



## **LAVARROPAS VERDES: INDUSTRIA, DISEÑO Y VIDA DOMÉSTICA EN ARGENTINA 1960-2015**

**GRYNBLAT PIPMAN, Luciana**

[lgrynblat@gmail.com](mailto:lgrynblat@gmail.com)

CEPRODIDE FADU UBA

### **Resumen**

La pregunta de investigación indaga cuál es la relación que se entabla entre el consumidor y el proceso de la tecnificación del hogar que genera sentidos mediante la difusión de artefactos domésticos.

Se propone realizar un recorrido por las diferentes etapas industriales que atravesó la Argentina con el fin de observar la función simbólica del producto como mediador, haciendo foco en el lavarropas, con el objetivo de entender los ensamblajes domésticos (lavarropas, familia, el rol de la mujer, la evolución de roles familiares y el servicio doméstico).

El lavarropas, producto central del medio doméstico, configura un sistema donde la importancia relativa de los insumos y las tipologías resultantes están fuertemente ancladas en factores locales, aun de naturaleza cultural e idiosincrática. Se propone dividir las etapas industriales en tres períodos: del 60 al 80, los años '90 y la post crisis del 2001, observando épocas con políticas inclusivas y de promoción del desarrollo local en oposición a otras de apertura de importaciones como la década del '90, con el objetivo de poder contrastar los niveles de inclusión, los roles familiares y la situación del diseño nacional en cada período en relación al agregado de valor al proyecto nacional de industrialización en marcha.

Nos interesa la relación del lavarropas con los cambios en el rol de la mujer. ¿Fue el producto una máquina de liberación de la mujer?



Pretendemos explorar cómo incidió el artefacto en la relación de la mujer con el hogar, su nuevo rol dentro de la familia, el tiempo libre y en la configuración de las luchas hacia una igualdad de género.

Con el propósito de precisar cómo se inserta el diseño y cómo actúan los productos como ensambladores de las dinámicas familiares, se planifica hacer un estudio de casos. Observar empresas y publicidades del producto con el fin de caracterizar, conceptualizar y medir qué pasa y cómo se posiciona el diseño en un país periférico. Se abordará a partir de un estudio socio técnico, tendiente a reconstruir las decisiones en torno al artefacto y como inciden y se cristalizan en el cambio social. A partir también de observar los contextos de esos cambios se pretende interpretar los modelos de desarrollo y cómo se generan las capacidades en un mercado emergente. En particular como el uso del lavarropas se fue extendiendo en las clases populares y las variaciones generadas en los niveles de inclusión social.

### **Palabras clave**

Ensamblajes domésticos, Etapas industriales, Rol de la mujer, Inclusión social, Lavarropas

### **Introducción**

El universo de los electrodomésticos surgió en Argentina como consecuencia de la creación o configuración de un mercado masivo de artículos eléctricos para el hogar que tuvo su origen en la década de 1940, coincidiendo con el desarrollo e impacto también masivo de las representaciones del habitar y el vivir moderno (Álvarez Caselli, 2011).

Nuevos bienes tecnológicos fueron considerados atractivos y deseados por los sectores medios de la población y se constituyeron como símbolos de estatus. La radio, que ocupaba un papel preponderante sobretodo en los espacios de la cocina y el comedor, la máquina de coser que usualmente se presentaba como la mejor amiga de la mujer, la plancha en sus versiones mecánica y eléctrica y la enceradora. Si bien este fenómeno comienza a transitarse desde mediados del siglo XX, podemos afirmar que la plena modernización tecnológica del hogar no se masifica en Argentina sino hasta la década del '60. Momento en el que a la primera generación de artículos



domésticos portátiles como la juguera, la plancha o la enceradora se les agrega una segunda camada de bienes modernizadores de mayor envergadura, complejidad y costo; como el lavarropas, el televisor o la heladera.

A partir de la difusión, experiencias, usos y apropiaciones de los artículos domésticos, el acceso a estas nuevas tecnologías significó, en primer lugar, un problema productivo, como reflejo de las oportunidades y condiciones económicas y los procesos industriales que se fueron sucediendo. Y en segundo término un cambio de índole cultural, estrechamente vinculado a la adopción de determinadas pautas de vida, que abarcan desde los gustos personales hasta los valores simbólicos otorgados a los artefactos y espacios domésticos (Álvarez Caselli, 2011).



## El diseño en la industrialización periférica

La industrialización de la Argentina se origina contemporáneamente con la integración a la división internacional del trabajo del modelo agroexportador que comenzó hacia fines del siglo pasado. Luego de la crisis del '30 se produce la ruptura de este modelo y se profundiza el desarrollo industrial a partir de un modelo de sustitución de importaciones. Entre las décadas del 1950 y 1970, en Argentina y en la región se desarrollaron experiencias con una activa participación del Estado como coordinador, planificador y promotor del desarrollo económico. En estos procesos, se observaron mejoras en la distribución del ingreso y en la calidad de vida de la población como consecuencia de la profundización de la actividad industrial, entendida como actividad agregadora de valor a los recursos naturales, generadora y difusora de progreso técnico y promotora de empleos mejor calificados (Peirano, 2014).

Esto se reflejó en un incremento de la población en las zonas urbanas y una incipiente cultura de masas que propició inéditas prácticas de consumo asociadas al autocuidado, la higiene, los hábitos alimentarios y la modernización del habitar doméstico (Álvarez Caselli, 2011).



Esta etapa histórica fue violentamente clausurada a finales de la década de 1970 a partir del quiebre del ordenamiento democrático provocando una extraordinaria regresión social que desarticuló las bases políticas de aquellos objetivos de transformación económica.

A partir de ese momento, aquellas condiciones de desarrollo basadas en la sustitución de importaciones, sostenidas en un discurso donde se consideraba el desarrollo científico y tecnológico como una condición necesaria para generar el desarrollo económico y social de los países periféricos, originadas a partir del Pensamiento Latinoamericano de Ciencia y Tecnología, son dejadas de lado clausurando la búsqueda de modelos de desarrollo desde la periferia basados en la generación y articulación de capacidades tecnológicas locales, para dar paso a procesos de acumulación basados en las ventajas comparativas naturales y en la expansión de las actividades financieras.

Las políticas económicas de la década del noventa estuvieron enmarcadas en llamado Consenso de Washington<sup>1</sup>. En general, los resultados de estas políticas resultaron dramáticos en términos de los indicadores económicos y sociales más representativos, como el empleo, la distribución del ingreso y el acceso a bienes.

Los debates y las preocupaciones sobre el desarrollo, en los que se proponían instrumentos analíticos como “proyecto nacional”, “demanda social de CyT”, “política

---

<sup>1</sup> El término Consenso de Washington fue acuñado en 1989 por el economista John Williamson. Su objetivo era describir un conjunto de diez fórmulas relativamente específicas, el cual consideró que constituía el paquete de reformas “estándar” para los países en desarrollo azotados por la crisis, según las instituciones bajo la órbita de Washington D. C. como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial y el Departamento del Tesoro de los Estados Unidos. Las fórmulas abarcaban políticas que propugnaban la estabilización macroeconómica, la liberalización económica con respecto tanto al comercio como a la inversión, la reducción del Estado, y la expansión de las fuerzas del mercado dentro de la economía interna.



implícita y explícita”, “estilos tecnológicos”, “paquetes tecnológicos” originados a partir de la propuesta de pensamiento de autores como Amílcar Herrera, Jorge Sábato y Oscar Varsavsky, fueron relegados por el predominio intelectual y político de recetas uniformes sobre supuestas buenas prácticas técnicas e institucionales. Sin embargo, a lo largo de esta nueva etapa se generalizaron y agudizaron las inequidades y se ampliaron las brechas económicas y sociales en los países del centro y la periferia.

Luego de la crisis del 2001, tras dos largas décadas de estancamiento relativo, el retorno del crecimiento económico, desencadenó la necesidad de discutir con profundidad la naturaleza, determinantes y límites de este nuevo proceso, sobre todo a partir de la necesidad de planificar políticas a largo plazo, capaces de imprimirle un carácter duradero (Peirano, 2014).

Para una resolución virtuosa de estas dinámicas será clave, tal como lo plantea Aldo Ferrer, el fortalecimiento de la capacidad local de generación y absorción de conocimiento científico y tecnológico.

Es en relación a esto comienza a madurar el rol del diseño desde un país en desarrollo, en tanto periférico. Según Gui Bonsiepe, El diseño en la periferia no se reduce a cuestiones de estética, estilo, de (buena) forma; tampoco a cuestiones de patología del consumo y del *styling*. Sino que debe pensarse desde los contextos locales trazando los contornos de una política tecnológica autocentrada con la que se crean productos con calidad funcional, estética y técnica capaces de atender mercados internos y externos (Bonsiepe, 1995).

Se observa, en este nuevo proceso de crecimiento económico, una importancia creciente concedida al diseño en las políticas públicas, con subsidios destinados a dinamizar contextos locales, posicionar producciones artesanales, dar visibilidad y fortalecer actividades productivas ya existentes con recursos de diseño (Galán 2008). El diseño se vinculó a los procesos regionales desde la Universidad y desde las instituciones científicas con impactos aún no establecidos.

Esto originó que se conforme un usuario medio, con una valoración de la oferta nacional, con un producto accesible a través de crédito específico.

### **El símbolo del nuevo orden moderno del hogar**

Previamente a la adquisición de bienes domésticos industrializados, los miembros de las familias, sobre todos las mujeres realizaban las tareas domésticas, como limpiar, lavar ropa o cocinar con prácticas e inclusive utensilios heredados de la tradición familiar.

La inclusión de estos nuevos dispositivos, que efectivamente, simplificaron y disminuyeron la cantidad de tiempo destinado a la realización de tareas hogareñas, sumado también a una nueva categoría de productos industriales destinados al hogar, como alimentos preelaborados, productos de limpieza e inclusive sistemas de muebles modulares, diseñados para la decoración y mantenimiento de las áreas



vinculadas a la modernización de la vivienda (baño, cocina y comedor) determinaron una aceleración y cambio de la rutinas domésticas (Álvarez Caselli, 2011).

La aparición y desarrollo de las tecnologías industriales, la búsqueda de racionalización y estandarización para una producción masiva de objetos fue acompañada de la construcción de un mercado como espacio de intercambio comercial de bienes y servicios y un consumidor con un rol particular en esta dinámica (Becerra, 2011).



A medida que la posibilidad de consumo aumentaba, las tecnologías incorporadas al hogar fueron modificando costumbres, formas de realizar actividades e inclusive incidiendo en los modos de habitar y de relacionarse de las familias.

En este contexto surgieron las distintas disciplinas del diseño, siendo el profesional del diseño quien debía articular las diferentes características tangibles e intangibles de los artefactos que se producían en búsqueda de generar una adecuada vinculación con los usuarios y consumidores (Becerra, 2011).

Al ritmo del desarrollo tecnológico y la progresiva globalización puede identificarse también el desarrollo y la profesionalización de la actividad publicitaria. Durante la década de 1960, se incorpora en las piezas publicitarias la creatividad como signo de diferenciación frente a la competencia. Dando por resultado un cambio en el enfoque de la publicidad, dejando de lado los enfoques racionales para apelar a mensajes simbólicos orientados a generar un vínculo entre el producto y el consumidor.

Por ejemplo, los puntos destacados al publicitar heladeras fueron los relacionados a su altura, su condición hermética, su capacidad de almacenamiento y la seguridad que brindaban al conservar alimentos frescos.

### **El artefacto y el diseño**

Según define la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo, UNCTAD, el diseño de producto y de servicio es el resultado de la creatividad humana expresada como una actividad económica basada en el conocimiento, que



vincula equilibradamente un contenido creativo, un valor cultural y un objetivo de mercado.

Según Beatriz Galán, el individuo se constituye en el trabajo creativo, siendo el hogar la primera articulación proyectual. Los europeos se desplazaron por el mundo llevando su propio hogar consigo, diseminando una cultura mundializada. La coexistencia con ella depende del posicionamiento de los sujetos en esa experiencia universal, y del tipo de asimilación y apropiación desde los valores locales. La apropiación sucede cuando las comunidades se constituyen en sujetos de proyecto y se fortalecen en la promoción de sus derechos. Requiere hacerse cargo de las herencias culturales, resignificarlas y subsumirlas en un nuevo proyecto. Si la sociedad civil corre los límites de la sociedad tal como la conocemos, la actividad proyectual pasa a ser un aspecto clave del desarrollo social (Galán, 2015).

El entorno que nos rodea y sostiene nuestra existencia es eminentemente artificial (Simón, 2006), se compone de una combinación de artefactos, organizaciones, instituciones, etc. que han sido creadas por el hombre para satisfacer diferentes necesidades y transformar el entorno natural en cultural.

Es tarea de los diseñadores producir un mundo de objetos y entornos que apuntan a ayudar y complacer a una variedad de usuarios. El diseño se constituye en un objetivo social esforzándose por enriquecer y fortalecer los lazos sociales (Yaneva, 2009).



Las modalidades de desarrollo tecnológico están estrechamente relacionadas con las configuraciones culturales de las diferentes sociedades, hay una cierta coherencia entre las tecnologías que una sociedad es capaz de crear o de asimilar y el resto de los rasgos culturales que caracterizan a esa sociedad.

El enfoque sistémico de la tecnología consiste en considerar que las unidades de análisis para estudiar las propiedades de la técnica o para construir una teoría del desarrollo tecnológico, no son conjuntos de conocimientos o conjuntos de artefactos,



sino, sistemas tecnológicos. Los sistemas tecnológicos contienen componentes destinados a resolver problemas entremezclados, complejos. Son simultáneamente construidos socialmente y configuran la sociedad (Hughes, 1987). Un artefacto –físico o no físico– funcionando como un componente en un sistema, interactúa con otros artefactos, todos los cuales contribuyen directamente o a través de otros componentes, a una meta común. Si se elimina un componente de un sistema o si sus características cambian, los otros artefactos del sistema alterarán sus características de acuerdo a ello (Hughes, 1987). Si desglosamos el sistema “lavarropas doméstico”, el lavarropas, es un artefacto; la ropa sucia, el agua, el jabón y la energía eléctrica son los *inputs* que se necesitan para que el lavarropas funcione, pero se requiere al menos un agente intencional que ponga en marcha la máquina, introduzca la ropa y el detergente y seleccione el programa de funcionamiento, para que el conjunto funcione realmente como un sistema. El conjunto artefacto + materiales + energía + usuario constituye el sistema tecnológico que se compone por componentes materiales y componentes sociales.

Por este motivo, el sistema será producto de la construcción social y, a la vez, formador de la sociedad (Hughes, 1987) en una rueda que se retroalimenta.

Ese nuevo entorno construido por el hombre, rodeado de sus producciones fue adaptando paulatinamente el contexto a sus propias necesidades y las de la sociedad. A su vez, esas nuevas producciones fueron modificando costumbres, relaciones entre los individuos y modos de habitar los entornos. La posición del diseño ilustra una paradoja interesante dado que se ve afectado por los objetos (artefactos no humanos) y a la vez es el responsable del diseño de estos mismos objetos, por lo tanto adquiere un papel clave al transmitir con ese artefacto moralidad, ética y política (Latour, 1991).

Si la teoría del actor red se ocupa de formular los vínculos sociales de objetos (humanos y no humanos) es el diseño entonces la disciplina encargada de establecer las formas específicas de organizar lo social (Yaneva, 2009).

En estos términos, el diseñador opera tanto en la construcción de las características del artefacto como en la intervención y construcción a través del artefacto mismo de un entorno cultural determinado. El diseño no puede aislarse las características coyunturales de la industria, el mercado o la cultura en la que está involucrado.

Según define Beatriz Galán, el cambio tecnológico suscita un encuentro entre el sistema tecnológico mundializado y las culturas productivas locales, y al hacerlo, las desestructura y las reestructura con nuevas informaciones convirtiéndose en una oportunidad para posicionarnos y reflexionar la cultura productiva.

### **La mujer y la tecnificación del hogar**

El proceso de tecnificación del hogar como consecuencia del crecimiento del consumo, posibilitado a partir del desarrollo tecnológico y el mejoramiento del empleo, brinda una mejor calidad de vida, confort y estatus. Estos nuevos dispositivos



tecnológicos introducidos en el ámbito doméstico, asociados a la mujer, significaron una alteración en la percepción del tiempo, en la cantidad de trabajo y fuerza invertida aplicadas en las tareas del hogar como limpiar, ordenar y cocinar favoreciendo cambios de hábitos y nuevos roles al interior del espacio doméstico (Mohum, 1999, Álvarez Caselli, 2011).

En este contexto, la incorporación del lavarropas al hogar produjo una verdadera revolución, inclusive podría decirse que fue una revolución en varios aspectos. Desde el punto de vista tecnológico implicó no solo el desarrollo del producto y sus propias prestaciones, sino que los hogares se modernizaron en el sentido más amplio de la palabra. Se trata de un artefacto dependiente de dos grandes sistemas tecnológicos: la electricidad y la red de agua, motivo por el cual su incorporación no fue tan rápida (Hughes, 1987; Zmroczek, 1992; Cardia, 2007) y la costumbre de lavar a mano se mantuvo hasta mediados de la década del '80. Por otro lado significó una verdadera racionalización de los procesos de lavado. El lavado era una de las tareas domésticas más compleja y dificultosa a realizar en el hogar. Implicaba lavar a mano prendas que se volvían extremadamente pesadas al entrar en contacto con el agua y la necesidad de contar con grandes espacios y contenedores de agua caliente donde sumergir esas prendas a fin de mezclarlas con algún tipo de detergente para luego fregarlas en una tabla de lavar, finalmente escurrir y colgar. Con el artefacto, las mujeres, responsables del lavado de ropa, fueron liberadas de ese arduo trabajo y la familia podría tener ropa limpia prácticamente con solo apretar un botón (Zmroczek, 1992). El acceso al artefacto se constituyó en un elemento que modificó en términos sumamente profundos el rol de la mujer y el aprovechamiento de su propio tiempo.



Es en este contexto, en el cual, sobre todo las mujeres se constituyeron en objetos de modernización y, al mismo tiempo, cambiaron sus roles como sujetos sociales, en la medida que fueron adquiriendo conciencia de su género y de su posición dentro de la



sociedad y a la vez que se convirtieron en fuerza laboral (Álvarez Caselli, 2011; Cardia, 2007). La estricta visión taylorista de maximización de las tareas domésticas y la configuración de la vivienda en su expresión más moderna, introdujeron y promocionaron toda una gama de artefactos domésticos.

Bajo esta lógica de organización capitalista, también la publicidad se transformó en un mecanismo central del sistema de producción y distribución de masas al servicio del gran público ya que los fabricantes de bienes y los proveedores de servicios necesitaban informar y recordar a los consumidores, en especial al segmento femenino, la disponibilidad de mercancías y novedades. Esto provocó que el público femenino como símbolo del proyecto modernizador, resultó un mercado de gran importancia al constituirse en un agente decisivo en la elección de productos para la familia y el hogar.

No obstante, si bien al hablar de lavarropas hablamos de un producto de consumo masivo, la incorporación de electrodomésticos al hogar, no está exenta de influencias externas, los factores sociales, económicos y políticos afectan cuándo, dónde y cómo se usa una tecnología en particular y por quién (Zmroczek, 1992). Deben tenerse en cuenta aquellos detalles ordinarios y cotidianos de la vida de las mujeres para poder comprender la relación que se genera con la tecnología, una relación íntima, que se revela mirando al interior de la vivienda y experiencia de vida diaria (Zmroczek, 1992).

Durante al menos dos tercios del siglo xx la vivienda fue considerada como una metáfora de lo femenino. La mujer se podía representar a través del ámbito privado, refiriéndose al espacio concreto de la vivienda y a las actividades de mantenimiento que se desarrollaban en ella como cocinar, cuidar niños o limpiar y al espacio simbólico, el hogar como lugar de intimidad, afecto y protección. La casa operaba entonces como una compleja unidad de gestión, prestación de servicios y definición del estatus social, donde también el diseño arquitectónico y los artefactos domésticos incorporados, reforzaban las cualidades particulares de cada uno (Álvarez Caselli, 2011).

## **Bibliografía**

Álvarez Caselli P. 2011. *Mecánica Doméstica. Publicidad, modernización de la mujer y tecnologías para el hogar. 1945-1970*. Editorial Pontificia Universidad Católica de Chile.

Albornoz, M., Guadiño, F. 1990. Revisadores: La sociedad ante el cambio tecnológico, Actas del seminario internacional, Universidad de Buenos Aires.

Artopoulos A. 2014. *Tecnología e innovación en países emergentes: La aventura del Pulqui II 1947-1960*. -2a ed.- Carapachay: Lenguaje claro Editora.

Becerra P. 2011. Diseño para la economía social y solidaria. Conciencia sustentable, responsabilidad profesional y compromiso político. En: *Diseñar la inclusión, incluir al diseño: aportes en torno al territorio de convergencia entre diseños y políticas sociales*. (pp. 43-70).



1ª. ed. - Martínez : Ediciones Azzurra. Coordinado por Verónica Cecilia Gallardo y Juan Carlos Scaglia.

Bernatene, R. , Galán, B. 2003. Nuevas redes sociales como objetos de deseo para el diseño, 2do Congreso Internacional de Pesquisa em Design, Rio de Janeiro, Brasil.

Bernatene M. R. 2015. *La historia del diseño industrial reconsiderada*. Coordinado por María del Rosario Bernatene. - 1a ed. - La Plata : Universidad Nacional de La Plata. E-Book.

Bernatene M. Rosario; Canale, G. 2008. Indicadores de impacto social para las gestiones de diseño y tecnología en unidades productivas de baja escala. Aportes para su construcción. Jornadas Dide.

Bijker, W.; Pinch, T. 2008. La construcción social de hechos y de artefactos: o acerca de cómo la sociología de la ciencia y la sociología de la tecnología pueden beneficiarse mutuamente. En: *Actos, actores y artefactos* (pp. 19- 62). Coordinadores: Thomas H.; Buch A. 2008. *Actos, Actores y Artefactos*. Editorial: Universidad Nacional de Quilmes. Colección Ciencia, Tecnología y Sociedad. Lugar: Bernal, Argentina.

Bonsiepe, G. 1978. *Diseño industrial, tecnología y dependencia*. México: Editorial Edicol.

Bonsiepe, G. 1995. *El diseño de la periferia*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gilli.

Bonsiepe, G. 1978. *Teoría y práctica del diseño industrial: Elementos para una manualística crítica*. Barcelona: Editorial Gustavo.

Bonsiepe, G. 1993. *Del objeto a la interfase. Mutaciones del Diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Buesa, M., y Molero, J. 1996. *Innovación y Diseño Industrial, Evaluación de las políticas de promoción del Diseño en España*. España: DDI.

Cardia M. 2007. Household Technology: Was it the Engine of Liberation? Université de Montreal and CIREQ. June 2007.

Chiapponi, M. 1999. *Cultura social del producto, Nuevas fronteras para el diseño industrial*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Ferrer, Aldo. 2014. *Tecnología y política económica en América Latina*. Ed: Universidad Nacional de Quilmes.

Galán, B. 2015. Dinámicas de desarrollo en contextos de globalización. En: *Territorios creativos: concordancias en experiencias de diseño*. (pp. 27-40). Compilado por María Beatriz Galán; María Cristina Monfort; Diana Rodríguez Barros con prólogo de Lidia Samar. - 1a ed. - CABA: UBA. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Secretaría de Investigaciones.

Galán B. 2009. El rol del diseño en las economías creativas. En: *Diseño en la Argentina, estudio del impacto económico 2008* (pp. 66 -74). Instituto Nacional de Tecnología Industrial, Programa de Diseño. Buenos Aires.

Galán, B., Maidana Legal, A., Senar, P. Neuman, M. 2006. Diseño para el desarrollo: un enfoque en expansión, Santiago de Chile, X Congreso Iberoamericano de gráfica Digital, SIGRADI.



- González Solas J. 2006. El lugar del diseño en nuestra sociedad. Lugares de debate conceptual. UCM.
- Hughes T. 1987. La evolución de los grandes sistemas tecnológicos. En: *Actos, actores y artefactos* (pp. 19 - 62). Coordinadores: Thomas H.; Buch A. 2008. *Actos, Actores y Artefactos*. Editorial: Universidad Nacional de Quilmes. Colección Ciencia, Tecnología y Sociedad. Lugar: Bernal, Argentina.
- Katz J. 1999. Reformas estructurales y comportamiento tecnológico: Reflexiones en torno a las fuentes y naturaleza del cambio tecnológico en América Latina en los años noventa. Este trabajo fue preparado para el Proyecto "Crecimiento, empleo y equidad: América Latina en los años noventa". Editorial: CEPAL.
- Latour, B. 2005. *Reassembling the Social – An Introduction to Actor-Network-Theory*. Editorial: Oxford University Press.
- Mohun, A. 1999. *Steam Laundries: Gender, Technology, and Work in the United States and Great Britain, 1880-1940*. Johns Hopkins University Press.
- Pérez C. 2001. Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil. (pp. 115 A 136). *Revista de la CEPAL* 75.
- Pérez I. 2012. *El hogar tecnificado: familias, género y vida cotidiana. 1940-1970*. Editorial Biblos.
- Picabea F; Thomas H. 2015. *Autonomía Tecnológica y Desarrollo Nacional. Historia del diseño y producción del Rastrojero y la moto Puma*. 1ª ed. CABA: Atuel.
- Porrúa M. Diseño con identidad local. Territorio y cultura, como eje para el desarrollo y la sustentabilidad. En: *Cuaderno 47 | Centro de Estudios en Diseño y Comunicación* (pp. 141-150).
- Ramírez Triana N. 2012. Diseño y bienestar humano. Puntos de encuentro a partir de metodologías de diseño. En: *Iconofacto*. Vol. 8, N10 (pp. 88-114). Medellín, Colombia.
- Simon, H. 2006. *Las ciencias de lo artificial*. Granada: Comares
- Thomas H.; Buch A. 2008. *Actos, Actores y Artefactos*. Editorial: Universidad Nacional de Quilmes. Colección Ciencia, Tecnología y Sociedad. Lugar: Bernal.
- UNCTAD. *Creative Economy Report 2008 - The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*. Ginebra, Suiza: United Nations, 2008.
- Yaneva, A. 2009. *Design and Culture* Vol 1, Issue 1. Border Crossings: Making the Social Hold: Towards an Actor-Network Theory of Design. Berg: UK.
- Zmroczek, C. 1992. Dirty linen: Women, class, and washing machines, 1920s-1960s. *Women's Studies International Forum*, Volume 15, Issue 2, 1992, Pages 173-185