

La Formación del estudiante en diseño del “no lugar”. El caso de aula. Señalización del “Museo Eduardo Sívori”

José María Doldan (*)

Resumen

El Funcionalismo es la primera referencia espacial en la que se han formado los docentes de hoy en día, donde se considera que el fin último de los espacios construidos es su utilidad. Pero hay otras funciones cuyas características no se derivan de la perfecta adecuación material y formal, sino que va ligada a las significaciones simbólicas. Podemos hablar de un diseño del espacio cuya función radica en ser, precisamente, símbolo. Tradicionalmente, el espacio símbolo ha estado al servicio del poder político y eclesiástico, mientras que hoy son cada vez más numerosas las referencias al poder de las corrientes económicas de la sociedad. El problema sustantivo de los docentes en la actualidad es saber cómo conjugar las propuestas racionalistas donde hemos sido formados, con las nuevas corrientes en las cuales se desempeñará el alumno. Ese es nuestro desafío.

Palabras Clave: Señalización – Espacios Simbólicos – Arquitectura – Hábitat

El punto de partida de este escrito, pensado para exponer y debatir en el Congreso de la Enseñanza del Diseño de Julio 2011, que organiza la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, pretende ser la descripción de nuestro equipamiento cultural, es decir, saber qué nos pasa, dónde estamos parados y qué herramientas tenemos para la reflexión en cuanto a trasmisión de saberes.

Casi todos los docentes nos hemos formado en la segunda mitad del siglo XX. Entonces, la primera referencia espacial de la que se parte es la del Funcionalismo. Esta teoría, que se genera en Weimar, Alemania, en la Bauhaus en el segundo decenio del siglo, considera que el fin último de los espacios construidos es su utilidad. La función utilitaria del espacio construido se cumple desde el momento en que un edificio es habitable o se ajusta a la misión para la que ha sido creado. Su mayor o menor calidad depende, según esta concepción, de la adecuación de los materiales y de las formas, a las necesidades de sus habitantes o usuarios.

Pero el ser humano es un animal simbólico. El aspecto simbólico nos remite al concepto que además de la misión utilitaria existen otros tipos de función. Así lo explicita Siegfried Giedion en su libro “Espacio, tiempo y arquitectura”. Se refiere concretamente a una función cuyas características no se derivan de la perfecta adecuación material y formal, sino que va ligada a las significaciones simbólicas. Podemos hablar de espacios cuya función radica exclusivamente en ser símbolo.

Como en todos los períodos históricos, hoy en día la mayor parte de las construcciones existentes centran sus esfuerzos en la consecución de la función utilitaria. No obstante, junto a estas edificaciones se han venido dando otro tipo de espacios construidos para los que la función preponderante es la simbólica. En algunos casos la función simbólica de la construcción tiene tal trascendencia que el edificio carece de cualquier otro sentido fuera de ella; diríamos que más que un espacio habitable es un monumento.

Tradicionalmente, los espacios simbólicos han estado al servicio del poder político y eclesiástico, mientras que hoy son cada vez más numerosas las referencias al poder económico. La que algunos estudiosos denominan “arquitectura de la autoridad” no se manifiesta por igual en todos los períodos históricos, sino que en algunos de ellos alcanza un mayor desarrollo.

Los espacios simbólicos en la historia

El significado del diseño se manifiesta a través del espacio, de los volúmenes y de las formas abstractas propias del lenguaje espacial. Los imponentes volúmenes característicos de los imperios del Próximo Oriente no eran sino la manifestación palpable del poder absoluto de sus gobernantes. Las puertas de acceso a las ciudades mesopotámicas, en las que el arco de medio punto entre las torres que las formaban era la representación de la bóveda celeste, símbolo subrayado por el uso de ladrillos vidriados en azul que recubrían toda la composición. Éste era el marco elegido por el soberano para sus apariciones públicas. Al decir de Albert E. Essen, los espacios construidos eran un símbolo del poder. El símbolo del arco pasó a Roma que lo adoptó en los arcos de triunfo. Como ocurría en la arquitectura egipcia, la romana expresaba la fuerza del imperio y el poder de sus emperadores mediante construcciones de monumentales.

En la Edad Media, las construcciones civiles representativas estaban al servicio de los príncipes y grandes señores, que hacían construir grandes castillos que abrumaban, al mismo tiempo que infundían seguridad, a sus vasallos. También al medioevo pertenece el símbolo de las grandes torres de los edificios comunales en Italia, que tenían por finalidad comunicar que la ciudad que las había levantado era independiente; por ejemplo las torres del Palazzo Vecchio de Florencia.

En los interiores cristianos, los símbolos pueden encontrarse también en las plantas utilizadas para sus construcciones: así, las plantas medievales en forma de cruz latina son una alusión explícita a la Pasión de Cristo mientras que las plantas circulares, propias del Renacimiento, son una referencia a la perfección e infinitud del Universo.

Los palacios florentinos, con su austera y maciza rotundidad, nos hablan del poder de la clase social que los erigió, las villas del Cinquecento revelan las características de los aristócratas comerciantes que las idearon: refinadas residencias de recreo a la vez que efectivos y funcionales centros de trabajo agrícola en la Terra Ferma veneciana. Luego durante el Barroco, los espacios de las monarquías y de la iglesia alcanzaron uno de sus puntos más elevados en cuanto a valor simbólico y propagandístico. Los grandes palacios europeos, como Versalles, ponían de manifiesto el inmenso poder del régimen absolutista, al tiempo que los templos contrarreformistas anunciaban y vendían los ideales del Concilio de Trento, en un uso del espacio verdaderamente propagandístico y publicitario.

El Neoclasicismo, que tomó el lenguaje clásico, construyó edificios de muy diversa envergadura. Valgan por ejemplo los capitolios de las nuevas repúblicas en el Siglo XIX, cuyas enormes cúpulas, son el símbolo de un nuevo estado, el republicano, cuya ley iguala a todos los ciudadanos.

El diseño interior, como parte de la arquitectura es un símbolo de poder que se mantiene entre nosotros. A principios del siglo XX, y coincidiendo con la arquitectura modernista, poco adecuada para representar el poder y la ideología de Estado, surgió una corriente historicista, denominada por H. R. Hitchcock "Nueva tradición", a la que corresponden la mayor parte de los edificios símbolo de la primera mitad de nuestro siglo.

Los dos momentos más significativos del diseño simbólico de principios del siglo XX son el de la Italia fascista de Mussolini y el de la Alemania del Tercer Reich. Podemos decir que, por lo general, el lenguaje que mejor se adapta a las exigencias de los mencionados regímenes es el clásico. Es un código que no presenta en sí ningún contenido ideológico, por lo que resulta especialmente idóneo para interpretar en cada momento la retórica del mensaje deseado.

En la Italia fascista se dio el mismo fenómeno bipolar: la arquitectura del Movimiento Moderno, concretamente el Futurismo, frente a la tradición clásica que se presentaba bajo dos versiones, la racionalista y la historicista. El fascismo se dio cuenta que el Futurismo, austero, dinámico e intelectual, no servía para representar la ideología

nacionalista y optó por un estilo clasicista que culminaría en la artificial EUR del año 1943.

En Alemania, donde el racionalismo del Movimiento Moderno, considerado degenerado y cosmopolita, fue aniquilado en 1933, no se optó por un solo tipo de arquitectura representativa, sino que hizo uso de diversidad de ellas, adaptándolas a usos específicos. Un cierto "racionalismo" se utilizó en la construcción de fábricas; una arquitectura de carácter pintoresco que representaba una vuelta a los orígenes rurales se usó para construir complejos de viviendas obreras, reservándose para los edificios oficiales el lenguaje clásico de proporciones colosales, heredero de la denominada "Nueva Tradición", del que los diseñadores Troost y Speer fueron los máximos cultivadores.

Hemos visto algunas realizaciones retórico-simbólicas del lenguaje clásico en nuestro siglo; no obstante, lenguajes no clásicos del diseño moderno son también susceptibles de ser utilizados como vehículos transmisores de mensajes de poder. Este es el caso justo a mitad del siglo, de las arquitecturas de Oscar Niemeyer, en la ciudad de Brasilia, y de las construcciones de Le Corbusier en Chandigarh, India.

Diseño simbólico en el siglo XX

El teórico canadiense Marshall McLuhan ya en los años 70 comienza a hablar de la Aldea Global, la galaxia Gutenberg que se va transformando en la galaxia Marconi, una verdadera aldea global donde se usa fuertemente la tecnología y se habla inglés. El mundo es una ciudad única y homogénea, que no es otra cosa que el concepto físico espacial de la globalización, y es el poder hegemónico de las empresas frente a las "particularidades" (y debilidades, digámoslo) de los estados.

En esta aldea global, que cubre los fines del Siglo XX, encontramos tres órdenes distintos de espacios representativos:

- Por una parte y fundamentalmente, la tipología espacial creada para las grandes entidades crediticias que, a través de sus imponentes edificios, desean poner de manifiesto el poder, la seguridad y la solidez de sus fondos. Los bancos son las catedrales del Siglo XX.
- Otra tipología a menudo utilizada por el poder político y las multinacionales es la de los museos o centros de arte y exposiciones. La utilización mediática que puede hacerse de la cultura ha llevado a la proliferación de este tipo de centros, bien sean edificios nuevos o espectaculares ampliaciones de instalaciones precedentes, como es el caso de la pirámide vidriada del Museo del Louvre de Ming Pei, la ampliación de la National Gallery de Londres de Robert Ventura, o el Carré d'Art de Nîmes, obra de Sir Norman Foster o el Guggenheim de Bilbao, obra de Frank Gehry.
- El tercer orden son las construcciones efímeras, repletas del significado del poder de las empresas y corporaciones multinacionales. Lo encontramos en los grandes pabellones de las exposiciones internacionales, valga por ejemplo la de Sevilla 92: la mayor parte de las empresas intentaron plasmar en esas construcciones, destinadas a desaparecer, el espíritu y la imagen que querían brindar de sí mismas al mundo.

El espacio del hábitat, lugar y "no lugar"

Para Camille Sitte, es fundamental el análisis de trabajos de investigación destinados a encontrar y preservar el *genius loci*. Esta expresión viene de la antigua Roma, aunque ellos lo interpretaban como el Dios o la deidad del lugar, y no como el carácter, o "clima" como se lo entiende en la actualidad. El mismo poeta Federico García Lorca habla del *genius loci*, pero lo define como el "duende" de cada lugar. Se define entonces como lugar, el espacio donde se puede leer la identidad, la relación y la historia.

El primer comentario que es modificador de este concepto es la globalización en un mundo integrado y homogeneizado por las intercomunicaciones del espacio, las telecomunicaciones, las nuevas formas de trabajo y el impacto tecnológico. El lugar del hábitat, en toda su variedad de posibilidades, condensa en sus espacios,

numerosos aspectos de la actividad humana, el poder de comunicación se sobreañade a las funciones estrictamente utilitarias. Es el antropólogo francés Marc Augé, que ya en los 80, comienza a hablar y es el teórico de la sobremodernidad, y como testigo de la época describe:

- El paso de la modernidad a la “sobremodernidad”, desde una apreciación del tiempo. Exceso de la información, exceso de la imagen, exceso de comunicación, y paradójicamente, el exceso del individualismo, exceso de la soledad.
- El paso de los lugares a los “no lugares” desde una apreciación del espacio. Los espacios exactamente iguales en todas las partes del mundo, valga por ejemplo los aeropuertos y shoppings idénticos en Shangai o en Madrid, en Londres o en Montevideo.
- El paso de lo real a lo “virtual”, donde solo vale la imagen. Nos rige la pantalla. La oficina puede no existir como tal, o ser un café, o una mesa en una plaza. Si retomamos la idea del “no lugar”, vemos que es un sitio de paso, donde no se dan relaciones reales. No hay identidad y no hay historia. El concepto del espacio anónimo, y un mundo de soledad. No hay identidad porque la identidad se construye con los otros. No hay historia.

Semántica del espacio habitado. Hipótesis de no lugar

La sociedad moderna y las relaciones entre sus protagonistas cambió de una manera asombrosa en los últimos años. Del estado benefactor, que aparece luego de la Segunda Guerra Mundial, hasta los años 90, hay una incesante pérdida de responsabilidad del estado. Paralela a la declinación del estado de bienestar, y congruente con ella, hay una tendencia de las corporaciones a minorar este estado de bienestar.

Tomemos por ejemplo el mundo del trabajo, donde las nuevas condiciones económicas que afectan la producción y sus relaciones laborales llevaron a contratos más cortos, horarios más extensos, y a una tendencia fuerte hacia la fragilidad del vínculo entre los empleados y las empresas. El tradicional concepto de “relación de dependencia” es cada vez más efímero, más breve, y se tiende al vínculo jornalizado, sobre el antiguo concepto de asalariado. Jornal, jornalizado, vienen de (giorno/giornata), el día, es decir un vínculo diario, renovable en el día a día. De una lectura semántica de los espacios, inferimos el significado atribuible a los mismos, y a todos los espacios que conforman el edificio. Las expresiones sintácticas son las bien formadas respecto al pensamiento original.

La sintaxis estudia las reglas y principios que rigen el ordenamiento, que se extienden a todos los espacios y crean la noción de serie, de sistema; un todo orgánico, regido por leyes precisas. Dentro de los espacios de trabajo, más precisamente de las oficinas, hay un espacio privado, un espacio social y sus distancias. De la lectura semiológica de estos espacios, podemos inferir que reflejan de manera exacta las nuevas relaciones y condiciones del mundo del trabajo, y proponemos la hipótesis que son “no lugares”.

Para su demostración anotamos las siguientes características:

- **Estar de paso.** El espacio de trabajo ya no es fijo y estable. Es móvil y es cambiante. El empleado tiende a sentirse “de paso”, sin generar en ese espacio identidad, ni historia, ni marcarlo como su territorio. El espacio de trabajo es un espacio anónimo y efímero.
- **Las pantallas.** El mundo de las pantallas crea las relaciones ilusorias. Así resume Marc Augé la percepción del mundo a través de las pantallas y fomentan la dilución de los espacios de intercambio en las sociedades actuales. El antropólogo Augé es conocido como un gran observador de la vida cotidiana y reconocido, sobre todo, por su teoría de los No-Lugares. Pantallas en el asiento del avión, en el del subterráneo. La ilusión de la pantalla contribuye a la no lugarización, la pantalla te sustrae del lugar.

• **Vínculo con el exterior.** Relación por afuera del espacio de trabajo, sí con el exterior, es como si el individuo quedara descentrado en la relación consigo mismo. Existe a través de las imágenes y establece relaciones de tipo ilusorio con el resto del mundo. La virtualidad es como una ventana al mundo, pero una ventana de la que no tienen las llaves. Se puede hablar también de una no lugarización de nuestra relación con el exterior. Estamos viendo que la gente puede votar desde su casa a través de su computadora. Puede que ése sea el último paso para la conversión del espacio privado en espacio público. Puede ser el colmo de la ilusión, porque la ilusión es que todo pasa a través de las pantallas. El conocimiento que tenemos es el conocimiento de las imágenes y los mensajes concebidos para la pantalla. Es decir que hay una fuerte distorsión.

• **El tabicamiento.** Son para la no-distracción o la atención al cliente. Quitar la perspectiva de visualización, el contacto con el de enfrente, el vínculo. Tanto pantallas como el tabicamiento transforman al lugar de trabajo en un cibercafé, un lugar masivo, con exceso de tecnología, pero sin comunicación entre los individuos

• **Individualización pasiva.** Vivimos en un mundo bien controlado. Estamos en una etapa de individualización pero es una individualización pasiva, es una individualización de consumo bajo la mirada de las cámaras de vigilancia. Y eso en algún sentido define un universo totalitario. Podría decirse, por un lado, que hay una frontera cada día más problemática entre democracia y autoritarismo. Y por otro lado, que estamos cruzando la frontera entre realidad y ficción. La ficción que presenta la televisión tiene un aspecto ambiguo y, en cierta forma, nuestra realidad no es más que este tipo de ficción.

• **La circulación.** Los espacios de circulación son aislados del contexto del lugar. Son verdaderas barreras visuales. Lugares en los que no hay posibilidades de establecer relaciones duraderas o tejer una historia en común. Es un espacio solamente de tránsito, pero no de encuentro.

• **Anonimato.** Estos factores sumados tienden a la creación de un mundo anónimo, sin referencia ni nombre. Espacios sin vínculos afectivos, sin historia. Son los “no lugares”.

Centro y periferia

En la sintaxis del poder reflejado en los espacios, y siguiendo con el ejemplo de oficinas, se observa claramente un desarrollo de territorialidad desde un centro (lugar de conducción), hasta una periferia (empleados comunes). Este centro y periferia no son conceptos geométricos, sino conceptuales. Pudiendo haber inclusive, un área intermedia.

Hagamos ahora la lectura de estas áreas:

- **El centro.** Dentro de la investidura del “centro”, se encuentra un lenguaje especialmente significativo, que se evidencia en una opulencia manifiesta, riqueza, poder, control, seguridad y fuerza. Este carácter espacial es fácilmente visualizable en:
 - a. La opulencia espacial. Los materiales son especiales, ricos y muy costosos. El espacio es sobredimensionado y excesivo, es decir, con un uso dilapidario. Se incorporan objetos de arte y prima sobre todo el concepto de exceso espacial. Puede haber un ascensor exclusivo para el personal jerarquizado.
 - b. El amoblamiento. De grandes marcas del mercado y de grandes diseñadores, clásicos y modernos. La factura de los mismos es de madera natural, y los tapizados de cuero.
 - c. Los solados importantes. Siempre diferenciados del general. Alfombras de calidad, y baldosas vinílicas. Mármoles o granitos. Maderas naturales.
 - d. Las visiones especiales. Generalmente los espacios del centro tienen las vistas al exterior, o las vistas jerarquizadas al pulmón de manzana. Las visiones jerarquizadas son también un valor diferencial.
 - e. Iluminación especial. Se encuentran artefactos especiales de muy buen diseño. El proyecto lumínico es más similar a una propuesta hogareña que a lo empresarial.

f. Alta privacidad. Reserva y confiabilidad de la información son los hitos más destacados de estos espacios. Hermetismo espacial, sin transparencias, sin visuales desde otros ámbitos. El concepto de clausura, y el concepto de área privada.

• **La periferia**. En la lectura semiológica de los espacios que conforman la periferia, se visualizan:

g. Lo standard. Este es el concepto con que se definen las instalaciones y el equipamiento. Se ven solamente productos de línea y homogéneos en toda el área periférica.

h. Pool de secretarias. Salida de las distintas áreas de la secretaria, y pasa a formar un solo núcleo, donde no existen espacios de tiempo libre. Mayor eficiencia y control del equipo. Se homogenizan y despersonalizan los vínculos de las secretarias y los empleados.

i. Secretarias virtuales. El teletrabajo cuesta a la empresa un 50 % menos. Pero con el plus de: menor costo operativo, sin cargas sociales, sin jubilación, sin dificultades de la convivencia, óptimo presentismo ya que no hay ausencias y formas múltiples de recuperación del trabajo. No hay espacios libres, o espacios muertos de las secretarias. Eliminación de controles. Adecuación a diferentes horarios, o a horarios residuales o poco frecuentes.

j. Desterritorialización. El espacio cambiante, modificable, es propio de la periferia. Este espacio variable impide la creación de un territorio espacial propio.

k. Imagen corporativa. Las marcas son una “marca” de la modernidad. Estar amparado en una marca, como en una religión. Estas marcas aparecen constantemente en la infraestructura de las empresas, pero siempre en la periferia.

l. Color institucional. Las marcas y los colores que las identifican son de uso en todo el espacio periférico. Desde lo espacial hasta los uniformes de los empleados pueden llegar a estar involucrados en esta estética.

m. Imagen de alta tecnología. Los empleados son los que manejan la tecnología, que los gerentes pueden desconocer. Por lo tanto es en la periferia donde se observan las tecnologías de punta.

n. Comida y descanso. Estas áreas lúdicas hacen de la oficina un lugar paradisíaco de descanso, para determinados horarios. Son una parte importante para retener a los empleados, mejorar la performance de trabajo y por otro lado directamente obtener mejores resultados para las empresas. Se da un aspecto de gran libertad e innovación. Espacios lúdicos decontracturados, transgresores, divertidos.

Caso de aula para reflexión: “Señalización del Museo Sívori”

Un tema concreto con el cual se enfrenta el docente en el aula, es la confrontación entre las corrientes racionalistas que representan a la academia y la universidad, y por otro lado las corrientes sobremodernistas que representan al mercado y el consumo. En un tema concreto de resolución áulica sobre la señalización del “Museo de Arte Contemporáneo Eduardo Sívori”, se planteó este dilema de difícil resolución. El ordenamiento y la regulación del espacio interior con señales, ameritaba una solución racional, que fue desestimada en función de la imagen del museo en la sociedad, el impacto en el barrio y la reducción de costos del sistema. Vemos, en las imágenes que nos acompañan, uno a uno, los ejemplos gráficos que clarifican el problema.

La problemática sustantiva de los docentes de Diseño Interior en la actualidad es saber cómo conjugar las propuestas racionalistas, como hemos dicho al principio: donde hemos sido formados, con las nuevas corrientes en las cuales se desempeñará el alumno, donde algunos de sus principios contradicen los fundamentos racionalistas y funcionalistas.

Nuestros alumnos, en su ya vecina vida profesional, se desempeñarán en un mundo globalizado, con reglas claras y precisas sobre lo que pretende el comitente del

espacio interior que le ha encomendado diseñar. Son reglas fuertemente marcadas por la comercialización, la competencia, la constante valoración de las ventas, el posicionamiento de sus productos, su marca y la estricta economía en los gastos.

De aquí emerge entonces el núcleo del problema, cómo formar a los estudiantes de Diseño. O los formamos en la corriente racionalista y funcionalista, sabiendo que tendrán dificultades en la vida profesional, o los formamos para diseñar la aldea global y el "no lugar", despreciando los valores básicos de relación del ser humano, su relación con el espacio construido y la identidad, e inculcándole una mirada donde prima el economicismo, el lucro y la reducción de costos.

¿Puede haber una postura intermedia?, que consista en formar a los alumnos en la racionalidad y el funcionalismo y a la vez que tengan la flexibilidad para abordar encomiendas profesionales "sobremodernas". ¿Se puede formar un profesional versátil, sin ideología, que se vaya adecuando a diversas propuestas, incluso a las que sean contrapuestas?, ¿Se puede estar encabalgado entre estas dos posturas?, ¿Hay una postura mestiza que reúna lo positivo de cada propuesta?

¿O debemos cambiar los académicos?, y efectuar una incorporación al cuerpo docente de noveles profesores con una mirada excluyentemente sobremoderna?

Este es nuestro desafío.

Referencias Bibliográficas

Augé, Marc (1992), *Los no lugar. Introducción a una antropología de la sobremodernidad*, Edit. Seuil, Barcelona, España

Doldan, José María (2009), *El espacio interior como comunicación y significación*, Cuadernos de Reflexión académica p.p. 38 a 41, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires.

Doldan José María (2010), *Entrevista del autor a Marc Augé en la Alianza Francesa*, martes 31 de Agosto de 2010, Buenos Aires

Giedion Sigfried (1975), *Espacio tiempo y arquitectura*, Ed. Reverté, Quinta Edición, Barcelona, España.

Hitchcock H. R. (1993), *Romanticismo en la arquitectura moderna*, Ed. Da Capo Press, New York, USA

McLuhan, Marshall (1989), *La aldea global*, Oxford University Press, Oxford, Reino Unido.

(*) **José María Doldan**. Arquitecto Urbanista (UNR, 1974). Master en Educación Superior (UP-UNESCO, 1998). Profesor de la Universidad de Palermo en los Departamentos de Diseño Visual, Investigación y Producción y el de Teatro y Espectáculo de la Facultad de Diseño y Comunicación. Es docente en otras Universidades e Instituciones. Es miembro del Consejo Asesor Académico de la Facultad y coordinador de ese cuerpo colegiado. Forma parte del Comité de Arbitraje para publicaciones del CEDyC. Es coordinador del proyecto de Transferencia de Tecnología hacia la Universidad ORT de Montevideo (Uruguay), Miembro del Comité Evaluador de Postgrado y responsable del Programa de Vínculos Internacionales de la Facultad. Se especializa en señalética urbana, área donde tiene varias publicaciones. Perteneció a la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 1992. Durante su actividad en la misma ha publicado: "El Diseño que trajeron los Inmigrantes, 1870-1914" (1993), "El aporte de diseño de la inmigración. La gráfica en fachadas y en los hierros" (1994), "El impacto de las nuevas tecnologías computacionales en el abordaje de la enseñanza del diseño" (2000), "Producción, creación e investigación" (2001), *La comunicación en el escenario urbano. El uso de los códigos cromáticos, icónicos, acústicos, táctil y tipográfico* (2002 a), "Sistema señalético para el Museo de Arte Moderno de la Ciudad de Buenos Aires" (2002 b), "Redes universitarias" (2002 c), "El impacto del trabajo en el hogar y su materialización" (con Jacobo, Marcela 2003a), "La ciudad como espacio de comunicación" (2003 b), "Articulación del proceso de aprendizaje con la transferencia tecnológica a la comunidad" (2004), "El escenario urbano como espacio de significación" (2005), "Algunas ideas sobre investigación" (2005), y "Evaluación de Aprendizajes" (2005), "Del ejercicio de simulación a la praxis profesional concreta" (2006).