

La revista en los límites del diseño

**WE CAN**

**C 4 N**

**DO IT**



Asociación de Profesionales y  
Empresas de Diseño de Canarias

# Editorial

## EDITA

di-Ca | Asociación de Profesionales y  
Empresas de Diseño de Canarias  
can@di-ca.es

## EQUIPO EDITORIAL

Lars Petter Amundsen  
Ana María Rodríguez

## DISEÑO

Lars Petter Amundsen  
Casandra Cabrera García  
Luz Ángela Valero González

## REVISIÓN DE TEXTOS

Lavadora de textos

## IMPRESIÓN

Daute

Enero 2021

Depósito Legal: tf 15-2021

CAN es una revista sobre los  
alrededores del diseño.

Han colaborado en esta revista:

Mari Carmen Estevan Estevan  
Teresa Jular Pérez-Alfaro  
Daniel Acuña  
Ana Belén López García  
Matthias Beck  
Sergio Sánchez  
Ana María Rodríguez  
Alberto Ochoa Gonzalez

© Textos e imágenes: sus autores.

di-Ca no asume la exactitud de  
la información recogida por sus  
colaboradores, por lo que no se  
responsabiliza en caso de error u  
omisión.

di-Ca ha hecho todos los esfuerzos  
para buscar los propietarios de  
*copyright*, pero si hemos omitido  
alguno, estaremos encantados de hacer  
el pertinente reconocimiento.

Nuestra idea para el cuarto número de CAN, desde el primer momento, ha sido tratar de temas importantes tales como diseño inclusivo, social y responsable. Con la situación actual y el nuevo giro en nuestras vidas y en el profesional, pensamos que la temática es aún más apropiada.

En el primer artículo arrancamos con una conversación interesante con la directora creativa del estudio *Hoy es el día*, que nos cuenta sobre su metodología y la estrecha relación que mantiene con sus clientes. Además, nos alegra ver tanto color aplicado en trabajos comerciales.

En el apartado *Greatest Hits* contamos con el diseñador gráfico e impresor tipográfico Matthias Beck, que nos enseña un objeto de diseño que siempre le ha acompañado en su trabajo creativo...

Sergio Sánchez, del estudio AVATARA, nos invita a su espacio de trabajo y expone una serie de diseños realizados en los últimos años, uno de los cuales es, además, muy adecuado con la temática tratada en este número.

La presidenta de la Red Española de Asociaciones de Diseño, Teresa Jular Pérez-Alfaro, nos ofrece conocer mejor cómo trabajan para divulgar el diseño nacional y unir y establecer relaciones entre las otras asociaciones regionales en el artículo «10 años de READ». Acompañando el texto, ha contado con dos ilustraciones que fueron realizadas inicialmente para el proyecto *El diseño visto por 18 humoristas murcianos en el marco de 7€NAD*.

Para el apartado *Estudios Remotos*, hemos contactado con el maravilloso colectivo femenino *Gráficas en Negro* para conocer algunas de las importantes acciones sociales que han diseñado con la intención de ayudar a frenar la violencia machista.

En un mundo cada vez más especializado y complejo, sobre todo en el trabajo, es importante intentar mantener la ilusión, y por eso hemos querido preguntar a nuestros socios: «¿Qué quería ser de pequeño/a?». La infografía de este número la hemos basado en sus respuestas.

En este número, como en el anterior, se ha utilizado la tipografía *Nordiak*, diseñada por Daniel Delgado, y en la contraportada tenemos la suerte de contar con la familia tipográfica *Tubqal*, creada por Andreu Balius y Juan Luis Blanco, para diseñar un espécimen personalizado utilizando una cita del diseñador y escritor Frank Chimero.

Conversación

# Mari Carmen Estevan

▲  
04 / 11

Ensayo

# 10 años de READ Teresa Jular

▲  
12 / 17

Greatest Hits

# FTE Modell 120

▲  
18 / 19

Espacio de Trabajo

# AVATARA Sergio Sánchez

▲  
20 / 25

Conversación

# El diseño como factor de salud mental

▲  
26 / 31

Estudios Remotos

# GRÁFICAS EN NEGRO

▲  
32 / 37

Infografía

# ¿Qué querías ser de pequeña/o?

▲  
38

Espécimen Tipográfico

# Tubqal

▲  
Contracubierta



Conversación ▲

# Mari Carmen Estevan

/ Hoy es el día /

Entrevista: Anita María Rodríguez

Fotografía: Dani Bravo Albert

## Directora creativa

Mari Carmen Estevan Estevan

Diseñadora gráfica e investigadora, licenciada en Bellas Artes y Digital Media, fundó *Hoy es el día* en 2014 como estudio especializado en diseño gráfico sostenible, buscando crear un impacto positivo y real a través de los proyectos que aquí se desarrollan. La perspectiva social del diseño y su capacidad como generador de cambios es su mayor pasión profesional.

## Equipo

Hoy es el día



## Diseñadora gráfica

Lucía Laiz Gómez

Tras estudiar el ciclo superior de Gráfica Publicitaria y posteriormente el grado de Diseño Gráfico, terminó de reafirmar su vocación. Su motivación es entender el diseño gráfico como medio para generar soluciones visuales que sinteticen todo un discurso en ideas concretas que lleguen a las personas.



## **A modo de introducción ¿qué es y cómo surgió 'Hoy es el día'?**

*Hoy es el día* es un estudio de diseño gráfico sostenible que nació en Alicante en 2014. Después de años trabajando en otros estudios decidí que era el momento de poner en marcha un proyecto que diera salida a mis inquietudes éticas y sociales.

Personalmente, la investigación y la teoría del diseño han sido siempre algo fundamental en mi desarrollo profesional. Mucho antes de fundar *Hoy es el día* ya escribía artículos sobre diseño sostenible en diversas revistas de España y Latinoamérica, escribí un libro sobre las implicaciones de la colonización publicitaria del espacio público y mantenía un blog personal sobre comunicación responsable y diseño sostenible que fue el germen del estudio. Además, desde hace años formo parte del grupo de trabajo para la realización del Código Deontológico para el Diseño en España, un proyecto que me parece fundamental para repensar la profesión desde una perspectiva más ética que nos permita avanzar y afianzarnos como sector. Y desde el año pasado también del colectivo Gráficas en Negro, desde donde analizamos el contexto del diseño desde una mirada feminista.

Para mí no existe otra forma de entender el diseño que no sea conectándolo con sus implicaciones sociales y con la oportunidad que nos ofrece para generar impacto positivo en la vida de la gente. Recuerdo cuando era estudiante y todos mis compañeros querían trabajar para Coca-Cola y yo, en cambio, deseaba trabajar para Amnistía Internacional.

### **¿Es esta la razón por la que trabajáis para numerosas fundaciones y asociaciones?**

Por nuestra filosofía y valores, y porque entienden mucho mejor el valor añadido que aporta el diseño sostenible, muchos de nuestros clientes son fundaciones y asociaciones. La satisfacción de trabajar con ellas es enorme, ya que el impacto real del diseño es mucho más claro. Así, desde *Hoy es el día* estamos orgullosas de poder ayudar a mejorar la

calidad de vida de las personas afectadas por la piel de mariposa y sus familias, a recaudar fondos para la investigación de la distrofia muscular de Duchenne y Becker, facilitar el acceso a recursos de personas refugiadas y solicitantes de protección internacional a través de Cruz Roja, sensibilizar sobre la importancia del derecho a la salud junto a Médicos del Mundo y un largo etcétera de objetivos realmente importantes que ponen sobre la mesa nuestros clientes y que para nosotras es un reto y una satisfacción alcanzar.

### **De todo este trabajo realizado durante años, ¿qué destacarías?**

Piel de Mariposa es uno de nuestros clientes más importantes por la relación que se ha generado con ellas y por ser de las primeras asociaciones en confiar en *Hoy es el día* de una forma tan clara y potente. Iniciamos nuestra colaboración en 2016 como encargadas del diseño corporativo de forma fija, aunque externa. Desde el minuto uno su equipo de comunicación nos hizo sentir que somos una más. Ahora, casi cinco años después, analizamos todo lo que hemos hecho juntas, las campañas, revistas, memorias, y un sinfín de piezas más que han salido adelante y la implicación que todo ello ha tenido en la mejora de la vida de las personas afectadas por la enfermedad y sus familias y no podemos sentir más que agradecimiento por dejarnos formar parte de ello. Ellas se han convertido en amigas y, más que un cliente, son el enlace que nos permite poner en marcha todo lo que hablábamos antes a través de nuestra profesión.

Por otro lado, uno de nuestros últimos proyectos globales que podría ejemplificar nuestro trabajo es el diseño de la identidad corporativa de la Fundación Uner. Una fundación que busca convertirse en una plataforma de apoyo e investigación por y para las personas con daño cerebral y sus familias. Para ello hemos realizado un trabajo de estrategia y plataforma de marca que ha culminado con el diseño de su identidad visual y verbal.

Para este proyecto, las teorías del diseño universal cobran un valor todavía más significativo. Así, todas

la piezas y decisiones tomadas han sido consideradas bajo este prisma: ser accesible para el mayor número de personas posible, mejorando así la autonomía de las personas usuarias y sus familias, objetivo primordial de la Fundación. La elección de las tipografías, las composiciones, los colores, etc., están pensados para lograrlo. Y de la misma forma que comentaba antes, poder ser parte en la consecución de todos estos objetivos, generando cambios positivos a través del diseño, hace que nuestro trabajo como diseñadoras cobre sentido.

Por supuesto, las asociaciones y fundaciones no son nuestros únicos clientes. Trabajamos también con la empresa privada y con numerosos emprendedores, prestando una atención especial a que sus valores y los nuestros estén alineados. En este caso también sentimos una gran satisfacción al conseguir que sus proyectos salgan adelante, ya que los sentimos casi nuestros al coincidir con su visión y sus objetivos.

**Y además del trabajo realizado para clientes, tenéis en marcha diversos proyectos propios, ¿qué os motiva a realizar este tipo de acciones?**

Como personas creativas también somos capaces de identificar problemas que nos mueven o nos conmueven y buscar soluciones a través de nuestro trabajo. Por este motivo en *Hoy es el día* siempre tenemos en marcha algún proyecto propio, de carácter social o reivindicativo, como la asociación Mujeres con Valor, que nace dentro del propio estudio, para acercar referentes femeninos a los centros escolares a través de carteles y material didáctico.

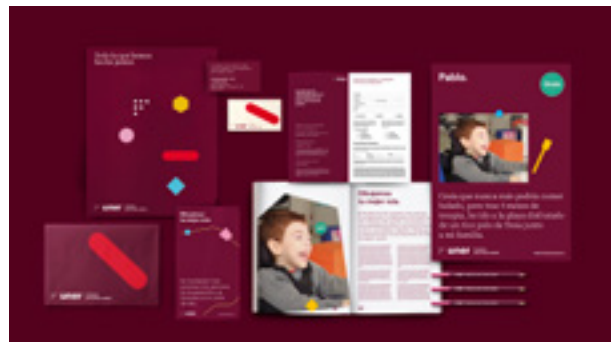
Este tipo de proyectos «sin clientes» nos permite no solo actuar sobre problemáticas que nos inquietan o nos motivan, sino también explorar vías más alternativas o experimentales dentro del propio diseño y que nos sirven de aprendizaje para los siguientes proyectos.



Diseño de gráficas para Fundación Uner. 2019.



Diseño de carteles para Fundación Uner. 2019.



Diseño de identidad corporativa para Fundación Uner. 2019.



Gama cromática de Fundación y Clínica Uner, apta para visualización por personas con daltonismo. 2019.



Diseño de identidad corporativa y material gráfico para Fundación Uner. 2019.



## Cada vez se habla más de sostenibilidad y vosotras sois especialistas en diseño sostenible, ¿qué es y cómo lo aplicáis?

Si con nuestro diseño hacemos que una persona no se pierda en un hospital, la estamos capacitando al tiempo que le estamos ofreciendo la oportunidad de disfrutar de un derecho fundamental, el derecho a la salud. De igual forma, si con nuestro trabajo podemos hacer que un libro de texto infantil sea comprensible para niños y niñas con algún tipo de dificultad como la dislexia o problemas de visión, le estamos capacitando para estudiar y dándole la capacidad de acceder a otro derecho fundamental, el de la educación. Así, a través del lenguaje verbal y visual trabajamos conceptos como la igualdad, la diversidad, la accesibilidad, etc.

En *Hoy es el día* pensamos que un diseño concebido solo para una parte de la población, en general, es un mal diseño. Por esta razón, cada proyecto que desarrollamos se basa en las teorías del diseño universal para que este pueda ser comprendido, utilizado y percibido por el mayor número de personas posible. De hecho, como hemos visto, un diseño que tiene en cuenta la diversidad capacita a aquellas personas con algún tipo de dificultad ayudando a diluir las barreras que se generan cuando esta no se tiene en cuenta.

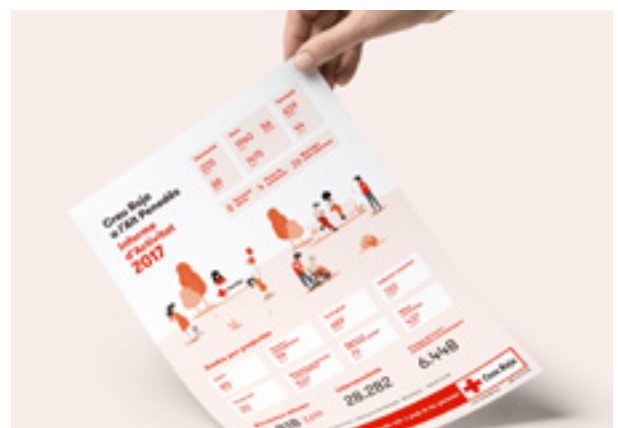
En demasiadas ocasiones el diseño sostenible se confunde con diseño ecológico; sin embargo, la variable medioambiental es uno de los factores a tener en cuenta, pero no el único. Es importante no perder de vista el componente económico, que, por ejemplo, puede hacer que una idea fantástica no sea viable económicamente o no sea accesible a una cantidad suficiente de personas para que su impacto positivo sea real. Por otro lado, nos encontramos el componente ecológico, que se basa en teorías de diseño circular, es decir, de utilizar los mínimos recursos y hacer que estos tengan la vida más larga posible. Y por último, y en nuestro caso se trata del componente que más motivación nos genera, se encuentra el componente social, que podría resumirse en cómo afecta nuestro diseño en las personas sobre las que actúa.



Identidad visual para Creu Roja a la Muntanya de Montserrat. 2017.



Diseño de gráficas para Creu Roja a la Muntanya de Montserrat. 2017.



Infografía para Creu Roja a l'Alt Penedès. 2018.



Memoria Anual. Piel de Mariposa. 2018.



Cartel para Madrid Gráfica. 2019.



Gráfica para Los Inhumanos Festival. 2020.

Cabe destacar que para aplicar el diseño sostenible no es necesario que nuestro cliente trabaje específicamente la sostenibilidad, sino que se trata de una metodología propia por la que cada proyecto que desarrollamos tendrá en cuenta todos estos factores. Y en la mayoría de los casos el resultado no resulta evidente a primera vista, simplemente tiene en cuenta estas teorías, además de cumplir con los objetivos de comunicación del cliente o del proyecto concreto.

### **De hecho, además del diseño aplicado, también ofrecéis formación y consultoría**

Desde *Hoy es el día* somos conscientes de la falta de formación específica en diseño sostenible y por este motivo dedicamos buena parte de nuestro tiempo a ofrecer formación y consultoría que permitan que el diseño sostenible sea cada vez más extendido y valorado. En esta línea, hemos participado en congresos como ponentes, impartido clases específicas de diseño sostenible y ofrecido consultoría y formación específica a organizaciones como Médicos del Mundo para que puedan desarrollar sus proyectos de forma autónoma.

Abrirles la mirada a los nuevos diseñadores, a las empresas o a la sociedad en general es algo que nos motiva especialmente, pero que, sobre todo, creemos necesario. Además, en este tipo de proyectos siempre aprendemos tanto como podemos enseñar. **CAN**



Guías. Duchenne Parent Project España. 2019.

# 10 años de READ

**Teresa Jular. Presidenta de READ**  
**Murcia, 8 de marzo de 2020**

La READ (Red Española de Asociaciones de Diseño) es una entidad española sin ánimo de lucro con actividad de ámbito estatal y proyección internacional, constituida por once asociaciones de profesionales del diseño en sus distintas aplicaciones, radicadas en otros tantos territorios y de muy diversos tamaños.

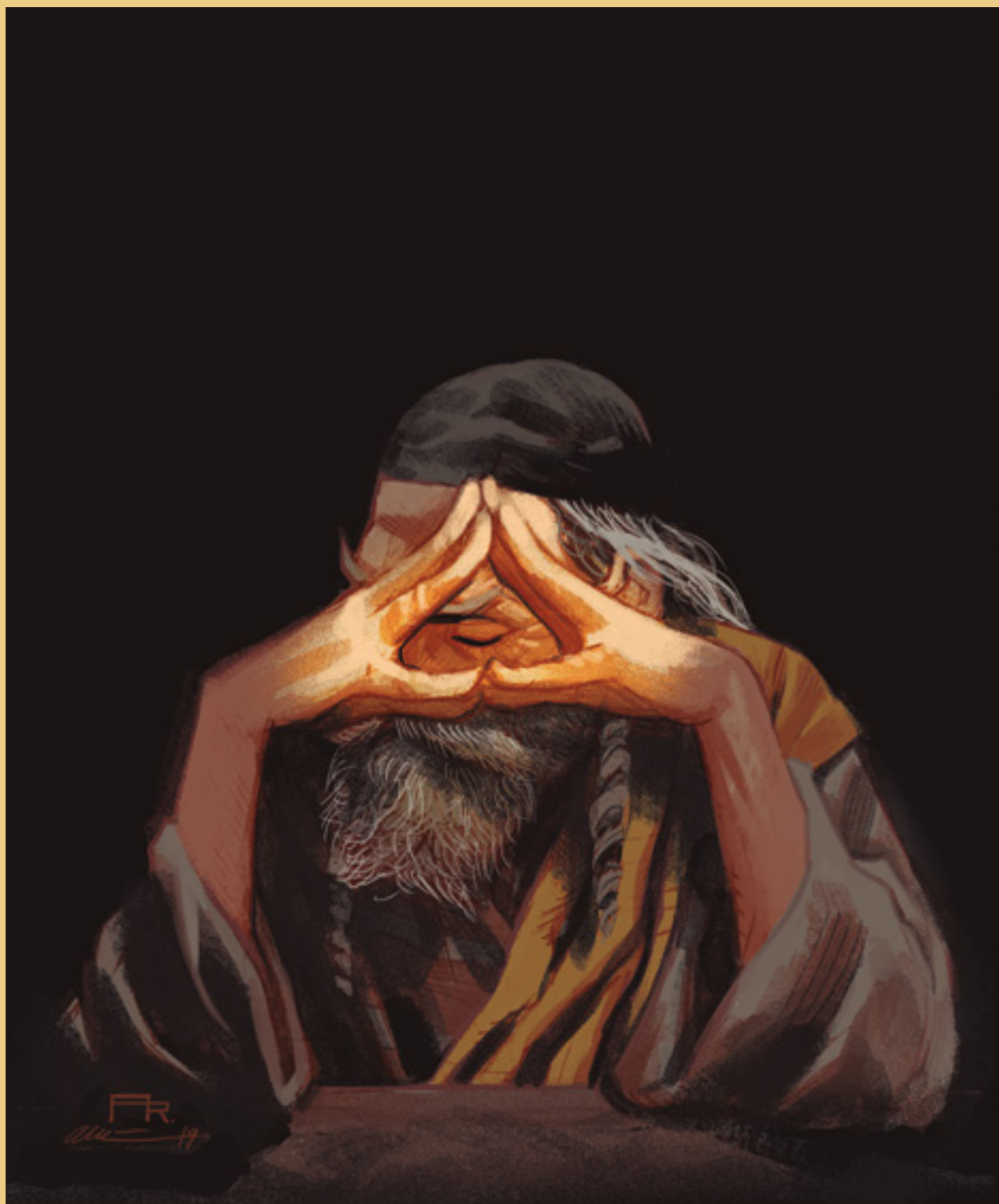
Desde su fundación en 2010, las asociaciones de READ, junto con otras entidades con las que colaboramos habitualmente, hemos trabajado en continuo y de manera altruista para difundir la cultura del diseño y contribuir a la mejora del tejido socioeconómico de nuestro país y a la calidad de vida de quienes lo habitamos.

Tenemos un acuerdo con el Consejo General de Colegios Oficiales de Decoradores y Diseñadores de Interior (CGCODDI) y formamos parte del Consejo Rector de Packnet, la Plataforma Tecnológica Española de Envase y Embalaje. En 2017 entramos en BEDA, The Bureau of European Design Associations; somos en total 47 organizaciones de 25 países europeos.

## Ética para y desde el diseño

Una de las principales líneas de trabajo de READ está relacionada con la puesta en valor de nuestra desconocida profesión. Por una parte, la defensa de unas buenas prácticas para la contratación de diseño por parte de terceros, y, por otra, la definición de una deontología profesional para nosotras mismas, diseñadoras y diseñadores. La desarrolla un grupo abierto cuyos principales hitos han estado vinculados a los Encuentros Nacionales de Diseño (ENAD), eventos anuales organizados

por READ donde procuramos que se den cita distintos agentes del diseño, españoles y también extranjeros. Personas de asociaciones miembros, responsables de asociaciones amigas, entidades promotoras y formativas, empresas, responsables políticos, técnicos de las administraciones públicas, diseñadoras y diseñadores no asociados, docentes, estudiantes y otros profesionales que, respondiendo a la propuesta de trabajar colaborativamente, han venido contribuyendo tanto a los diagnósticos



ANTIGUO SACERDOTE-DISEÑADOR DEVANÁNDOSE LOS SESOS  
PARA DAR CON UN LOGOTIPO QUE REPRESENTA A DIOS.

«El diseño visto por 18 humoristas murcianos». 7€NAD.  
Autor: Daniel Acuña.

como a las conclusiones inspiradoras de nuestra acción. Tratamos de alejarnos así del discurso endogámico; buscamos practicar la escucha atenta de quienes precisan mejor diseño y salir de nuestra zona de confort.

Un trabajo colectivo, quizá más lento de lo deseable, pero mucho más consecuente y eficaz a largo plazo. Debatiendo a partir de textos de organismos internacionales que hace tiempo están reclamando mejores prácticas, hemos concebido unas «Orientaciones para la Contratación del Diseño» para luchar contra los concursos especulativos, informando a las entidades convocantes de que es posible hacerlo mejor.

Estas orientaciones defienden la «llamada a proyecto» como una de las alternativas para conseguir diseño más eficiente socialmente, más exitoso para el contratante y más justo con la persona especialista. Con el ofrecimiento de asesoramiento y difusión por parte de los profesionales asociados, el éxito de la llamada a proyecto para contratos menores ha quedado más que demostrado en comunidades como Cataluña, Valencia, Canarias, Euskadi y la Región de Murcia. Y en el mismo Gobierno de España, con dos ejemplos en 2019: la imagen gráfica y la web del proyecto *Ecosistema del Diseño*, promovido por el Ministerio de Ciencia, Investigación y Universidades y coordinado por Barcelona Centro de Disseny (BCD), con implicación de todas las asociaciones y entidades promotoras del diseño español, y la convocatoria de una identidad gráfica para el Día de las Bibliotecas por parte del Ministerio de Cultura y Deporte. En ambos casos contaron la colaboración de READ.

Es nuestra intención continuar estudiando y difundiendo alternativas, como la «bolsa de proveedores» implantada por la anterior corporación del Ayuntamiento de Madrid, y aportar a las diferentes necesidades de contratación de diseño surgidas en otras instituciones.

En cuanto a dotarnos de un discurso dirigido sobre todo hacia dentro, lo hemos llamado «Código Deontológico para el Diseño». Un trabajo que,

sin perder el valor de la cocreación abierta, ha sido elaborado con el rigor de una investigación científica. A partir de una comparativa de 24 asociaciones internacionales, plantea un conjunto de 40 valores éticos. La primera versión fue presentada en septiembre de 2019 en Murcia en el marco del 7ENAD, y está ya disponible para su conocimiento y validación por parte de las asociaciones en <http://www.desingread.es/7enad>.

## **Estrategias para el diseño. Políticas públicas**

«La situación del diseño en España es crítica», declaramos el 28 de junio de 2013 en Madrid las quince asociaciones que nos dimos cita en el primer ENAD. Y a continuación denunciábamos la desventaja en la que nos encontrábamos por no contar con políticas activas de promoción y apoyo al sector, como sí las tienen otros países de nuestro entorno, que aprecian el valor estratégico de nuestro colectivo para generar riqueza e impulsar la actividad empresarial, además de considerar el diseño un factor imprescindible para mejorar la vida de los ciudadanos.

La demanda de contar con un organismo competente en la Administración central para tratar los asuntos del diseño ha sido recurrente desde la desaparición en 2010 de la Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación, el tantas veces nombrado ddi. Pero me gustaría recordar que las asociaciones de profesionales manifestamos en aquel encuentro nuestra decisión de «seguir avanzando con nuestros propios medios y generar nuestros propios recursos, estableciendo sinergias con el tejido empresarial y con los diferentes agentes de la innovación que reconocen el diseño como un valor económico y cultural imprescindible, generando valores para el desarrollo de un país avanzado». Y creo que así lo hemos hecho, consiguiendo, con nuestra tracción, importantes avances.

Un gran momento para el sector se inició con la Proposición No de Ley (PNL) presentada por el grupo socialista en noviembre de 2017 y aprobada por unanimidad del PSOE, PP, Unidas Podemos y

Ciudadanos en la Comisión de Economía, Industria y Competitividad del Congreso de los Diputados, en mayo de 2018. En enero se había celebrado la jornada parlamentaria «El diseño español en el Siglo XXI: retos y estrategias», con presencia de 200 agentes del diseño español. Un hito histórico.

Desde entonces, mientras llegaba el momento de contar con un Gobierno estable, hemos respondido a todas las llamadas de las administraciones públicas para formar parte de reuniones y grupos de trabajo, hacer informes y participar en convocatorias donde se han requerido nuestras opiniones y conocimientos. O ser jurados, por ejemplo, de los Premios Nacionales de Diseño. Un trabajo asociativo a largo plazo en pro de una estrategia nacional de diseño, compaginado con tareas operativas, actividades y proyectos en marcha.

## Proyectos en marcha

En septiembre pasado, en Murcia, tuve el privilegio de dar la bienvenida, como presidenta de READ, al centenar largo de personas participantes en la séptima edición de los Encuentros Nacionales de Diseño. Organizados por READ y una asociación joven, no profesionalizada, la de la Región de Murcia, que había asumido la presidencia en marzo, siguiendo el sistema estatutario de nuestra red, con rotación de cargos cada dos años. Un ENAD ideado y producido en el terreno por un grupo de trabajo de una docena de socias y socios voluntarios de DIP. Con un lema muy didáctico, conscientes de esa labor *non stop* que aún debemos hacer para ser mejor entendidos: «7€ENAD. SOMOS CULTURA, HACEMOS ECONOMÍA».

Diseñado con un doble objetivo: uno, que la Región de Murcia pudiera aprovechar la oportunidad que implica el encuentro con tantas personas amantes del diseño venidas de otros lugares, presentando el talento regional a los asistentes y contribuyendo a una mayor cohesión de algunos de los agentes regionales concernidos por el diseño. Y dos, afianzar los avances logrados por READ, pensando en el sector del diseño en su conjunto y sin perder la esencia de los ENAD, el

debate abierto, colaborativo y documentado. Lo iniciamos con las aportaciones de especialistas que presentaron las estrategias regionales de diseño (para el diseño y con el diseño) que ya están en marcha en Euskadi, Galicia y Valencia, territorios donde las asociaciones están formando parte de grupos que definen los planes de innovación. Incluimos la mirada nacional y europea, para contar con un análisis comparativo más completo y enriquecedor.

Y por vez primera se dio visibilidad a los principales proyectos operativos en los que READ en su conjunto o algunas de sus asociaciones miembros están involucradas, esto es:

### **\_Ecosistema del Diseño en España**

Mencionado antes, desde READ hemos contribuido decididamente a este primer intento de cuantificar el sector a nivel estatal. Cuántos somos, cómo estamos distribuidos, cuánto aportamos al PIB y cuál es el impacto del diseño en la economía española son datos que queremos conocer. El proyecto ofrece ya un mapa de agentes del sector fácilmente actualizable, un repositorio con los documentos territoriales existentes y un primer estudio, que esperamos completar en cuanto el Ministerio de Ciencia e Innovación active una nueva campaña. Disponible en [www.ecosistemadeldiseño.es](http://www.ecosistemadeldiseño.es).

### **\_From Spain With Design (FSWD)**

Concebido por READ para la visibilidad del diseño español en el ámbito internacional, con una web, un proyecto expositivo y un documental muy avanzados ya. La primera carga de datos, con una selección representativa de profesionales aportada desde las asociaciones, estará disponible antes del verano, lo que ayudará, sin duda, a ir completando la oferta. En marcha en [www.fswd.es](http://www.fswd.es).

### **\_TransferenciasDesign 2020**

La *spin off* surgida del 4.º ENAD, asentada en Málaga y que involucra a READ y CEA, la Confederación de Escuelas de Artes Plásticas y

Diseño, nos avanzó la programación de lo que finalmente se dio en el mes de febrero: una exitosa convocatoria para la transferencia de conocimiento en torno al diseño y las administraciones públicas. Accesible en [transferencias.design](https://transferencias.design).

### **\_Diseño en Europa**

Nuestro delegado en BEDA nos dio una visión general de lo que preocupa ahora mismo en el entorno europeo, confirmando que es mucho más lo que nos une que lo que nos diferencia. Entre otros asuntos importantes, una adecuada cuantificación del sector.

### **\_El MNAD y la 'Memoria del Diseño'**

El Museo Nacional de Artes Decorativas, que aspira a convertirse en Museo Nacional del Diseño contando con nuestra colaboración, nos contó el fascinante trabajo de recuperación y documentación realizado con el archivo de la marca de muebles Rolaco, desaparecida en los años 60.

### **\_Asturias Diseña**

La mayor experiencia en España de colaboración asociativa del sector, pues implica a todas las asociaciones de diseño del Principado, incluyendo las de moda y videojuegos. En este momento, organizando sus premios. <https://asturias.design/>.

En el 7ENAD se presentaron también oportunidades para la financiación de proyectos, como el programa Europa Creativa Cultura, que el sector no está aprovechando lo suficiente, o las estrategias regionales, RIS3MUR. Se dieron a conocer públicamente los hitos de nuestra labor en pro de unas buenas prácticas y el prototipo de «Código Deontológico para el Diseño». Y, desde luego, hubo tiempo para lo que constituye el corazón de los ENAD: el trabajo validado en grupo para trazar lo que vamos a hacer en 2020, las «Estrategias Diseño». Trabajo propositivo para ir aterrizando la hoja de ruta de READ a retomar ahora, tras los nombramientos de nuestros responsables políticos: el Pacto por el Diseño y la creación de un Ente del Diseño.

## **Ecodiseño e igualdad**

No puedo dejar de citar la economía circular como asunto de interés creciente en READ. La conciencia del triple impacto que como organización producimos en nuestro entorno y la importancia de un triple balance equilibrado han estado presentes en nuestra trayectoria desde siempre. Pero, además, en los últimos años, estamos siendo más proactivos en la contribución a este nuevo paradigma productivo inspirado en la naturaleza, que no podrá alcanzarse sin buen diseño. En 2017 invitamos a la Fundación Ellen MacArthur al 5ENAD para conocer de primera mano su metodología de ecodiseño para la economía circular y el 7ENAD incluyó una charla motivadora y fue concebido como un ecoevento. Otro momento circular importante será también el «8ENAD. Diseñar antes de comer», que tendrá lugar los días 17 y 18 de septiembre, en Murcia.

Y, para finalizar, este dato: en la asamblea anual mantenida en febrero 2020 en la Posada del Agua (Ávila) estuve acompañada por Granada Barrero, presidenta de AAD; Irene García, presidenta de AGA; Soledad Hernández, presidenta de DIMAD; y Juana Valcárcel, presidenta de DIP Murcia. Con nosotras, Uqui Permui, vicepresidenta de READ por delegación de DAG; Maite Prida, coordinadora del Grupo de Comunicación READ por AGA; y Susana Sancho y María Aguilar, cargos directivos en DIMAD y AAD, respectivamente. El grupo lo componíamos 21 personas, de diez asociaciones. En la asamblea de READ celebrada ocho años antes en Estación Diseño (Granada), éramos 17 personas y cinco organizaciones, donde la única mujer con cargo de presidenta en su asociación (DIP) era quien esto escribe. **CAN**





Ana María Rodríguez, secretaria de DI-CA, participó en 7€NAD. Foto: © Julia Tomás.

### En este momento, READ la forman:

AAD, Asociación Andaluza de Diseñadores; ADA, Asociación de Diseñadores Gráficos de Aragón; ADCV, Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana; AGA, Asociación de Diseñadores Gráficos de Asturias; Cuenca Diseño; DAG, Asociación Galega de Diseño; DiEx, Asociación de Diseñadores de Extremadura; DIMAD, Asociación Diseñadores de Madrid; DIP, Asociación de Profesionales del Diseño y la Comunicación Publicitaria de la Región de Murcia; DIS, Asociación de Diseñadores Gráficos de Soria; EIDE, Asociación del Diseño Vasco; y, la última en enredarse, La Exprimidora, Associació de Dissenyadors i Creatius de Castelló. Esperando que di-Ca, la Asociación de Profesionales y Empresas de Diseño de Canarias, haga la número doce.

### READ cuenta con un grupo de trabajo para la comunicación.

Desde la web designread.es y sus redes sociales el equipo difunde sus actividades, las de las asociaciones miembros y principales entidades aliadas. Para profundizar, están las microsedes de cada proyecto y la sección Documentos.

En el canal de YouTube es posible encontrar testimonios de muchas personas que han trabajado año a año, evento tras evento, para hacer más visible la actividad del sector y difundir la cultura del diseño.

### Agradecidas, activas, conectadas, disponibles.

Desde el inicio del confinamiento a causa del covid-19 y en la desescalada, nuestra organización ha estado más activa que nunca, agradecida a quienes nos cuidan, atenta a los acontecimientos, conectada y preparándose para la acción.

Más y mejor diseño para el mundo que viene.



«El diseño visto por 18 humoristas murcianos». 7€NAD. Autora: Ana Belén López García, DOMMCOBB.

# FTE Modell 120

por Matthias Beck

Todo diseño empieza con una idea. Cuando nos proponemos manifestarlas a través de bocetos y esquemas ya hemos hecho previamente el trabajo de analizar nuestro *input*, investigar sobre las necesidades del proyecto y definir el marco estratégico detrás del mensaje que queremos comunicar.

El objeto que he seleccionado para esta edición del Greatest Hits se mueve en este limbo entre la creación de la idea en nuestra cabeza y su manifestación en el papel. El momento de afilar nuestro lápiz puede ser un ritual y más aún si disponemos de un afilador de lápiz FTE Modell 120. Un icono de máquina que mecaniza el proceso de preparación de nuestras herramientas. Durante este ritual nos olvidamos del mundo que nos rodea para concentrarnos en la tarea que tenemos delante: visualizar un concepto que tenemos en mente. Es ahora cuando comenzamos a darle forma a la idea que nació en nuestra cabeza. Sea para comprobar su validez solo nosotros o para compartirla con nuestros compañeros o clientes.

Este carismático afilador se erige sobre una base y cuerpo rectangular, hecho de baquelita negra (la primera sustancia plástica totalmente sintética, creada en 1907 por el belga Leo Baekeland), redondeado en la parte superior, lo que le da un aspecto muy compacto. En la parte de atrás, una manivela de metal con un mango también de baquelita nos ayudará a realizar la acción del afilado. En la parte delantera, un sugerente dispositivo atraparé el lápiz

hasta su perfecto afilado, y sus sobras caerán en el elegante cajón de desperdicios situado en la parte inferior del aparato.

Su nombre procede de la abreviación FTE, que hace referencia a la fábrica VEB FeinTechnik Eisfeld de la antigua República Democrática Alemana, donde fue construido en el año 1962. Este y los tres modelos siguientes gozaron de gran popularidad en el país. El modelo FTE 120 fue el más icónico de todos y en cierto modo representó el prestigio para la élite en un Estado donde este lujo estaba reservado para muy pocos.

Muchos años después, en 1996, llegó a mis manos este ejemplar de afilador FTE 120, como regalo de despedida de un compañero carpintero durante mi servicio social. Una suerte de año donde logré cambiar el servicio militar obligatorio por un año de aprendizaje en la construcción de muebles.

La mayoría de las empresas de la RDA cayeron en desgracia con la caída del muro en el año 1989 debido a su escasa competitividad en el nuevo mundo capitalista. Eisfeld se vendió en su momento por unos 75 000 €. Sin embargo, en el año 2014 fue adquirida por una *startup* estadounidense por 100 millones de dólares con el fin de producir afeitadoras de 5 cuchillas para hacer frente a los gigantes mundiales Gillette y Wilkinson-Sword. **CAN**







...y reina, al principio,  
...aunque es, a quien quiere  
...al de lo que me inspira.  
...No digo que mi belleza  
...siga un final premiado  
...que la protagonista  
...mi historia, que más es  
...dele al darme una voz  
...al saberlo cultivado.

infinitas  
infinitas

NOMBRE

GRATIA + LOSA MIAQUA

AVATARA

AVATARA



**Edición ‘Partituras para timple’**

Cliente: Asociación del Timple Canario y Gobierno de Canarias

**Identidad gráfica - Manual 1: marca gráfica**

Cliente: Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

**Campaña ‘infinitas’**

Cliente: Cabildo de Gran Canaria - LaNASA.media

Caligrafía: Felo Monzón Benítez

**‘Canvas’ de trabajo para desarrollo cocreativo  
de estrategia de marca**

Autoproyecto

**Imagen gráfica y papelería LaNASA.media**

Cliente: LaNASA.media

**Fanzine CanariasCreativa.com #40**

Autoproyecto

Ilustración de portada: Noelia Cabo

Página 22

**‘AVATARA’**

Obra original de Felo Monzón Benítez, de su serie ‘Tipódalos’.

Encargo directo a autor: <https://www.felomonzonbenitez.com/>

**Diversos módulos para exposición de portadas del proyecto  
CanariasCreativa.com**

Lourdes Navarro Falcón, autora portada #23

Alberto Hernández, autor portada #32

Waldemar Lemanzcyk Paz, autor portada #18

‘Fabricación casera’, autores portada #29

**Sorpresa 20.º aniversario AVATARA por desvelar**

Autora: Son León / EsSerigráfico

**Darth Vader de Todos los Santos**



Espacio de Trabajo ▲

# Sergio Sánchez

—

# AVATARA



# ¿Por qué eres socio de di-Ca?

«Lo entiendo como un ejercicio personal de compromiso con el sector de las islas y su propio desarrollo. Solo desde la entrega personal a una idea colectiva común podemos conseguir logros que mejoren nuestro bienestar social, profesional y personal.

Estoy convencido de que es en estos espacios de encuentro, trabajo conjunto, mejora y debate desde donde mejor puede defenderse nuestra profesión y nuestro legado, así como la implícita herencia para futuras generaciones de la profesión en las islas: que se encuentren un sector mejor que el que nosotras/os encontramos».

–Sergio Sánchez –



Para más información: [www.di-ca.es](http://www.di-ca.es)

Síguenos en Facebook: @Dica.Asociacion // di-Ca & Friends

Síguenos en Twitter: @asociaciondica

# El diseño como factor de salud mental

AFES Salud Mental desarrolla desde 1982 su actividad no lucrativa en torno a la salud mental en la isla de Tenerife. Entre sus acciones se encuentran los talleres de integración social y laboral para las personas usuarias, que han dado un salto cualitativo gracias a la aplicación del diseño, permitiendo en ellos la creación de la marca *Ida y vuelta*, de la mano del estudio Ochoa y Díaz-Llanos, así como el desarrollo paralelo de metodologías internas.





**¿Qué objetivo específico tiene el proyecto de 'Ida y vuelta' dentro de la labor que desarrolla AFES Salud Mental? ¿Cómo se favorece el proceso de recuperación? ¿Cómo se promueve la inclusión?**

AFES: El objetivo principal es el de acompañar, a través de la artesanía, a personas que conviven con un problema de salud mental en su proceso de recuperación, trabajando la autonomía personal y su plena inclusión. Se cubren necesidades relacionadas con rutinas, normas, constancia, autonomía, planificación y sobre todo las relaciones interpersonales (habilidades sociales y personales).

**¿Cómo es la llegada de Ochoa y Díaz-Llanos al proyecto y el tránsito hacia la nueva capa de profundidad de impacto social?**

AFES: Desde los inicios de la entidad, los talleres han sido parte fundamental en el trabajo con las personas. En nuestra intención de seguir mejorando, Ochoa y Díaz-Llanos fue una apuesta con la que dar forma a un sueño que hacía tiempo se ideaba en la asociación. El objetivo era crear y visibilizar la marca bajo un prisma de calidad, que además dignificara el trabajo de las personas.

En los cursos de *workshop* para personas artesanas que impartía el Cabildo de Tenerife tuvimos la oportunidad de conocerlos y proponerles lo que estábamos ideando. A partir de ahí comenzó el camino que nos ha llevado a lo que es hoy *Ida y vuelta*.

OyDLL: El primer *contacto* fue con Ascensión Hernández, una de las responsables de taller, con carnet de artesana del Cabildo de Tenerife. Participó en uno de los proyectos de introducción al diseño de producto que hicimos. Y ya nos comentó lo interesante que sería llevar esas metodologías a los talleres de AFES. Para preparar el primer proyecto formativo, realizamos unas visitas a todos los talleres, comentando las circunstancias particulares de cada uno. Y se planteó una metodología ajustada a los valores y circunstancias concretas de AFES.

**¿Qué procesos nuevos se han implementado gracias al diseño en dichos talleres?**

AFES: Sistematización y profesionalización de la producción, facilitación de los procesos de producción, prisma del diseño y valor vs. productividad.

OyDLL: En líneas muy generales, hemos trabajado principalmente en dos caminos; el primero, el control de los costes y los tiempos de fabricación. Tenerlos muy en cuenta desde que los productos *nacen* y se diseñan dentro de los talleres. Y el segundo, la transmisión de valor/valores/ discurso de los objetos. Los valores de AFES y sus objetivos deben ser transmitidos por los productos que se elaboran. Por lo que esa relación 'valor (económico) / valores / discurso' es fundamental para la coherencia del proyecto.

**Desde la aplicación de metodologías propias del diseño de producto en este tipo de actividades, ¿qué mejoras han validado en las/os usuarias/os? ¿Han realizado algún estudio específico de aplicación individualizada o en base a necesidades específicas?**

AFES: Trabajos colaborativos (mejoran las habilidades sociales) y orden, rutina y responsabilidad.

Plantear esquemas de elaboración a través de guías gráficas contribuye a la mejora de la autonomía, ofrece claridad en el tipo de trabajo que cada persona, según sus necesidades, puede aportar en el proceso, llevando a cabo según las mismas un trabajo de hábitos básicos, psicomotricidad fina, memoria, etc.

No se han realizado estudios concretos, pero estamos elaborando registros específicos a través de la elaboración de los productos, que nos darán la posibilidad de recabar datos interesantes para poder acometerlos en el futuro.

OyDLL: A nivel de mejoras en las/los usuarias/ usuarios se está documentando qué fases de





la producción tienen relación con mejoras. Se desglosan todos los pasos necesarios para la elaboración del objeto, haciendo un estudio muy detallado de cada paso de elaboración. De esta manera se pueden potenciar las fases que mayores mejoras aportan, y detectar cuáles no aportan, o incluso pueden ser negativas. Esto permite descartar procesos no adecuados desde el principio.

**Un nuevo eje de motor de cambio es la creación de la marca 'Ida y vuelta'. ¿Qué objetivos tiene como premisa y cómo ha sido la acogida de su actividad?**

AFES: En estos momentos nuestro objetivo es la adaptación a la nueva realidad que nos ha tocado vivir por la emergencia sanitaria, lo que ha supuesto un gran trabajo de adecuación de infraestructuras, adopción de nuevos hábitos...

*Ida y vuelta* ha ayudado a hacer visible el trabajo de personas que conviven con un problema de salud mental. Por la trayectoria de la marca en Instagram y la participación en ferias, podemos afirmar que hay muy buena aceptación del producto, y el entusiasmo que nos transmite la gente cuando descubre el proyecto es muy positivo.

OyDLL: Uno de los objetivos con la creación de la marca era llevar los productos y el discurso que transmiten a nuevos ámbitos. Como, por ejemplo, la feria Feboda, donde se ofrecieron y mostraron los productos de *Ida y vuelta* orientados a celebraciones. Esto nos permite mostrar los productos fuera de ferias o eventos específicos de voluntariado o sociales, llegando a públicos diferentes, aumentando la difusión del proyecto.

**Desde la tutorización aplicada a no profesionales de la disciplina en materias tan dispares, ¿cómo se ha vivido el proceso integrado en las personas? ¿Qué valores ha añadido a la labor que ya se realizaba?**

AFES: Visibilizar y dar valor al trabajo que realizaban las personas fue uno de nuestros principales objetivos cuando planteamos lo que queríamos para nuestra marca. Anteponer el esfuerzo y el reconocimiento al trabajo realizado, y no el problema de salud mental que tienen las personas que lo llevan a cabo. Esto queremos que sea un valor añadido a la pieza que adquieres, esto suma orgullo en lo que haces y un aumento de la autoestima que te hace más fácil enfrentar los obstáculos con los que te puedes encontrar en la vida.

OyDLL: Efectivamente, los objetos deben hablar por sí mismos, con su calidad constructiva y creatividad. Y no anteponer el problema de salud mental previamente.

**En la nueva realidad a la que nos enfrentamos a consecuencia de la pandemia, ¿consolidación o ampliación de 'Ida y vuelta' para el futuro más inmediato?**

AFES: Nuestro principal objetivo es garantizar el bienestar de las personas con las que trabajamos, y son ellas las que marcan el camino. En estos momentos difíciles estamos aprendiendo para adaptarnos a la nueva realidad y seguir con la creación de productos. Actualmente, el estudio Ochoa y Díaz-Llanos imparte una formación de *workshop* donde las profesionales, con la experiencia vivida, planteamos una nueva visión que ayude a mejorar nuestra labor.

OyDLL: Sí, en estos momentos estamos desarrollando una nueva actividad con los responsables de talleres, en la que estamos fortaleciendo el sistema de gestión entre los talleres, preparando nuevos productos y optimizando otros que actualmente están en catálogo. Por ejemplo, en estas optimizaciones estamos usando la documentación, que comentamos anteriormente, de fases que están vinculadas a mejoras y vinculaciones positivas. **CAÑ**

# GRÁFICAS EN NEGRO

## Un diseño feminista es posible

por Gráficas en Negro

Más allá de reivindicar que el diseño actual tiene que efectuarse con perspectiva de género —sea realizado tanto por hombres como por mujeres—, las diseñadoras buscamos, además, diseñar un mundo diferente que rompa los estereotipos y roles establecidos.

El colectivo *Gráficas en Negro* salió a la luz el pasado noviembre, a nivel nacional, con la publicación de un manifiesto para denunciar la complicidad de quien perpetúa, a través de la práctica del diseño, ese imaginario colectivo desigual y machista que permite, justifica y silencia situaciones de violencia. Al grito de «Diseño feminista para un mundo sin violencias machistas» el manifiesto fue firmado por más de setenta profesionales del sector.





Carolina Núñez, Uqui Permui, Pilar Larrotcha,  
Mari Carmen Estevan, Myriam Cea, Sonia de la Iglesia,  
Ana M.<sup>a</sup> Rodríguez, Maite Prida y M.<sup>a</sup> Jesús Bonafonte.



Granada Barrero, Myriam Cea, Sonia de la Iglesia, Mari Carmen Estevan, Pilar Larrotcha, Carolina Núñez, Uqui Permui, Maite Prida y Ana María (Anita) Rodríguez toman el nombre colectivo del proyecto *En negro contra las violencias*, una acción social contra las violencias machistas que surge en Santiago de Compostela en 2015 con el impulso de la Administración local e ideado y dirigido por Uqui Permui, y que a partir de ese año se fue expandiendo por diferentes lugares, sobre todo en Galicia. El foco principal de esta acción de sensibilización social es cubrir de negro los escaparates, empresas, colegios y ayuntamientos. Es una llamada al luto por los feminicidios, pero también a la lucha y a la denuncia que se apoya con rótulos de diferentes lemas que se pueden descargar de la página web, personalizables cuando un colectivo o ayuntamiento se adhiere a la acción, por ejemplo, *Compostela en Negro*. Esto permite dotar de una mayor implicación a los colectivos, instituciones y a las empresas que quieren trabajar contras las violencias machistas haciendo suya la campaña.

En todo caso, y aunque empezase y se visibilizase sobre todo en los escaparates, esta acción social ha ido mucho más allá, sentando las bases de una colaboración intermunicipal en la que el personal técnico y político comparte empeño por emplear metodologías de trabajo y fomentar la participación social de abajo arriba. Dándole protagonismo a las asociaciones vecinales, a los equipos deportivos, a los centros educativos, a las tiendas de barrio..., que la han expandido con creaciones propias y propuestas tan diversas como juegos, cadenas humanas, festivales, obras de teatro, recitales poéticos y muchos vídeos que consiguieron viralizar la acción en las redes sociales. Así se ha convertido en una acción social transmedia que crea redes entre las instituciones y la ciudadanía, canales que sitúan las violencias de género en el centro del discurso, consiguiendo llegar a ámbitos donde nunca antes se habían realizado acciones de este tipo, buscando involucrar al tejido económico, asociativo, educativo, deportivo, cultural y social, en una respuesta colectiva al rechazo de la violencia de género y los asesinatos machistas. Con este ánimo de traspasar ámbitos y territorios, y gracias al Encuentro Nacional de Diseño celebrado en Murcia, donde

coincidimos un grupo de diseñadoras, decidimos hacer lo propio en nuestro ámbito y tomar el nombre de *Gráficas en Negro* para incidir en el tema en nuestro sector.

### **Diseñando un mundo mejor**

Sabemos el potencial que posee el diseño y esta no es la primera vez que se reivindica como un mecanismo eficaz para alcanzar la justicia social. La historia del diseño está llena de ejemplos en los que este se ha puesto al servicio de las luchas del momento e incluso ha tenido un papel clave en los cambios que se derivaron de ellas.

El diseño es una de las herramientas básicas en la creación del imaginario colectivo, y, como tal, es un instrumento que debe utilizarse con gran responsabilidad. Es comunicación y, por tanto, también es educación. Desde esta perspectiva, es fácil comprender que nuestro trabajo puede proyectar una sociedad desigual o igualitaria, puede ayudar a perpetuar estereotipos machistas o hacerlos desaparecer, puede mantener una ideología o iniciar el debate, etc., y está en nuestras manos decidir qué mundo queremos construir a través de nuestro trabajo.

Tal y como afirma Lucienne Roberts: «El diseño gráfico es una poderosa herramienta para hacer el bien y el mal, tal como puede verse en la propaganda de guerra o política. (...) Casi cualquier decisión que tomamos como diseñadores posee una dimensión ética que nos obliga a equilibrar fuerzas como individuos responsables.» Así que la cuestión es si utilizamos el diseño para equilibrar o si vamos a continuar manteniendo la balanza con un peso desigual a través del ejercicio de nuestra profesión.

Como mujeres, la mayoría de nosotras sabemos —o queremos pensar— que somos una generación de transición. Nos encontramos en una situación en la que ya no de forma individual, sino como colectivo, nos hemos decidido a replantearnos todo lo aprendido, a desaprender diariamente cuestiones que hasta ahora parecían inmutables y a cuestionar todo aquello que ha supuesto que la desigualdad global entre hombres y mujeres esté normalizada.

Este análisis nos ha colocado en una situación en la que todavía tenemos que hacer frente a la desigualdad en nuestro día a día y, además, intentar acabar con ella para que la próxima generación herede una sociedad más justa.

Si bien hay un sentir general de que las cosas están mejorando, la alarma sanitaria que nos ha tocado vivir ha puesto muchas cosas *patas arriba*. Las crisis siempre ponen a prueba la fortaleza de los logros sociales y derechos que a veces creemos ya consolidados. Así, como mujeres trabajadoras, en esta pandemia hemos sido testigos de la fragilidad de la corresponsabilidad y de los roles establecidos en la sociedad actual. El confinamiento, precisamente dentro de nuestras casas, ha hecho visible una realidad que las estrategias de la vida diaria ocultaban. Sin disponer de guarderías, colegios, actividades extraescolares o familiares de apoyo, la responsabilidad de los cuidados ha vuelto a recaer sobre nosotras, así como las consecuencias de ser madres y profesionales en una sociedad que no ha alcanzado todavía la igualdad real.

Para poder cambiar las cosas debemos ser conscientes de cómo hemos llegado hasta aquí. Las diseñadoras, como mujeres nacidas y criadas en la sociedad actual, hemos crecido adquiriendo de manera casi irremediable una relación directa con los cuidados. Como mencionábamos anteriormente, nosotras también somos herederas de generaciones anteriores, en este caso, mujeres dedicadas de forma exclusiva a la crianza, el cuidado de la familia y de nuestros mayores, e incluso de nuestras comunidades. Una realidad que nos ha configurado, de forma mayoritaria, para que el cuidado forme parte intrínseca de nuestra personalidad y sistema de valores. Esto se refleja de forma clara en el mundo profesional, donde las estadísticas revelan una clara preferencia femenina hacia profesiones relacionadas con el cuidado de los demás y el bienestar social. Algo que también se hace patente en el mundo del diseño, donde las iniciativas de diseño feminista, diseño social y diseño sostenible son una muestra más del intento de las mujeres de aprovechar nuestro potencial profesional para aportar soluciones a problemas sociales y a buscar el bien común.

Ahora nos encontramos en el momento de diseñar *la nueva normalidad* y esta experiencia tiene que mostrarnos aquellas debilidades del sistema que debemos cubrir para seguir avanzando en igualdad. Si algo hemos aprendido es que tendremos que diseñar un mundo en donde las mujeres no seamos las apagafuegos sociales, construir nuestro rol desde la capacidad y la elección, sin renuncias ni culpas ni castigos. Con ciudades, casas, objetos y servicios pensados para nuestros cuerpos y nuestras necesidades. Si construimos desde una perspectiva feminista, estaremos construyendo una sociedad más accesible e igualitaria. Pero para ello, consideramos imprescindible que la Administración y todas aquellas empresas e instituciones realmente comprometidas con el cambio incorporen a diseñadoras en todos los equipos multidisciplinares.


En la actualidad ya se ha empezado a romper las líneas convencionales del diseño racionalista por obras fragmentadas, ensambladas y universales. En el campo tecnológico, por ejemplo, se pueden encontrar diseños e investigaciones para mejorar la vida de las mujeres, como diversas aplicaciones (*apps*) que pueden ayudarnos en casos de agresión, o el desarrollo de objetos inteligentes, tales como las copas menstruales controladas por *apps*. Las diseñadoras feministas compartimos también una visión interseccional, descolonial y sostenible, por lo que nos implicamos en la producción local y sostenible, conscientes de que para diseñar ese mundo es necesario cambiar las reglas.

En definitiva, bajo la premisa de que como diseñadoras podemos y debemos presentar soluciones a los problemas que la sociedad nos plantee, tenemos que mostrar una iniciativa de cambio que logre trascender los roles heredados para que la siguiente generación crezca con una nueva perspectiva igualitaria, dando pequeños grandes pasos para alcanzar ese objetivo común. **CAÑ**



¿QUÉ QUERÍAS  
SER DE  
PEQUEÑA/O?



  
DISEÑO

  
MEDICINA

  
VETERINARIA

  
BOMBERO

  
POLICÍA

  
ARQUITECTURA

  
ARTE

Para la portada número 4 nos hemos inspirado en antiguos diseños para establecer un diálogo visual entre el nombre de nuestra revista y la popular danza francesa de finales del siglo XIX, junto con el eslogan del cartel de propaganda *We Can Do It!*, creado por J. Howard Miller en 1943, que intentaba animar a las mujeres norteamericanas durante la Segunda Guerra Mundial. Por cierto, según la biblioteca de *Ciudadadeladanza*, el cancan o can-can es un compás de 4 tiempos de 4. Quizás por eso, el célebre cartel *La Troupe de Mademoiselle Eglantine*, creado por Toulouse-Lautrec en el año 1895, contiene 4 bailarinas :)



