

Pablo Tesone | pablotesone@gmail.com

Instituto de Investigación en Producción y Enseñanza del Arte Argentino y
Latinoamericano (IPEAL). Facultad de Artes.
Universidad Nacional de La Plata. Argentina

ART
ARTÍCULOS

SEDIMENTACIÓN E INNOVACIÓN

SEDIMENTATION AND INNOVATION

Resumen

El concepto de *innovación* está fuertemente asociado al diseño. La disciplina oscila, entre otras cosas, entre la identificación y la diferencia, pero también entre la sedimentación y la innovación. El reconocimiento de posibilidades de intervención y el posterior desarrollo de producciones de diseño pueden ayudar a delinear el futuro —presente— de nuestro país. Estas páginas intentarán construir un lazo entre el ámbito productivo y las disciplinas de diseño de nuestra Facultad.

Palabras clave

Diseño; innovación; identificación; diferencia; arte

Abstract

The concept of *innovation* is strongly linked with design. The discipline varies, among other things, between identification and difference, but also between sedimentation and innovation. The recognition of intervention possibilities and the subsequent development of design productions can help to define the future —present— of our country. This pages will intend to build a bridge between the productive sphere and the design disciplines in our Faculty.

Keywords

Design; Innovation; Identification; Difference; Art



Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Atribucion-NoComercial-
CompartirIgual 4.0 Internacional

Me gustaría pensar en la relación que podemos establecer entre algunas categorías cuya relevancia siempre es cabal dentro del campo disciplinar del diseño y las carreras que se desarrollan en nuestra Facultad. Cuando hablamos de las dimensiones del diseño podemos mencionar entre ellas a la innovación o el pensamiento estratégico. Pero, ¿a qué nos referimos cuando enunciamos esos términos? Podríamos decir que *innovar* es alterar las cualidades de algo e introducir modificaciones. Es un concepto que nos habla de la novedad, pero también de algo no completamente nuevo sino en alguna de sus partes. Ahora bien, para guiarnos dentro de un parámetro un tanto más estricto, veamos qué dice el Estado acerca de la innovación. Entre las consideraciones que llevaron a la creación del Plan Nacional de Diseño (PND)¹ en el año 2016 se destaca la presencia de nuestra disciplina «como factor de innovación y mejora competitiva, generando productos que mejoren el posicionamiento de la empresa en el mercado nacional e internacional» (Resolución 709 - E/2016, 2016). Aparece, entonces, el término asociado a la mejora en el posicionamiento de las producciones de diseño nacionales.

Pablo Bercovich, director Nacional de Gestión y Política PyME, plantea que el Sello Buen Diseño, una de las líneas de acción dentro del PND, es una política pública que entiende al diseño «como una herramienta estratégica para la transformación de la industria [...] (que) forma parte del proceso productivo desde la gestación de un proyecto». Y continúa: «tiene que ver con mejorar la eficiencia de los procesos, aprovechar de mejor manera los materiales, reducir el impacto en el ambiente o posicionar mejor un producto en un mercado a partir de su identidad» (Ministerio de Economía de la Nación, Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo, 2023, p. 13). De este modo, podemos sospechar cuáles son las posibilidades de inserción de nuestra disciplina en el ámbito productivo.

Más allá de estas definiciones, me gustaría vincular estos aspectos con el tema de investigación que desarrollo, cuyas reflexiones se plasmaron en *El diseño, entre la identificación y la diferencia* (Tesone, 2023). Allí dijimos que la relación dialéctica entre las nociones de identificación y diferencia aparecen constantemente ligadas a la definición de *diseño*. O bien porque algo se identifica y, en simultáneo, se distingue de otra cosa, o por el intento de establecer lazos de afinidad, la práctica y, sobre todo, las producciones de diseño —más allá de su tipo— se rigen por este diálogo.

En ese trabajo recuperamos el planteo de Paul Ricoeur en *Sí mismo como otro* (1996) acerca de la identidad formal, asociada a la *identificación-de* y el reconocimiento, y la identidad narrativa, conectada a la *identificación-con*. Más allá de esta sucinta introducción, el autor

1 Cabe señalar, también, el antecedente que supone la creación del Programa de Diseño dentro de la órbita del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (Resolución 64-11, 2011).

francés incorpora la dimensión narrativa a la cuestión de la definición del carácter y, en ese plano, las ideas de *sedimentación* e *innovación*.

El lazo que establezco parece superficial y recurre al término estricto y no, como argumenta Ricoeur, al hecho de que dentro del carácter —el mantenimiento o la permanencia de sí— existen elementos que se sostienen en el tiempo (se sedimentan) y elementos cambiantes (que innovan), vinculados a la identidad narrativa, la palabra dada o el relato que, «al narrativizar el carácter [...], le devuelve su movimiento, abolido en las disposiciones adquiridas, en las identificaciones-con sedimentadas» (p. 117).

Me interesa hacer hincapié, aunque no exclusivamente, en el diseño visual, una disciplina en la que nos encargamos de delinear la imagen pública de alguien o algo y que, en ese proceso «promovemos su identificación, en tanto esa imagen permite su reconocimiento y que otras personas se reconozcan en eso» (Tesone, 2023, p. 142), pero fundamentalmente, participamos en la construcción de relatos, mediamos «entre alguien o algo y el público al que intenta dirigirse o con quien trata de establecer un vínculo, sea éste afectivo, identitario, de consumos, etcétera» (Tesone, 2023, p. 142).

En ese sentido, propondré un punto de vista que se sitúe sobre la incorporación del diseño en el entramado productivo y las nociones de sedimentación e innovación y las utilice como punto de partida para construir un argumento que nos ayude a comprender algunas características de las disciplinas de diseño dentro del campo del arte. No buscaré trazar el enlace directamente, sino que pondré como ejemplo dos casos que no existen —aún— pero que tienen la posibilidad de producirse y ser implementados.

«Subí que te llevo»²

Por un lado, tenemos el sistema de transporte público de la ciudad de La Plata. Por otro, una intervención de diseño cuyo fin es dar cuenta de los distintos recorridos y permitir a las personas que lo utilizan orientarse en tiempo y espacio. Esa intervención podría formar parte de un sistema mayor que rija las cuestiones de la movilidad dentro de la ciudad.³ Ese sistema podría tener un nombre que lo identifique y lo distinga de otros desarrollos urbanos, más allá de su tipo. Ese nombre podría estar acompañado por un rediseño de las denominaciones de las líneas y ramales. Con él, una redefinición cromática —sea en

2 Aludimos al título de la película dirigida por Rubén Cavallotti (1980), protagonizada por Sandro y Mariquita Valenzuela.

3 Para trazar un paralelismo resulta útil revisar el caso de Movi, en la ciudad de Rosario, oportunamente analizado en *El diseño, entre la identificación y la diferencia* (Tesone, 2023).

términos de croma o en sus combinaciones— que facilite su reconocimiento en el entorno urbano. Estos colores podrían ser utilizados en dispositivos emplazados en las arterias de la ciudad que se propongan como meta atenuar escenas que resultarán familiares a quien lea estas páginas y que se repiten viaje tras viaje y día tras día: ¿Me dejás en X?, ¿vas a Y?, ¿sabés cuánto falta para que venga Z? Preguntas que no distinguen línea, ramal o zona de la ciudad y de la región.

Estos dispositivos, además, podrían diversificarse y, a partir de su forma y materialidad, convertirse en (o integrarse a) los refugios existentes o brindar contenidos diferenciados según se trate del centro o la periferia, por citar solo dos aspectos. Estas distintas clases de dispositivos pueden llevar consigo, también, mapas o planos que faciliten la comprensión del sistema y desarrollos tecnológicos que brinden información en tiempo real y vinculen las unidades móviles con las estaciones intermedias de cada línea y ramal. Asimismo, es posible trasladar —con los ajustes correspondientes— los elementos que mencionamos a una aplicación móvil, donde los usuarios sigan el recorrido del coche que deben tomar para llegar a tiempo a destino.

En esta breve descripción existen, obviamente, decisiones de diseño. Hay denominaciones, combinaciones cromáticas, jerarquización y ordenamiento de los contenidos en tiempo y espacio, escala, materialidad y forma. También existe —y lo podemos percibir a simple vista— algo que permanece en el tiempo y algo que se modifica. Existen modos regulados de transitar la ciudad. Existen tipos de vehículos destinados a tal fin y estaciones en las cuales las personas toman contacto con ellos. Sin embargo, hay cosas que no podemos encontrar hoy: no existe información clara y al alcance de la mano acerca de las líneas y sus ramales; los desarrollos tecnológicos son sectorizados y diseñados por las propias líneas, aspecto que juega en contra de la noción de sistema, pues deja de haber una integración entre sus componentes; los criterios de denominación de las líneas y los ramales varían de uno a otro y dependen de las empresas concesionarias del servicio. Podemos sumar varias cuestiones a esta consideración. Sin embargo, a pesar de sus falencias y de las intervenciones que puedan hacerse en su seno, estamos habituados a percibir algo reconocible e identificable como transporte público. No solo eso, sino, más importante, podemos utilizarlo.⁴ No obstante, el punto aquí es aludir al extenso campo que se abre para la innovación. Para el movimiento —en palabras de Ricoeur— en la construcción carácter a partir de la conformación del relato. A partir del vínculo entre la identificación y la diferencia y entre la sedimentación y la innovación, la manera en que se narra una ciudad, ¿no se conecta directamente con el modo en que la perciben y transitan las personas diariamente?

⁴ Vale mencionar, en este sentido, los diseños de artefactos para unidades de transporte público, distinguidos con el Sello Buen Diseño en el año 2022 (p. 103).

Cuando aludimos a la extensión del ámbito de intervenciones posibles, hablamos de las ideas orientadas en ese sentido desplegadas a lo largo de estos párrafos. Claramente no son las únicas. Seguramente, no sean las mejores. Sin embargo, identificar ciertas áreas de injerencia para el diseño nos dará el lugar necesario para incorporar producciones innovadoras. Para seguir con este ejemplo, pensemos qué tanto en los refugios como en los dispositivos pueden vincularse diseñadores visuales e industriales. En el diseño de la aplicación móvil, visuales y multimediales —sin mencionar a programadores—. Entonces, ¿qué tiene que ver esto con las disciplinas de nuestra Facultad? En primer lugar, cualquier tema puede ser un tema del arte. El transporte —y el modo de concebirlo—, por ende, también lo es.

En los párrafos precedentes hablamos en los mismos términos en los que hablan colegas de otras disciplinas de nuestra Facultad. Mencionamos el color, el tiempo, el espacio, la escala, la materialidad, el contraste —pues algo se tiene que diferenciar de su contexto para que pueda ser reconocible—, la tipografía —en tanto la información tiene que poder leerse y comprenderse—. Son estos mismos contenidos los que veremos circular en el otro ejemplo que quiero proponer.

«Hay que salir al Sol»⁵

Imaginemos un campo fotovoltaico. Imaginemos que pertenece a una institución pública. Imaginemos la vasta extensión del lugar y la cantidad de paneles solares que puede alojar. Ahora, pensemos en que sea necesario dar publicidad —dotar de carácter público— no solo a su existencia sino también al ámbito al que pertenece. Pensemos, también, que para mejorar su funcionamiento deba sectorizarse y que esas zonas sean reconocibles a distancia ante cualquier trabajo parcial que sea necesario. O que, para operar ciertas funciones, la institución —o sus trabajadores— requieran de tableros de control claros y simples de utilizar.

Al igual que en el ejemplo anterior, esta descripción invita al ingreso del diseño. Para otorgarle publicidad puede valerse de —o generar— los componentes visuales, sonoros o audiovisuales de la institución en cuestión y, por medio de la escala y el emplazamiento, diferenciarlos de los demás elementos del entorno y hacer reconocible, tanto el campo fotovoltaico como de qué depende. A estas imágenes identificatorias podemos sumar un área de intervención, quizás secundaria, pero no menor, como la indumentaria.

⁵ Aludimos al título de la canción de Fito Páez, publicada en el álbum *Naturaleza Sangre* (2003).

Si el campo se sectoriza, nuestra disciplina puede participar —o colaborar— en la disposición de esas zonas en el espacio, pero también en su denominación. Al hacerlo, podemos hacer visibles esos nombres, pero también reemplazar, por medio de una metonimia, lo simbolizado por el símbolo. Nuevamente, nos valdremos de la escala, del color, de la materialidad y recurriremos a la operación sobre las relaciones de figura y fondo que abordamos al transitar los principios perceptuales durante las instancias formativas. Podremos, asimismo, ayudar a ordenar y entender el espacio por medio del diseño de contenido orientativo (Tesone, 2022) y el emplazamiento de distintas señales que se dirijan en ese sentido. Como dijimos en el ejemplo del transporte público, aquí hay un interés interdisciplinario y las especificidades se entrecruzan.

Si diseñamos un centro de control nos valdremos de nuestros conocimientos sobre el espacio —al agrupar componentes de la interfaz generada—, el tiempo —al diseñar secuencias de comandos o considerar la duración de ciertos procesos—, la forma y su vínculo con las personas —al delinear el tablero o los elementos dentro de él—, el color y la iluminación —pensemos en una botonera o una pantalla—, o el diseño de gráficos que permitan comprender los datos o ejecutar las tareas en ese ámbito de una mejor manera.

¿Cuántos campos fotovoltaicos existen en Argentina? ¿Son todos iguales? ¿A qué entidad pertenecen? ¿Son empresas públicas o privadas? Es difícil pensar que un campo fotovoltaico puede posicionarse respecto a sus ¿competidores? Ahora, cuando aludimos al hecho de hacer evidente la pertenencia de ese campo, ¿no estamos posicionando a la institución de la que depende? ¿No construimos un relato que pone en valor este desarrollo? Esa narración, ¿no convierte a esta institución en una referencia en el área? ¿No atrae inversiones? ¿No aumenta las posibilidades de desarrollar otras políticas de índole semejante? Parece ser que estos movimientos, estas innovaciones incorporan nuevas singularidades al carácter, a la promesa y los enriquecen.

En esta línea, entonces, podemos mencionar, de manera muy esquemática, que en ese diálogo identidad/diferencia o su derivación sedimentación/innovación encontramos, no solo el vínculo alrededor del cual se rige la concepción disciplinar del diseño, sino también posibilidades concretas de intervención.

Mientras que los rasgos propios de un campo de acción —el transporte público o la generación de energía, en este caso— pueden ser considerados como las sedimentaciones, disposiciones, costumbres o las cualidades que se sostienen en el tiempo, nuestra intervención tiene la capacidad de incorporarlas y producir algo nuevo o modificar sus condiciones.

Me gustaría, para concluir, recuperar el planteo que Guillermo Brea realiza en torno al branding, o el área que nuclea las estrategias desplegadas para la construcción y gestión del relato marcario. En su libro *Brandbook. Ideas sobre marca y diseño* (2020) sostiene que el diseño de identificación perdió relevancia y dio paso al diseño de diferencias y que, en la actualidad, las instituciones van detrás de aquello que las distingue del resto. La búsqueda por destacar en un contexto en el que todo parece ser lo mismo es, como podemos suponer, una de las actividades del diseño. Este escrito, al posarse alrededor del vínculo con la innovación, apunta en esa dirección y parece seguir la línea de Brea. Mas, como dijimos en *El diseño, entre la identificación y la diferencia*, las instituciones —y podemos hacer extensivo el razonamiento a cualquier producto socialmente acumulado (Facultad de Artes – Universidad Nacional de La Plata, 2023)— continúan persiguiendo su propio reconocimiento. Tal es así, que «conviven procesos de búsqueda de identificación y de diferencia por medio del diseño de imágenes que representen aquello que hace reconocible a esas entidades y que las distingue del resto» (Tesone, 2023, p. 154). Desde un proyecto que promueva una movilidad más fluida y que, de esa manera, mejore la percepción de una ciudad, hasta acciones de diseño que ayuden a posicionar a una institución pública como referencia en el desarrollo de fuentes de energía renovable, el diseño —visual, pero también industrial y multimedial— tiene un amplio espectro para intervenir en el ámbito productivo y, en consecuencia, ayudar a diseñar el futuro de nuestro país.

Referencias

- Brea, G. (2020). *Brandbook. Ideas sobre marca y diseño*. Wolkowicz Editores.
- Cavalloti, R.W. (Director). (1980). *Subí que te llevo* [Película]. Producciones Germán Szulem. <https://youtu.be/4MiHEjMgHfI?si=0NR6Ovq2R9j85A3R>.
- Facultad de Artes – UNLP (14 de septiembre de 2023). *Formas breves del arte. Clases - La poética de los materiales en las artes visuales* [Archivo de video]. YouTube. <https://youtu.be/oCkG31s08Dc?si=9Ic70f48ILcNBzhk>
- Ministerio de Economía de la Nación. Secretaría de Industria y Desarrollo Productivo (2023). *Sello de Buen Diseño argentino 11a edición*. <https://sbd.produccion.gob.ar/home-sbd/>
- Páez, F. (2003). Hay que salir al Sol [Canción]. En *Naturaleza Sangre*. RCA Victor.
- Resolución 64 - 11 del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva. 11 de febrero de 2011. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/04/2_resolucion_64-11_-_creacion_programa_diseno.pdf
- Resolución 709 - E/2016 del Ministerio de Producción. 18 de noviembre de 2016. <https://www.argentina.gob.ar/horizontes/nacional/resoluci%C3%B3n-709-2016-268473/texto>

Ricoeur, P. (1996). *Sí mismo como otro*. Siglo Veintiuno Editores.

Tesone, P. (2022). *La generación de contenidos en el diseño* (Apunte de cátedra). Taller de Diseño en comunicación Visual 4-5A, Facultad de Artes, Universidad Nacional de La Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/137683>

Tesone, P. (2023). *El diseño, entre la identificación y la diferencia* [Tesis de doctorado, Facultad de Artes de la Universidad Nacional de La Plata]. <https://doi.org/10.35537/10915/154089>