

# URBAN STATION<sup>™</sup>

SAN TELMO BUILDING

NOW OPEN!



ALQUILER DE ESPACIOS DE TRABAJO:  
 OPEN SPACE + SALAS DE REUNION + OFICINAS EMPRENDEDORES + YOUR OFFICE + EXECUTIVE LIVING LOUNGE + AUDITORIOS + TERRAZA

SANTELMO-AR@ENJOYURBANSTATION.COM

RESERVAS AL 5279.6896

WWW.ENJOYURBANSTATION.COM

Informe



## Diseño argentino Ingenio e identidad

Texto  
 Pablo Bianchi

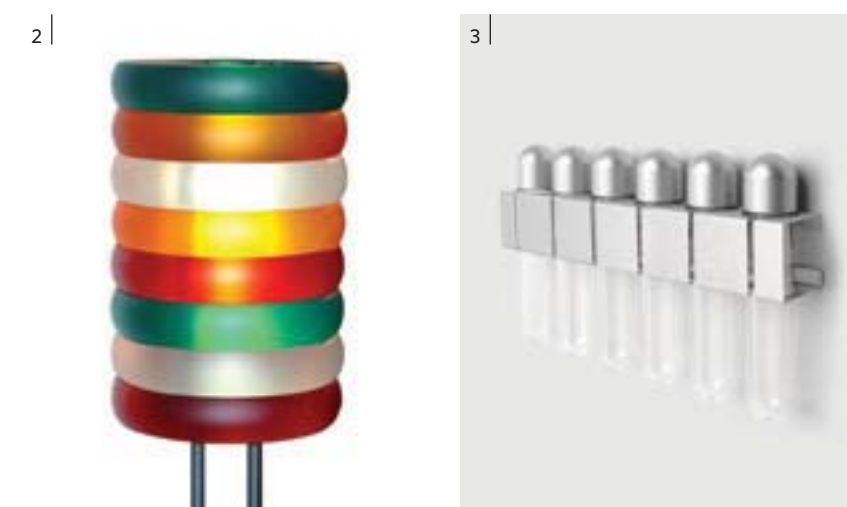


En muchas ocasiones nos hemos preguntado si existe un diseño argentino o, al menos, sobre su identidad. Si esa identidad debe verse reflejada en los objetos, buceando en la producción de los profesionales locales, tanto histórica como reciente, nos encontramos con propuestas muy diversas. Tan diversas que si intentáramos decodificar un "estilo" a partir de la forma no podríamos hacerlo. Esto sí sucede, por ejemplo, en el diseño escandinavo, donde el reconocimiento surge por el uso reiterado de estilemas, es decir, rasgos formales y materiales que, por reconocibles, ya son un estilo.

Ahora, ¿por qué es recurrente esa pregunta inicial? ¿Cuál es el valor de la identidad? Tal vez, la respuesta cobre sentido si pensamos que hoy, en este contexto cultural globalizado, las identidades locales se homogenizan hasta casi desaparecer. Por lo tanto, hacer foco en nuestras singularidades culturales es una estrategia factible de posicionamiento y supervivencia, uno de los últimos bastiones de resistencia de las producciones locales. Porque, paradójicamente, éstas pueden posicionarse globalmente en función de su identidad, siempre que estén ligadas a un *genius loci* específico. El inesperado valor de lo local.

Entonces, si la identidad es valiosa pero, en el caso de nuestro diseño, no está establecida, ¿estamos en problemas?, ¿es posible construirla?, ¿nos olvidamos de ella y seguimos trabajando como hasta ahora? ¿O la identidad está en otro lado?

Los productos de diseño argentino, como hijos dispersos de una gran familia ensamblada cuyos rasgos disímiles impiden reconocerlos como hermanos, carecen de identidad formal. Pero, como a veces ocurre en esas familias, hay



situaciones subyacentes que las reúnen e identifican, incluso más fuertemente. Una identidad que surge de modos de hacer. Una identidad basada en los procesos, en el enfoque, metodológica. Ese rasgo identitario es el ingenio.

El ingenio es la característica que mejor define las prácticas con las que el diseño industrial argentino logró posicionarse, incluso desde sus inicios. En este caso, nos referimos especialmente a ese ingenio paradigmático con el cual los procesos tecnológicos disponibles son utilizados y resignificados por el colectivo de diseñadores industriales, enfrentándose así a las consuetudinarias dificultades del sistema productivo nacional. Esos procesos de fabricación forman parte del "detrás de la escena" de absolutamente todos los productos, desde el sencillo y ubicuo vaso a la compleja y especializada maquinaria agrícola. El diseño utiliza estos recursos materiales empleando estrategias proyectuales basadas en su fuerte optimización; sin que las dificulta-

des con las que se enfrenta impidan lograr resoluciones formales y funcionales interesantes, refinadas y contemporáneas. Probablemente, esté allí el germen de una posible identidad del diseño nacional, que emparenta a esos productos tan diversos. Una identidad que no está basada en imágenes o en soluciones estéticas homogéneas, sino en modos de abordar el proyecto que recuperan aquello que subyace en el inconsciente colectivo nacional y que indica que es posible hacer mucho con pocos recursos, si se manejan de manera inteligente las restricciones que se presentan y se intensifican las posibilidades con que se cuenta.

¿De qué hablamos cuando hablamos de ingenio? Podemos entenderlo, desde la heurística, como un modo de pensar que permite generar procesos, productos o conductas relevantes ante una situación donde el conocimiento adquirido no es suficiente. Las acepciones del término para la Real Academia también son reveladoras: el ingenio es

“industria, maña y artificio de alguien para conseguir lo que desea”. Aguzar el ingenio implica “aplicar atentamente la inteligencia para salir de una dificultad”. De estas definiciones surgen situaciones de dificultad y de incertidumbre. Es interesante percibir que el ingenio es el medio utilizado para atravesar dichas situaciones. Estas definiciones de diccionario parecen, casi, una descripción de las circunstancias con las cuales el diseño argentino ha tenido que lidiar durante su historia, y de sus herramientas para enfrentarlas.

En paralelo surge otro análisis. Estas estrategias proyectuales ingeniosas, que buscan racionalizar el uso de los recursos materiales disponibles, podrían ser definidas, si las analizamos desde una perspectiva actual, como sustentables. Especialmente si entendemos que “sustentables” son aquellos proyectos que responden en simultáneo no sólo a variables ambientales, sino también a las sociales y económicas. Podríamos decir, entonces, que el diseño local incorporó a su práctica enfoques efectivos sobre al desarrollo sustentable, aplicándolos de manera imperceptible, casi sin darse cuenta, o al menos sin declamarlo. O, tal vez, e hilando más fino, podríamos pensar que, en un entorno socioeconómico restrictivo donde el desarrollo de cada producto implica inexorablemente manejar recursos escasos, se debe hacer uso del ingenio para maximizar los recursos disponibles y poder así concretar al producto. Esa práctica es eminentemente sustentable.

Todo lo antedicho carecería de valor si no nos servimos de algunos casos que nos confirmen esta historia. Veamos entonces de qué manera esas estrategias se reflejan en los productos, enfocándonos en esta ocasión en un aspecto puntual: la matricería. Los moldes o matrices son necesarios para poder reproducir un producto fabricado en serie, tanto si nos referimos a complejas carcasas de plástico inyectado como a humildes piezas de fundición de aluminio. También, la matricería es parte sustancial de las inversiones necesarias para poner en producción a un objeto. E involucran un importante consumo de energía y materiales: por allí se tramitan las huellas de carbono e hídricas referidas a la puesta en marcha del proyecto. Es por ellos que conocer la manera en que el diseño argentino se relaciona con este concepto nos puede dar pistas sobre estas estrategias ingeniosas.

Podríamos pensar que la matriz es específica de un producto, diseñada con precisión para cumplir con sus condiciones funcionales. No siempre es así si sobrevuela el ingenio: tanto la linterna Pop, diseñada por Hugo Kogan para



Eveready Argentina en 1986; como las mesas bajas Pluvial, diseñadas por Federico Churba, hacen uso de matrices preexistentes. En las mesas, se utilizan piezas repujadas. Aquí, las combinaciones de diámetros corresponden a la correcta lectura de las posibilidades de las matrices disponibles. Sin embargo, el refinamiento percibido en el producto y la extraordinaria calidad de la terminación superficial no permiten presuponer el prosaico origen de la morfología. En el caso de la linterna, el uso de la matriz existente, modificada a partir de una destinada originalmente a fabricar tubos de aluminio para envases de espuma de afeitar, permite concentrar en la cabeza de la linterna toda la compleja resolución técnica del producto, minimizando, además, la cantidad de partes y mejorando el armado del producto a la vez que se reducen de los costos y el impacto ambiental. Inteligencia proyectual en estado puro.

En otras ocasiones, la matriz se destina a fabricar una pieza que, repetida, permite configurar al producto. El uso de una misma pieza que se repite permite minimizar los costos de matricería (una matriz pequeña es, en general, más económica que una grande) y amortizarla con más rapidez. También, la reducción del tamaño de la matriz implica nuevamente menos material y energía, y por ende, un menor impacto ambiental. Se logra, a la vez, un producto más flexible, al que se le confiere nuevas posibilidades formales. Eso sucede en proyectos muy diversos, separados tanto por el tiempo como por la complejidad y la tipología. Vayan dos ejemplos. En el sillón Skell, diseñado por Ricardo Blanco en 1975,

- 1 Mesas línea Pluvial de Federico Churba.
- 2 Lámpara Picodulce de Bianchi y Stehle.
- 3 Especiero Especies de Mariano Wainztein.
- 4 Sillón Skell de Ricardo Blanco.
- 5 Linterna Pop para Eveready por Hugo Kogan.

el producto se resuelve utilizando un único molde de curvado de madera, que es el que genera cada una de las “fajas” que luego se vinculan en distintas posiciones con los laterales planos, generando una morfología compleja, que aparenta ingeniosamente ser de doble curvatura. En la lámpara Picodulce, que diseñé junto a Hernán Stehle en 2004, sucede algo similar. Aquí, la reducción del tamaño del molde permite generar piezas independientes que posibilitan componer cromáticamente la lámpara, combinando a voluntad los colores de cada pieza, algo que hubiera sido imposible utilizando un único molde del tamaño total de la pantalla.

En otros casos, se utilizan, directamente, piezas ya existentes para generar un producto nuevo. A esa estrategia, que denominamos refuncionalización, apela el especiero Especies, diseñado por Mariano Wainztein en 2000. Este caso es paradigmático por su agudeza. Aquí, los contenedores transparentes son preformas de PET, la pieza plástica base a partir de la cual se fabrican las botellas de toda gaseosa. El uso de las preformas es una decisión tomada, es importante decirlo, sin el ánimo de hacer visible esta operatoria como un caso de diseño sustentable. Estas piezas le permiten al productor contar con contenedores transparentes, de buena calidad visual, con un extremo roscado que permite resolver con precisión el cierre, a un costo bajísimo y sin invertir absolutamente nada en matricería, haciendo sustentable económicamente el proyecto. Con matices, esta estrategia se repite de manera abundante, desde el trabajo consecuente de Alejandro Sarmiento hasta la irrupción en los últimos años de proyectos que toman la refuncionalización de objetos y materiales como una saludable práctica para poner en valor, desde un nuevo prisma, las estrategias con las que nuestro diseño construye su identidad, basada en el ingenio. Estrategias que pueden funcionar como referentes especialmente hoy, cuando el uso racional de los recursos disponibles es una obligación para todos los diseñadores de productos.—



Cuenta con 58 Suites y 1 Suite Ejecutiva, totalmente equipadas siendo su principal característica un diseño de estilo vanguardista, cuya luminosidad invade cada rincón del Hotel.



nucho · AWWA SPA · AWWA FITNESS · BUSINESS CENTER · SALON AWWA

Estratégicamente ubicado en una de las zonas más exquisitas de Buenos Aires.

Awwa Suites & Spa, ideal para el hombre de negocios que busque servicio, sofisticación y relax durante su estadía, o para quienes prefieran una ubicación diferente en el marco de un viaje de placer en el corazón del circuito gastronómico más sofisticado de la ciudad.

D: Lafinur 3370 (C1425 FAJ)  
T: (54-11) 3966 0000  
E: info@awwasuites.com  
W: www.awwasuites.com

Operado por Hotel Management S.A.