiências. Esses discursos empreendedores podem influenciar subjetivamente os designers, moldando suas expectativas sobre a profissão e limitando a imaginação de narrativas divergentes.

Este artigo, derivado de uma pesquisa de doutorado¹, reúne algumas reflexões alcançadas nesse processo e explora formas alternativas de compreender o empreendedorismo em design, a partir da análise das culturas discursivas adotadas por designers industriais e de como reinterpretem essa atividade em contextos locais.

Baseia-se em um estudo de caso múltiplo de oito iniciativas empreendedoras desenvolvidas entre 2009 e 2019 por egressos da Faculdade de Artes da Universidade Nacional de La Plata, dentro do Ecosistema Empreendedor da Província de Buenos Aires (EEB).

Metodologicamente, o trabalho foi estruturado com base em um modelo de análise integral que considera o empreendedor, seu empreendimento e o ecossistema em que atuam. Por meio de uma abordagem qualitativa e da aplicação de entrevistas semiestruturadas com designers e informantes-chave, foi possível reconstruir os processos empreendedores e explorar a dinâmica do trabalho auto-organizado, sua influência nos projetos de vida pessoais desses agentes e como buscam alcançar uma soberania projetual própria.

Palavras-chave: Cultura discursiva, Design Industrial, Ecosistema Empreendedor, Soberania Projetual, Província de Buenos Aires, Faculdade de Artes – Universidade Nacional de La Plata

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
