

## El diseño social Su influencia en la (re) construcción de identidades

Prof. Lic. Laura Lorena Feijóo (\*)

---

**Categoría:** Exploración de la agenda profesional

**Resumen:** Como personas que habitamos un espacio, somos sujetos contruidos socialmente, nuestra existencia corporal, así como nuestros gustos se construyen a través de necesidades de sociabilización. En este sentido, indagar en cómo el diseño impacta en nuestro entorno e identidad, encarnándose en nuestros cuerpos y prácticas, nos lleva a tener mayores herramientas para gestionar nuestro posicionamiento frente al mercado del diseño y tomar decisiones conscientes tanto creativas como profesionales.

En esta investigación nos centramos particularmente en el diseño social en Argentina, abordando brevemente su historia, su impacto actual y su rol en la conformación redes de apoyo y en la (re)construcción de identidades sociales. Estos dos últimos ejes de indagación se centran particularmente en nuestro objeto de estudio: la Cooperativa de diseño IMPA, situada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires desde el año 2011 y definida por sus fundadoras como un “equipo de diseño interdisciplinario”.

**Palabras clave:** Hábitus - Afecto - Identidad - Cooperativismo - Diseño Social.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 122 y 123]

---

(\*) Docente Facultad Diseño y Comunicación y Universidad de Buenos Aires.  
laura.feijoo@bue.edu.ar

## Objetivos

### Objetivo general:

Analizar de qué modo la Cooperativa de diseño social IMPA colaboró en la visibilidad de la artesanía Qom Lashepi Alpi y así fomentó su (re) construcción identitaria.

### Objetivos específicos:

1. Analizar los cambios en los procesos organizativos y mecanismos de toma de decisiones de la Cooperativa de diseño a partir de la experiencia de diseño social.
2. Examinar la reconfiguración de sensibilidades y valores culturales surgida del encuentro entre las diseñadoras de la Cooperativa y las artesanas Qom.
3. Identificar las transformaciones en el abordaje metodológico del diseño a partir de la experiencia intercultural.
4. Analizar la interrelación entre redes de apoyo productivas y las nuevas corporalidades y sensibilidades desarrolladas por las diseñadoras, explorando cómo el contacto con los procesos productivos Qom modificó su propia percepción del valor de su trabajo.
5. Estudiar cómo la experiencia de diseño social se tradujo en soluciones concretas que respetaron y potenciaron el valor cultural del trabajo artesanal Qom.

## Hipótesis

La cooperativa social IMPA, puede generar nuevas sensibilidades y acciones capaces de transformar la subjetividad de sus integrantes a partir de un trabajo colaborativo organizado en pos de la valoración patrimonial.

## Motivaciones

Conocer la influencia del diseño en nuestro ecosistema social nos permite como profesionales tomar decisiones más autónomas y conscientes.

## Metodología

Para este estudio me parece pertinente la metodología cualitativa interpretativa, dado que la utilización de entrevistas, observación y análisis de datos secundarios nos permite tener un acercamiento al campo de indagación propiciando la afectación como dato empírico.

## El diseño social

El diseño social es un área relativamente reciente nacida en los albores de las crisis socioeconómicas del mundo contemporáneo, se refiere a la creación de entornos, sistemas y productos que influyen en la conducta, las relaciones y las dinámicas sociales, a menudo con el objetivo de generar un cambio positivo en las comunidades o resolver problemáticas sociales aplicando los principios y metodologías del diseño. Manzini (2015) destaca la importancia del diseño para la innovación social y la sostenibilidad, subrayando su potencial para crear soluciones que respondan a las necesidades de las personas y el planeta. En esta misma línea, Fuad-Luke (2009) explora el concepto de “diseño activismo”, donde el diseño se convierte en una herramienta para impulsar el cambio social y promover un mundo más sostenible.

En Argentina se afianza institucionalmente a partir de las décadas de los 80 y 90 a partir de su inclusión en los ámbitos académicos universitarios.

En la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU) María del Valle Ledesma, diseñadora e investigadora se centra en cómo el diseño social puede minimizar los efectos negativos del capitalismo en la sociedad. Tanto en la vulnerabilidad de género como en debates epistémicos (Ledesma, 2018).

Por otro lado, María G. Diloretto y Juan Ignacio Lozano (2016) son dos investigadores que han trabajado en la Universidad Nacional de Villa María (UNVM) y han abordado las transformaciones recientes en la estructura social argentina desde el trabajo social y la mirada del diseño de gestión. Su investigación se enfoca en la inestabilidad laboral, la pobreza y la desprotección social en Argentina.

Podemos también nombrar los aportes realizados desde la Universidad Nacional de Córdoba. María Belén Franco (2016, 2022) analiza los sentidos construidos en torno al diseño social en el ámbito de la educación pública y su relación con las prácticas laborales en el campo del diseño industrial. Su trabajo desde el análisis de la “Cultura proyectual” busca contribuir a la construcción teórica del campo del diseño social en América Latina.

Estas investigaciones reflejan el creciente interés y la importancia del diseño social en Argentina y su impacto en la sociedad.

Además de estas perspectivas, es crucial considerar cómo el diseño social se cruza con las nociones de identidad y cultura. Hall (1996) ofrece un marco interesante para comprender las “cuestiones de identidad cultural”, relevante para analizar cómo el diseño puede influir en la construcción y expresión de identidades individuales y colectivas. Woodward (2003) examina la relación entre globalización, identidad cultural y representaciones mediáticas, un enfoque que puede enriquecer el análisis del impacto del diseño en la identidad en un contexto globalizado.

Finalmente, en el contexto específico de esta investigación, es pertinente considerar la intersección entre diseño social, cooperativismo y economía social. Razeto (1997) y Coraggio (2011) proporcionan valiosas perspectivas sobre la economía social y solidaria como alternativa a los modelos económicos tradicionales, lo cual puede ayudar a indagar en el papel del diseño social en el fortalecimiento de iniciativas cooperativas como la de La Cooperativa de Diseño.

## Marco Teórico

Antes de introducirnos a la teoría que abordaremos, no es menor aclarar que el uso del paréntesis en “(re)construcción” busca evidenciar la tensión entre la continuidad y la transformación de la identidad. Esta elección teórica se fundamenta en autores como Touraine, quien argumenta que la subjetivación implica una redefinición constante de la identidad en relación con el contexto social (Touraine, 1992, 2000). Desde el psicoanálisis, se concibe la identidad no como una entidad fija, sino como un proceso en permanente resignificación (Freud, 1933; Lacan, 1966). La teoría del lenguaje, con Saussure (1916) y Barthes (1967), aporta la idea de que el lenguaje estructura la realidad y la identidad, y que el paréntesis sugiere esa posibilidad implícita de transformación (Saussure, 1916; Barthes, 1967).

Además de esta concepción dinámica de la identidad, la teoría de la performatividad, desarrollada por Judith Butler (1990, 1993), ofrece un marco crucial para analizar cómo las identidades se construyen a través de la repetición de actos y discursos. Butler (1990) sostiene en “Gender Trouble” que el género no es una esencia innata, sino una construcción social performada a través de prácticas reiteradas. En “Bodies That Matter” (1993), profundiza en cómo los cuerpos son materializados por el discurso, lo cual tiene implicaciones para entender cómo el diseño, como práctica discursiva y material, puede performar identidades.

En el contexto específico del diseño social, la performatividad se manifiesta cuando los objetos, espacios y procesos diseñados actúan como agentes que materializan y refuerzan determinadas identidades. El proceso participativo de diseño puede actuar performativamente al establecer nuevas dinámicas de poder y reconocimiento entre diseñadores y comunidades, donde los roles tradicionales de “experto” y “usuario” son reconfigurados a través de prácticas reiteradas de colaboración horizontal. Los aportes extraídos de una entrevista realizada por nosotros a Eugenia, integrante de la Cooperativa de Diseño, al afirmar que “no existe un diseño neutral”, evidencian que toda práctica proyectual implica una toma de posición ideológica y cultural. Esta afirmación se articula con la noción de doxa de Bourdieu (1998), en tanto aquello que se presenta como natural u objetivo en realidad expresa intereses dominantes. En ese sentido, el diseño social puede ser entendido como una práctica performativa que, al intervenir en el espacio, los objetos y las visualidades, también interviene en la construcción de identidades y subjetividades.

Por otro lado, nos interesa retomar la relación entre afectos, cuerpos e identidad que propone Scribano (2009). El autor plantea los afectos como encuentros entre cuerpos que modifican las capacidades de acción “los cuerpos son el locus de las emociones, entendidas como estados de sentirse y sentir el mundo, como el efecto de la dialéctica entre afección, sensación y emoción” (2009, p. 145). Esta conceptualización nos permite comprender que la identidad no es una categoría estática sino un proceso dinámico conformado por afectos que aumentan o disminuyen la potencia de actuar de los cuerpos. Relacionamos a ello la noción de micropoderes desarrollada por Foucault (citado en Angelcos, 2016) para entender cómo las relaciones entre sujetos están atravesadas por dinámicas micropolíticas que conforman las subjetividades. Estas micropolíticas se materializan en prácticas cotidianas que configuran corporalidades específicas y modos particulares de ser y estar en el mundo. Como señala Angelcos (2016): “El cuerpo es el lugar privilegiado donde se inscriben las relaciones de poder, es objeto y blanco del poder” (p. 85).

Esta perspectiva se complementa con el concepto de hábitus de Bourdieu (2007), entendido como “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes” (p. 86). El hábitus permite explicar cómo las prácticas incorporadas en los cuerpos a través de experiencias concretas configuran modos de percepción, apreciación y acción que definen tanto identidades individuales como colectivas.

Consideramos que estas tres perspectivas teóricas (afectos, micropoderes y habitus) nos permitirán analizar la experiencia de colaboración entre la Cooperativa de Diseño y las artesanas Qom como un espacio de (re)construcción de identidades a través de encuentros corporales que modifican capacidades, generan nuevas micropolíticas y transforman disposiciones incorporadas.

El término “diseño” abarca un amplio espectro de significados, desde la creación de elementos visuales hasta el diseño de productos, espacios e interfaces. Sin embargo, en el contexto específico del diseño social que abordamos en esta investigación, entendemos el diseño como una práctica transformadora orientada a resolver problemáticas comunitarias a través de procesos participativos que valoran los saberes locales y fortalecen el tejido social. Como señala Escobar (2018) en “Diseños para la vida”, el diseño social no es simplemente una herramienta neutral para resolver problemas funcionales, sino que participa activamente en la construcción de relaciones sociales, identidades colectivas y nuevas formas de organización comunitaria.

Esta concepción se distancia del diseño comercial convencional al priorizar el impacto social y cultural sobre el valor mercantil, y al reconocer a las comunidades no como consumidores pasivos sino como co-creadores activos del proceso de diseño. Desde esta perspectiva, el diseño social se constituye como una práctica política que, como sostiene Ledesma (2018), puede “minimizar los efectos negativos del capitalismo en la sociedad” al proponer modelos alternativos de producción, distribución y consumo basados en

principios de solidaridad, sostenibilidad y autonomía comunitaria.

## Desarrollo

El diseño social en Buenos Aires ha emergido como una herramienta poderosa para la construcción de lazos comunitarios y la generación de afectos. Un ejemplo emblemático de esta dinámica es la “Cooperativa de diseño” ubicada en la empresa recuperada IMPA. La cual no solo aporta valor a productos y servicios, sino que ha creado una red de afectos y solidaridad entre sus miembros y la comunidad circundante.

El diseño social nace en contexto de la crisis socioeconómica de la década del 70, donde los diseñadores sienten la necesidad de aplicar principios y metodologías del diseño para abordar problemas sociales a fin de tener un impacto positivo en las comunidades. Este abordaje se instala dentro del ámbito académico argentino, con referentes como Jorge Frascara, Rubén Fontana y María Ledesma y Beatriz Galán a partir de la consolidación institucional de las carreras de diseño (1984 UBA).

La crisis económica y social de 2001 en Argentina fue un punto de inflexión que cataliza muchas iniciativas de diseño social como respuesta a las necesidades urgentes de la población, lo que dio lugar a un enfoque más colaborativo y comunitario del diseño.

¿De qué manera el diseño social, en tanto proceso y producto, puede generar nuevas sensibilidades, nuevos afectos y acciones capaces de transformar la subjetividad de sus integrantes?

Para responder a esto considero necesario indagar en su dimensión práctica e interdisciplinaria. En general, el diseño requiere una combinación de habilidades técnicas, creativas y estratégicas. Además de su dimensión orientada hacia el bienestar personal, el diseño contribuye a generar formas de vivir, construyendo espacios y subjetividades (o corporalidades) a través de su función semiótica, en el sentido de pertenencia a un sistema específico de interpretación de la realidad. Esta función se fortalece a partir de las condiciones de posibilidad de esa experiencia (materiales, técnicas, ambientales etc.).

La Cooperativa de diseño nace en el 2011 compuesta por siete diseñadoras egresadas de la Universidad de Buenos Aires, interesadas en el cooperativismo como forma de organización y en el aporte al diseño de productos y servicios de sectores populares. Se instala en el IMPA (Industria Metalúrgica y Plásticas Argentina, empresa recuperada por sus trabajadores desde 1998) en Ciudad de Buenos Aires a partir de la confluencia de intereses en la modalidad de trabajo cooperativo, autogestivo y asambleario. Esta es una de las condiciones de posibilidad, dentro del sistema productivo mismo del desarrollo de la Cooperativa como unidad. En palabras de Mora (2020, 4:39) integrante de La Cooperativa en una entrevista para el programa *No Pasarán* el hecho de estar dentro en una unidad

productiva: “Nos posibilitó una lógica vinculada a la producción y no aisladas donde el diseñador trabaja desde afuera”.

Según las integrantes de la cooperativa (2019), las preguntas clave que guiaron su gestión para la comercialización de los productos fueron: ¿para quiénes es el beneficio?, ¿qué intereses se priorizan?, y ¿cómo se asegura la sustentabilidad del proyecto? En este análisis, indagaremos si las prácticas de gestión de diseño de la cooperativa, con su enfoque en estas preguntas, contribuyeron a fortalecer su identidad como organización de diseño social.

En la entrevista realizada por nosotros en el marco de la materia Reflexión Artística I de la carrera de Diseño de la UP en el 2025, Eugenia de la Cooperativa, señala que las decisiones de diseño no están exentas de tensiones estéticas y simbólicas. Por ejemplo, nos explica:

“querés conservar un poco lo popular, pero eso hace que se vea más económico (estoy hablando cosas muy de consumo) e insisto, de repente entonces tenés que subirte, o apegarte a un estilo asociado a algo de alto poder adquisitivo, para poder poner ese precio para que se venda. Entonces es una negociación permanente que tenemos entre esos gustos, este diseño más dominante, más estándar, y querer proponer algo propio, algo distinto. Eso lo vivimos con una tensión interesante... No hay una respuesta, no hay una fórmula. Se va viendo en cada proyecto”

Lo que evidencia la presión que ejerce el mercado en la comunicación visual de productos cooperativos. Esta tensión entre mantener una estética popular, identitaria y situada, y adaptarse a los códigos del consumo hegemónico, se vuelve una dimensión central del diseño social como campo de disputa.

Y si bien esta tensión se pone de manifiesto en lo estético, y resulta incluso interesante en el campo del diseño para ellas, en relación a sus dinámicas organizacionales no parece haber la misma tensión entre aquellas formas hegemónicas, piramidales y las cooperativas, horizontales, lo cual nos brinda un indicador clave de la formación de su identidad:

“Las primeras acciones consistieron en ofrecer servicios de diseño y buscar clientes entre las cooperativas y fábricas recuperadas de la Ciudad de Buenos Aires y alrededores, en paralelo al desarrollo de algunos productos propios con miras a comercializar. A la vez, todos los encargos y trabajos ofrecidos a las integrantes, surgidos por trabajos anteriores u ofrecidos por colegas, fueron tomados por la Cooperativa como conjunto.” (2019, p. 82)

La Cooperativa implementa un abordaje integral, contemplando a la persona o grupo con el que se trabaja en su contexto para entender qué se está resolviendo y para qué, dentro de un enfoque interdisciplinario. Si bien argumentan que para el sector privado las cosas son distintas, ellas eligen mantener este tipo de metodología interdisciplinaria y con enfoque contextual.

Volviendo al diseño de gestión y organización interna, las integrantes de la Cooperativa dan cuenta que su método de repartición de ingresos fue innovador. El mismo intenta considerar las particularidades y necesidades de cada una de las integrantes, las condiciones de vida y sus necesidades (distancia, propietaria o inquilina de vivienda, maternidad) y la carga horaria de trabajo. Cuando en la entrevista Eugenia sostiene que “cuesta mucho más la repartija de tareas que la del dinero, que es algo que ya está estipulado”, pone en evidencia la complejidad de sostener una lógica horizontal y afectiva en el reparto del trabajo, y refuerza de este modo el concepto del diseño no sólo como herramienta externa, sino también como una tecnología de organización y subjetivación interna.

En este sentido y en relación con su diseño de gestión interna afirman “Fue nuestro mejor diseño” (2024)

Damos inicio al análisis en el que la capacidad de la Cooperativa para diseñar sus propias dinámicas organizacionales se pone a prueba de manera particular en su experiencia de trabajo con la comunidad Qom, en donde las tensiones entre diferentes formas de concebir el diseño y la producción se hicieron más evidentes.

### **La experiencia con la comunidad Qom:**

Para comprender la experiencia de colaboración entre la Cooperativa de Diseño y las artesanas Qom Lashepi Alpi, creemos necesario contextualizar la situación histórica y socio-económica de la comunidad Qom en Castelli, Chaco. El pueblo Qom (también conocido como Toba) constituye uno de los grupos indígenas más numerosos del Gran Chaco argentino, con una historia marcada por desplazamientos territoriales, marginación económica y resistencia cultural. A partir de la conquista militar del Chaco a fines del siglo XIX, las comunidades Qom experimentaron una progresiva pérdida de sus territorios ancestrales y sus medios tradicionales de subsistencia basados en la caza, pesca y recolección.

En la región de Castelli, las comunidades Qom han enfrentado durante décadas problemáticas estructurales como la precarización laboral, el limitado acceso a servicios básicos y la discriminación étnica. La producción artesanal, históricamente parte de sus prácticas culturales, se transformó en una estrategia de supervivencia económica frente a la pérdida de sus territorios y modos de vida tradicionales. Sin embargo, esta actividad se desarrollaba en condiciones de gran vulnerabilidad: dependencia de intermediarios que pagaban precios irrisorios, dificultades para acceder a mercados justos, y progresiva pérdida de valoración cultural de sus técnicas ancestrales.

La cooperativa Qom Lashepi Alpi surgió en este contexto como una iniciativa de resistencia y reafirmación cultural. Conformada principalmente por mujeres, la organización buscaba preservar saberes tradicionales al tiempo que mejoraba las condiciones económi-

cas de sus integrantes. Cuando se estableció el contacto con la Cooperativa de Diseño en 2013, las artesanas enfrentaban desafíos significativos en términos de comercialización, valor percibido de sus productos y condiciones materiales para la producción, todo esto en un marco regional de elevados índices de pobreza y escaso reconocimiento institucional de los derechos indígenas.

La articulación entre la Cooperativa de Diseño y la cooperativa Qom Lashepi Alpi se estableció como parte del Proyecto de Inclusión Socioeconómica en Áreas Rurales, a solicitud de la Junta Unida de Misiones.

Al inicio las diseñadoras identificaron un complejo entramado de problemáticas socioeconómicas y técnicas que limitaban el potencial de la producción artesanal. Desde una perspectiva territorial, la distancia geográfica entre Castelli y los principales centros urbanos (aproximadamente 260 km hasta Resistencia y más de 1100 km hasta Buenos Aires) constituía una barrera significativa para la comercialización directa. Esta situación espacial, analizada desde la perspectiva de Bourdieu, representa no solo una distancia física sino también simbólica que refuerza relaciones de poder asimétricas en el campo económico y cultural.

El sistema de intermediación comercial imperante reproducía estas asimetrías al subvalorar económicamente las artesanías, pagando precios que no reflejaban ni el tiempo de trabajo invertido ni el valor cultural del producto. Como señala una de las diseñadoras en una entrevista “el principal problema que tenían era que ellas con sus productos los comercializan y había mucha gente que se aprovechaba y de repente les cambiaban eh un canasto por una campera Adidas usada eso fue una de las primeras cosas que detectamos cuando viajamos” (2024, 23:42) En el estudio del 2019 la Cooperativa también encontramos una descripción detallada de estas dificultades “La ciudad de Juan José Castelli, provincia de Chaco, es pequeña y no recibe muchos turistas o visitantes, con lo cual dependen de intermediarios no indígenas, quienes en reiterados casos negocian los precios a su conveniencia, generan competencia entre artesanas y, apoyándose en la sobre oferta, los compraba a muy bajo costo o realizan trueque por frutas, verduras o materiales de limpieza del hogar”. Esta dinámica puede interpretarse, siguiendo a Scribano (2009), como una forma de apropiación de energías corporales donde el trabajo artesanal es despojado de su dimensión afectiva y cultural, quedando reducido a una mercancía descontextualizada.

En el plano técnico, las diseñadoras identificaron el deterioro natural de las asas de los canastos como un problema aparentemente “objetivo” que requería solución. Sin embargo, este abordaje inicial desde una racionalidad técnica se vio cuestionado al comprender la dimensión cultural y subjetiva involucrada en cada aspecto del proceso productivo. La experiencia reveló que lo que desde una mirada externa podía percibirse como una “deficiencia técnica” (el secado y consiguiente fragilidad de las asas) formaba parte de un ciclo natural de materiales que las artesanas comprendían y aceptaban como parte inherente de su relación con el entorno.

El testimonio de una de las diseñadoras sobre la transformación de su enfoque metodológico revela el proceso de descentramiento epistemológico que experimentó el equipo: “Primero íbamos con nuestras ideas, y pensamos en cómo optimizar el tiempo, por funciones y ellas nos contaron que para ellas cada producto era un legado familiar, venía de sus antiguos pasando a sus familias. Para ellas que cada una sea la productora de ese canasto, tenía que ver con eso, con ese valor” (2024, 22:11) Esta narrativa evidencia lo que Escobar (2018) describe como el tránsito desde un diseño “ontológicamente monológico” hacia un “diseño ontológicamente situado”, donde se reconocen y valoran múltiples formas de concebir la relación entre objetos, personas y mundo.

La pregunta que surgió entre las diseñadoras -“¿Con esta información qué hacemos?” (2024, 22:49) representa un momento crucial de reflexividad profesional que pone en tensión su hábitus disciplinar. Siguiendo a Bourdieu (2007), podemos interpretar este momento como una crisis del hábitus, donde las disposiciones incorporadas durante la formación académica (centradas en la eficiencia productiva y la innovación formal) se enfrentan a una lógica alternativa que prioriza la continuidad cultural y la dimensión relacional del objeto.

La respuesta a esta crisis se materializó en soluciones de diseño que podemos analizar como “tecnologías del yo” en términos foucaultianos: prácticas que transforman tanto el objeto como al sujeto que diseña. La incorporación del nombre de la artesana y detalles del proceso en las etiquetas no solo visibilizó a las productoras, sino que transformó la relación de las diseñadoras con su propio trabajo. Como relata otra integrante de la Cooperativa: “Fuimos a cosechar la hoja de Palma ¿cuántas hojas se necesita, cuánto tiempo se cosecha, ¿cuántas horas de trabajo llevó hacer ese canasto? Algunos de estos datos se incorporaron a la etiqueta. Al mismo tiempo que ellas encontrando cuánto era el valor de su producto, nosotras íbamos aprendiendo el valor de nuestro trabajo en paralelo” (2024, 24:09)

Este testimonio revela la dimensión corporal y afectiva del aprendizaje, donde el “hacer con” y el “estar con” las artesanas generó lo que Scribano (2009) denominaría un “encuentro entre cuerpos” que modificó las capacidades de acción de las diseñadoras. La experiencia de cosechar la palma no solo proporcionó información técnica, sino que inscribió en sus cuerpos un conocimiento situado que transformó su comprensión del valor del trabajo, tanto ajeno como propio. Esta transformación ilustra cómo, a través de prácticas corporales compartidas, el diseño social opera como catalizador de cambios en las subjetividades e identidades profesionales.

Nos preguntamos cómo se mide el impacto en el diseño social, de las palabras de Eugenia podemos deducir que no se podría realizar con indicadores cuantitativos sino cualitativos, cómo señala la entrevistada algunos de ellos podrían ser: la continuidad de los vínculos, el deseo de volver a trabajar juntas y el reconocimiento mutuo.

“Por lo general es un impacto mucho más cualitativo Y acá es que digo que la causa sea cual sea, tensiona con el mercado, con las pautas que conocemos más hegemónicas: si venden más, si la organización está funcionando mejor, si tiene más visibilidad. Podes tener indicadores como la visibilidad, pero incluso también más asociados a la calidad de vida de las personas como bueno, el trabajo es más estable...o se sumaron las hijas al proyecto y entonces el proyecto se fortaleció... Digo, tenés como un montón de dimensiones un poquito más abiertas, y en general tratamos de estar atentas a eso (...) Nosotros intentamos que el vínculo continúa más o menos, es muy difícil como que diseñás algo y mandaste el mail de entrega final. Pocas veces nos pasó eso. En general seguís trabajando, armás un nuevo proyecto”

Esto refuerza la idea de que el valor del diseño social no se limita a lo visible o cuantificable, sino que está íntimamente ligado a lo afectivo, lo relacional y lo situado. De todas maneras sigue siendo una tensión que tienen en cuenta.

“Entiendo que hoy en día incluso es re importante tener como la medición de impacto, pero bueno no la hacemos así, tan sistemática, de esta manera. Quizás es un pendiente” Eugenia.

## Conclusiones

A partir de los datos analizados en nuestra investigación, podemos establecer conclusiones que dialogan directamente con nuestra hipótesis inicial: “El diseño social, en tanto proceso y producto, puede generar nuevas sensibilidades y acciones capaces de transformar la subjetividad de sus integrantes”.

Estas conclusiones se sustentan en haber podido identificar algunas estrategias de diseño social llevados adelante por la Cooperativa, que generaron modificaciones significativas en las sensibilidades y subjetividades de sus integrantes, como la reconceptualización del valor del trabajo creativo, la adopción de metodologías situadas e interculturales, una reorganización interna basada en criterios de equidad y cuidado, la incorporación de dimensiones afectivas en el vínculo con comunidades y materiales; y una reapropiación reflexiva del propio rol profesional en el marco del diseño social. Esto se evidencia en:

- La reconceptualización del valor del trabajo creativo pasó de medirse principalmente en términos de eficiencia técnica a incorporar dimensiones culturales y relacionales. Como expresó una de las diseñadoras: “Al mismo tiempo que ellas encontrando cuánto era el valor de su producto, nosotras íbamos aprendiendo el valor de nuestro trabajo en paralelo” (2024).
- La transformación de sus metodologías de diseño, evolucionaron desde un enfoque “solucionista/eficiente” hacia aproximaciones más dialógicas y situadas culturalmente,

reconociendo el valor epistemológico de los saberes tradicionales Qom, a través del co-diseño, respetando y potenciando los saberes tradicionales de las comunidades con las que trabajaban.

- La modificación de sus prácticas organizativas internas, reforzando su compromiso con modelos horizontales de toma de decisiones y distribución de recursos que consideren “su mejor diseño”. La redistribución de ingresos y tareas en función de las necesidades vitales y contextuales de cada integrante —como maternidades, vivienda, salud o tiempo disponible— constituye un diseño colectivo en sí mismo. Según Eugenia, “cuesta mucho más la repartija de tareas que la del dinero, que es algo que ya está estipulado” (2025), lo que revela un nivel de planificación y acuerdo que va más allá de los criterios mercantiles y se inscribe en una ética del cuidado y la justicia interna. Esta forma de organización flexible, afectiva y consciente de las diferencias materiales entre las integrantes permite entender al diseño social no solo como una herramienta externa aplicada a proyectos comunitarios, sino también como una forma de modelar internamente las relaciones laborales, el tiempo y la vida.
- La dimensión afectiva de los encuentros —como el acto de cosechar palma junto a las artesanas— inscribió en sus cuerpos experiencias que reconfiguraron su percepción del valor del trabajo.
- Finalmente, podemos concluir que este conjunto de estrategias operó como una tecnología de transformación subjetiva, en tanto les permitió visitar críticamente sus propios marcos formativos y proponer nuevas formas de estar, hacer y crear en el mundo del diseño. Sin embargo, es necesario explicitar el alcance parcial de nuestro estudio, ya que no permite determinar la perdurabilidad de estas transformaciones a largo plazo, ni su impacto en todas las dimensiones de la práctica profesional de la Cooperativa. No obstante, los indicadores cualitativos identificados —continuidad de vínculos, reconocimiento mutuo y deseo de trabajar juntas— sugieren que estas transformaciones trascienden lo meramente instrumental para instalarse en el plano de las identidades profesionales y subjetividades.

## Bibliografía

- Angelcos, N. (2016). Subjetividad, cuerpo y afecto en la teoría sociológica. *Estudios Avanzados*, (26), 76-94. Santiago, Chile: Universidad de Santiago de Chile.
- Barricada Tevé (2020) No pasarán: Cooperativa de Diseño. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=apRYL3usYeE>
- Barthes, R. (1980). *S/Z* (N. Rosa, Trad.). Ciudad de México: Siglo XXI Editores.
- Barzola, M. V. & Ribeiro, R. A. de C. (2018). Cuaderno N° 69: Diseño Social y Desarrollo. Universidad de Palermo.
- Barzola, M. V. & Ribeiro, R. A. de C. (2020). Cuaderno N° 121. Universidad de Palermo.

- Bourdieu, P. (1998). *La distinción*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Butler, J. (2003). *Cuerpos que importan: Sobre los límites discursivos del “sexo”* (A. Bixio, Trad.). Paidós.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad* (M. Vallés, Trad.). Paidós.
- Cid Jurado, A. (2002). El estudio de los objetos y la semiótica. *Cuicuilco*, 9(25), 1-19. Ciudad de México: Escuela Nacional de Antropología e Historia.
- Cooperativa de Diseño (2019) *Diseño y comunidades. Caso QOM Lashepi Alpi y Cooperativa de Diseño*. Revista ARDIS (1) 80-95, Ed. CIDAP Ecuador.
- Cooperativa de diseño y Qom Lashepi Alpi. (2020). Recuperado de <https://90mas10.com/2020/10/12/qom-lashepi-alpi-cooperativa-de-diseno/>
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria: Alternativas para otro modelo*. Quito: Abya Yala.
- Correa, M. E. (2012). Entre la industria y la autogestión: Construcción identitaria e inserción profesional de los diseñadores industriales (Tesis doctoral, UBA-CONICET).
- Correa, M. E. (2015). Entre la industria y la autogestión: una aproximación a la inserción profesional de los diseñadores industriales en el Área Metropolitana de Buenos Aires. *Astrolabio. Nueva Época*, (15), 180–198. <https://doi.org/10.55441/1668.7515.n15.10836>
- Correa, M. E. (2016). ‘Con sello propio’: singularidad e innovación en casos de emprendimientos autogestionados de diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires. *Trabajo y sociedad*, (26), 155-169. Santiago del Estero, Argentina.
- Correa, M. E. (2017). Encuentros y desencuentros entre la formación y el desempeño profesional del diseñador industrial: el devenir de una identidad compleja. *Revista Ensamblajes. Revista de Diseño y Cultura*, (3), 69–89. Recuperado de <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/77348>
- Diloretto, M. G. y Lozano, J. I. (2016). Transformaciones recientes en la estructura social argentina. Villa María: Universidad Nacional de Villa María
- Escobar, A. (2018). *Diseños para la vida: Tecnología, diseño y el proyecto de modernidad*. Medellín: Universidad Eafit.
- Federación JUM. Qom Lashepi Alpi. Recuperado de <https://www.federacionjum.org.ar/qom-lashepi-alpi/>
- Forma Podcast. (2024). Cooperativa de Diseño. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=VxXqHMNoxUk>
- Franco, M. B. (2022). ¿Es posible reconocer el “Diseño Social” en el imaginario colectivo del diseño? Una aproximación al término desde un enfoque latinoamericano. *Actas de las jornadas de Investigación.SI + Palabras clave. Conceptos, términos, metadatos. XXXV Jornadas de Investigación y XVII Encuentro Regional*. Buenos Aires: FADU-UBA.
- Franco, M. B., & Zanuttini, L. (2016). La formación Universitaria y la Dimensión Social del Profesional. *RDU Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño FAUD - Congresos 2016*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- Freud, S. (1984). *Nuevas conferencias de introducción al psicoanálisis*. Obras Completas

- (Vol. XXII). Buenos Aires: Amorrortu Editores. (Verifiqué el año de esta edición)
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: Beautiful strangeness for a sustainable world*. Londres: Earthscan.
- Gaggino, R. (2019). Diseño experimental de elementos constructivos utilizando materiales reciclados para viviendas de interés social (Tesis doctoral, FAUDI-UNC).
- Hall, S. (2003). *Cuestiones de identidad cultural* (E. Restrepo, Trad.). Amorrortu.
- Lacan, J. (2009). *Escritos 1* (T. Segovia, Trad.). Siglo XXI Editores.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Ledesma, M. (2018). La vulnerabilidad del género. Una mirada desde el diseño social. *Cuadernos del C.E.D.C., Ensayos* (69). Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Ledesma, M., & López, M. (2018). *Retóricas del diseño*. Buenos Aires: Wolkowich.
- Manzini, E. (2015). *Diseño para la innovación social y la sostenibilidad*. Madrid: Experimenta.
- Merleau-Ponty, M. (1993). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Planeta De Agostini.
- Pittaluga, M. (2023). La periferia de la periferia. Diseño en el territorio. *Cuaderno 232 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2024/2025)*, 11-26. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Razeto, L. (1997). *Los caminos de la economía de solidaridad*. Buenos Aires: Lumen/Humanitas.
- Saussure, F. de. (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Editorial Losada. (Verifiqué el año de esta edición)
- Scribano, A. (2009). *Cuerpo(s), subjetividades y Conflicto*. Buenos Aires: Ciccus.
- Touraine, A. (1992). *Crítica de la modernidad*. Madrid: Temas de Hoy.
- Touraine, A. (2000). *¿Podremos vivir juntos?: Iguales y diferentes*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Woodward, I. (2003). Globalisation, cultural identity, and media representations. *Journal of Sociology*, 39(1), 5-23. Brisbane: Universidad de Queensland.
- Zimmermann, Y. (1998). *Del diseño*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

---

**Abstract:** As individuals inhabiting a space, we are socially constructed subjects: our bodily existence and preferences are shaped through processes of socialization. Exploring how design impacts our environment and identity, embodied in our bodies and practices, provides tools to better manage our positioning within the design market and make conscious creative and professional decisions.

This research focuses particularly on social design in Argentina, briefly addressing its history, current impact, and its role in the formation of support networks and the (re) construction of social identities. These latter lines of inquiry are centered on our object of

study: the IMPA Design Cooperative, located in Buenos Aires since 2011 and defined by its founders as an “interdisciplinary design team.”

**Keywords:** Habitus – Affect – Identity – Cooperativism – Social design.

**Resumo:** Como pessoas que habitam um espaço, somos sujeitos socialmente construídos: nossa existência corporal e nossos gostos se formam por meio de processos de socialização. Investigar como o design impacta nosso entorno e identidade, incorporando-se em nossos corpos e práticas, permite adquirir ferramentas para gerir nosso posicionamento frente ao mercado do design e tomar decisões conscientes, tanto criativas quanto profissionais. Esta pesquisa concentra-se particularmente no design social na Argentina, abordando brevemente sua história, impacto atual e papel na formação de redes de apoio e na (re) construção de identidades sociais. Esses eixos de investigação se centram especialmente em nosso objeto de estudo: a Cooperativa de Design IMPA, situada na Cidade Autônoma de Buenos Aires desde 2011 e definida por suas fundadoras como uma “equipe de design interdisciplinar.”

**Palavras-chave:** Hábitus – Afeto – Identidade – Cooperativismo – Design social.

---