

22

#01

**EL INSTRUMENTO DE
RECOLECCIÓN DE DATOS:
UN ROL POSIBLE EN LA
INVESTIGACIÓN ARTÍSTICA**

de **Alejandro Brianza**

*Universidad Nacional de Lanús
Buenos Aires, Argentina*

32

#02

**TIPOGRAFÍA SUSTENTABLE.
CRITERIOS DE SELECCIÓN
TIPOGRÁFICA DE ACUERDO
AL IMPACTO AMBIENTAL
DE CADA FAMILIA.**

de **Darío Harari**

*Universidad de Ciencias Empresariales y
Sociales, Buenos Aires, Argentina*

42

#03

**DISEÑO DE MARCA CIUDAD:
DEL LOGO AL SISTEMA.
CASOS DE ESTUDIO:
MARCA LA PLATA, MARCA
ROSARIO Y MARCA BARILOCHE.**

de **Diana Varela**

*Universidad Abierta Interamericana
Buenos Aires, Argentina*

El instrumento de RECOLECCIÓN DE DATOS

un rol posible en la investigación artística

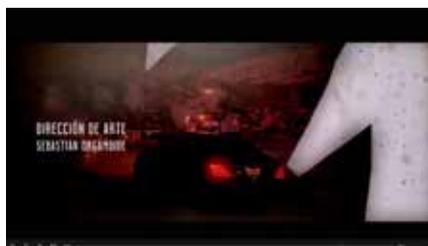
por **Alejandro Brianza**
Universidad Nacional de Lanús
Buenos Aires, Argentina

Recibido: 05-08-2019 Aceptado: 08-11-2019



PALABRAS CLAVE

Diseño, Metodología, Investigación artística, Estrategias de recolección de datos, producto de diseño.

**DISEÑO DE TÍTULOS**

Franco Toscano y Martín Sutelman. <https://www.youtube.com/watch?v=ySF6DZl91zE>

En las investigaciones tradicionales, es común encontrarnos con entrevistas, encuestas, cuestionarios autoadministrados y test que funcionan relevando datos de una determinada muestra para aportar luz sobre la hipótesis que guía el estudio de determinado objeto o fenómeno. Sin embargo, esto no aplica directamente en los proyectos de diseño ¿De qué tipo de adaptaciones nos valemos en relación a una lectura o interpretación de productos de diseño? Este artículo presenta una propuesta a esta inquietud, a partir de la experiencia de su aplicación en el aula.

THE DATA COLLECTION INSTRUMENT: A POSSIBLE ROLE IN ARTISTIC RESEARCH

KEY WORDS: Design, Methodology, Artística research, Data collection strategies, design product.

In traditional research, it is common to find interviews, surveys, self-administered questionnaires and tests that work by collecting data from a certain sample to shed light on the hypothesis that guides the study of a certain object or phenomenon. However, this does not apply directly to design projects. What kind of adaptations do we use in relation to a reading or interpretation of design products? This article presents a proposal to this concern, based on the experience of its application in the classroom.

INTRODUCCIÓN

Todos los paradigmas de investigación en torno a las artes que conocemos hoy en día tienen una conexión muy fuerte con una publicación que Christopher Frayling ofreció a la comunidad del diseño en 1993, titulada *Research in Art and Design* –Investigación en Arte y Diseño– que se convirtió en una especie de clásico y fue tomada posteriormente por múltiples autores (Mäkelä y colaboradores, 2001; Borgdorff, 2005; Findeli 2008; Herrera Batista, 2010; San Cristobal y López Cano, 2014; entre otros) para analizar, justificar y promover diversas acciones en pos de la aceptación de nuevos modelos de trabajo. Según Frayling (1993) existen tres tipos de aproximaciones¹ entre la investigación y el arte que se ven diferenciadas por los distintos abordajes metodológicos que utilizan. En primer lugar, encontramos a la investigación *sobre el arte*, donde podemos distinguir disciplinas que se ocupan de describir al arte en términos históricos y tomar objetos de estudio que se pueden aislar y estudiar desde afuera, atendiendo, por ejemplo, al patrimonio artístico existente y, relacionando fuertemente a las diferentes estéticas pictóricas, musicales o arquitectónicas como procesos dependientes del desarrollo cultural.

Un segundo tipo de aproximación es la investigación *para el arte*: el desarrollo de tecnologías y herramientas contemplando desde la más antigua flauta fabricada en hueso o bambú y la tinta de las primeras pinturas rupestres hasta un software aplicado a la composición musical basado en operaciones algorítmicas u otro de revelado digital de ima-

1 Christopher Frayling (1993), en su idioma original propone la división entre *research into art*, *research through art* y *research for art*. Existen diversas interpretaciones y traducciones al castellano, sin embargo he tomado la misma que utiliza Borgdorff (2005) ya que considero que es la que más se acerca a la idea original del autor.

gen, o una impresora 3D². Estas herramientas y máquinas sumadas a la tecnología que involucra su puesta en práctica son el producto de un desarrollo de conocimiento aplicado pensado para tal fin.

Por último, tenemos a la investigación *en arte*, donde el conocimiento surge de la práctica artística en sí misma y su posterior reflexión, y nos pone a todos a pensar el hecho de cómo catalogarla, nombrarla, y definirla para practicarla en los ámbitos que disponemos.

Entendiendo que estas tres posibilidades para la investigación en relación con las prácticas artísticas ya guardan diferencias con los procesos de investigación tradicional, podemos inferir que las características de los procesos de categorización, recolección y análisis de datos también guardan particularidades que les son propias. Estas, a su vez, permiten pensar a los instrumentos de recolección de datos con un rol posible aplicado a los procesos de producción artística que se inscriben en proyectos de investigación, y que se abordará específicamente a continuación.

EL PRODUCTO DE UNA INVESTIGACIÓN ARTÍSTICA

Los procesos de investigación guiados en mayor o menor medida por el tamiz de las definiciones arriba vistas suelen devenir en una producción artística acompañada de un discurso de naturaleza teórica (Stévance y Lacasse, 2013). Esta producción artística es de gran importancia –medular, dirían San Cristóbal y López Cano (2014)– para comprender el conocimiento generado por la investigación (Brown y Sorensen, en Smith y Dean, 2009), ya que, si los procesos fueron bien llevados a cabo, se convierte en evidencia del

2 Entendiendo la diferencia entre arte y artesanía, tomamos de igual manera estos ejemplos como antecedentes de investigación para, demostrando que desde siempre ha habido aproximaciones y avances de este tipo.

conocimiento que se propone como novedoso, ayudando a que las ideas sean explícitas. Ahora bien, ¿qué tipos de creaciones pueden surgir de ese proceso? La producción puede tomar variadas formas según los intereses y campos de trabajo de cada proyecto: un diseño visual, una interfaz, una aplicación web o para celulares móviles, composiciones musicales instrumentales, mixtas o bien fijadas en soportes digitales, instalaciones, audiovisuales, performances, conciertos con y sin debate posterior, talleres, exhibiciones. A su vez, tenemos también la posibilidad de registrar audiovisualmente el proceso creativo y crear un documental acerca del detrás de escena. No hay mucha vuelta con esto: las posibilidades son todas, siempre que el producto esté respaldando el proyecto de investigación en cuestión. Dependerá al fin, de la creatividad que ponga en juego quien lleva adelante el proyecto para obtener por resultado las producciones más divergentes.

Lo cierto es que, si bien el proyecto puede estar encarado desde la creación en sí misma como idea primigenia, suele ser de gran utilidad realizar un análisis cualitativo de otras piezas de naturaleza similar a la que se quiere producir para contextualizar al propio proceso creativo y volver objetivas algunas decisiones que de otra manera parecerían intuitivas o subjetivas. De esta manera, se propone una fase que podríamos denominar de producción, inscripta, en términos samajianos, dentro de la instancia de validación operativa, inmediatamente después del tratamiento y análisis de los datos.

Samaja (2006) es muy claro respecto a las fases del proceso de investigación: a partir de la formulación de la hipótesis y la descripción del problema planteados en la instancia de validación conceptual, se pasa a definir al objeto de estudio en sus dimensiones y categorizaciones; en la siguiente etapa, la de validación empírica, se define un universo y una

muestra representativa para ser abordada y estudiada; se pasa así a la instancia de validación operativa, en la que se relevan los datos que se consideraron útiles y se los interpreta. Es aquí, donde además de pensar en interpretaciones teóricas o conceptuales, también abrimos la posibilidad a producir en consecuencia con aquellos datos que se obtuvieron de la realidad; en la tabla 1 se puede ver la inclusión de esta fase dentro del modelo propuesto por Samaja, que culmina luego con la elaboración de informes y su posterior exposición y socialización de resultados, formando parte estas tareas de la instancia de validación expositiva.

ESTRATEGIA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En un proceso de investigación, los conceptos centrales por medio de los cuales se aborda el objeto de estudio son llamados categorías de análisis. Estas provienen de aquellos autores que conforman el marco teórico del proyecto y son el lente que nos permite aproximarnos a las distintas dimensiones propuestas para el objeto de estudio en cuestión. En la instancia de validación empírica, al momento de diseñar de los procedimientos y estrategias para la recolección de datos, estas categorías de análisis se convierten en variables, que toman diversos valores según la naturaleza de los fenómenos estudiados y que se evidencian en los instrumentos de recolección de datos. En las investigaciones tradicionales, es común encontrarnos en este punto con entrevistas, encuestas, cuestionarios autoadministrados y test que funcionan relevando datos de la muestra seleccionada que está siendo estudiada. Sin embargo, continuando la idea de guiar al proceso de producción enmarcado en el proyecto, en relación a una lectura o interpretación de otras producciones similares que formen parte del contexto

próximo, resulta útil la propuesta de elegir como estrategia metodológica un análisis de contenido, que permita establecer las características de esta muestra y nos conceda algunas opciones para ponernos a producir.

Tal como menciona Gómez Mendoza (2000), el análisis de contenido es una técnica de recolección de datos indirecta, ya que tomamos contacto con los autores por medio de sus producciones, las que pueden ser escritas, orales, sonoras, visuales o audiovisuales y pueden haber sido obra de una sola persona –una animación, una novela, una pieza musical, un trabajo documental etnográfico–, o bien de un grupo –un largometraje, una web, un videojuego–. De estas piezas, cualquiera sea su naturaleza, es posible realizar abordajes tanto cualitativos como cuantitativos según los objetivos del proyecto.

A partir del análisis de los resultados que arroje el instrumento de recolección de datos, se obtendrá información que una vez interpretada permite definir tendencias, líneas de trabajo y cuestiones que aúnen y separen a las unidades de análisis por sus características propias.

Estos resultados, dan pie a comenzar la creación. No obstante, no necesariamente la creación tiene que inscribirse en las posibles líneas convergentes encontradas del relevamiento, sino que estos son datos empíricos y objetivos que sirven para guiar y contextualizar la propia creación, cualquiera sea la dirección que se elija tomar. En otras palabras, más allá de las interpretaciones que se realicen, las posibilidades creativas siguen siendo infinitas, no estando limitadas bajo ninguna circunstancia por los resultados obtenidos.

Instancias	Fases
Instancia de validación conceptual	1. Planteamiento de problemas, hipótesis, fundamentos, propósitos
	2. Formulación de problemas, hipótesis, fundamentos, propósitos
Instancia de validación empírica	3. Diseño del objeto de estudio y estructura del dato
	4. Diseño de los procedimientos, muestra, plan de análisis e instrumento de recolección de datos
Instancia de validación operativa	5. Recolección y procesamiento de datos
	6. Tratamiento y análisis de los datos. Matrices, posibles lecturas, conclusiones
	7. Producción
Instancia de validación expositiva	8. Elaboración de informes
	9. Exposición sistemática

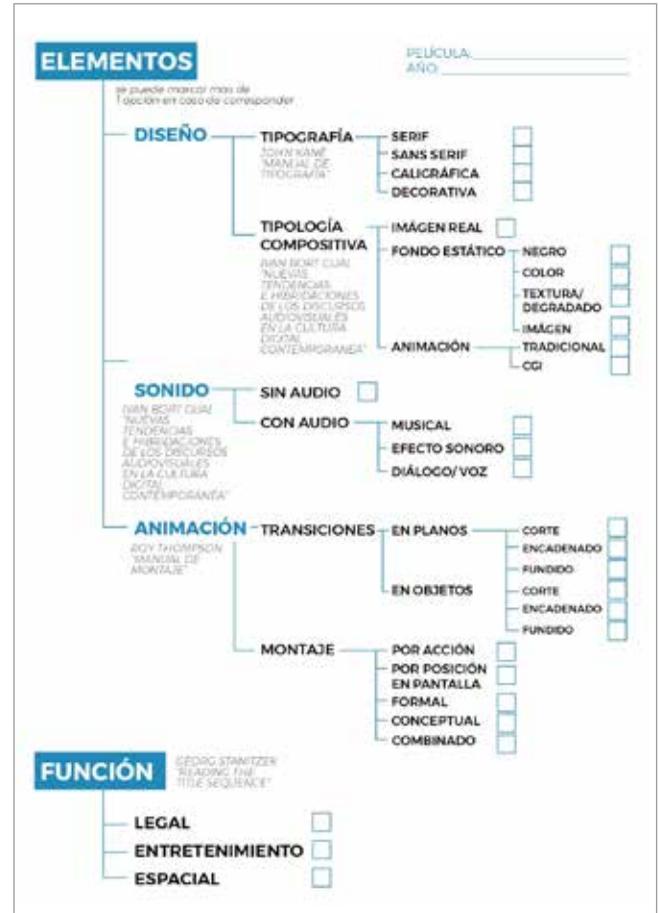
TABLA 1 instancias y fases propuestas por Samaja (2006) con el agregado de la fase 7, destinada a la producción.

DOS CASOS PRÁCTICOS

Siendo que esta es la metodología que se trabaja dentro de la cátedra de Metodología de la investigación social de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, nos es útil recuperar algunos ejemplos para ver cómo se aplican estos conceptos en una producción real.

Los estudiantes Franco Toscano y Martín Sutelman –que cursaron la asignatura el primer cuatrimestre de 2018–, se propusieron analizar estructuralmente las secuencias de títulos en películas argentinas. Definieron que su muestra iba a estar conformada por las películas argentinas de los últimos diez años que hayan sido seleccionadas para competir en el Festival de Cannes. Así, conformaron un corpus de 24 films que analizaron según categorías respecto a a utilización del sonido, la tipografía elegida, la función de los títulos y la presencia o no de animaciones, según se puede ver en la figura 1.

Siendo su hipótesis que las películas argentinas no explotan la totalidad de recursos disponibles para la realización de las secuencias de títulos, su propia producción³ plantea un rediseño de esta secuencia para el último *film* estrenado de la muestra, que sea superador asegurando la buena utilización de aquellos recursos que consideraron para el análisis. El trabajo de Sofía Lopez Viñals y Christian Vieira –otra producción del mismo curso– aborda el diseño de *emojis* geoculturalmente situados. En la actualidad, son ya 1800 los *emojis* reconocidos y avalados por Unicode, la institución que controla y regula la normativa en torno a estos pequeños iconos que solemos utilizar a diario en las conversaciones que mantenemos por medios de comunicación digita-



³ Este trabajo de los estudiantes puede accederse online siguiendo el link: <https://www.youtube.com/watch?v=ySF6DZl91zE>

les. Siendo que el universo de *emojis* crece según demandas de la sociedad que se aprueban o reprueban una vez al año en el marco de la *Unicode Conference*, y entendiendo que estas demandas corresponden en general a los usos y costumbres de determinadas culturas, Sofía y Christian, gracias a los resultados de su herramienta, proponen cuatro *emojis* argentinos que, representando al choripán, al sifón, al Papa Francisco y a Lionel Messi (figura 2), buscan posicionarse como posibles opciones a incluir en la norma universal.

COMENTARIOS FINALES

Resulta pertinente mencionar en este momento, que, si bien los resultados de esta propuesta pueden resultar muy interesantes, eficaces y comprometidos con el problema de investigación, no se pretende bajo ningún punto de vista posicionarla como la única estrategia para trabajar en investigación en relación con la práctica artística: corresponde a un método posible de realizar producción artística en el marco de un proyecto de investigación. Además, el hecho de respaldar el proceso creativo con los resultados objetivos de la recolección de datos avanza un paso hacia la posibilidad de repetición y de evaluación de la pieza, problemas eternos de la investigación artística.

Ya sea en arte o en ciencia, siempre que se trabaje con rigor, los resultados son de interés para la comunidad, y qué mejor que proponer estrategias de trabajo que faciliten esta tarea.

EL AUTOR



ALEJANDRO BRIANZA

Compositor, investigador y docente. Magister en Metodología de la Investigación Científica, Licenciado en Audiovisión, Técnico en sonido y grabación y flautadulcista. Es docente en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, en la Universidad del Salvador y en la Universidad Nacional de Lanús, donde además forma parte de investigaciones relacionadas a la tecnología del sonido, la música electroacústica y los lenguajes contemporáneos, de las cuales ha dado conferencias y talleres en congresos y distintos encuentros del ámbito académico nacional e

internacional. Es integrante de la plataforma colaborativa Andamio y miembro de la Red de Artistas Sonoros Latinoamericanos.

<http://alejandrobrianza.com>



PROPUESTA DE EMOJIS ARGENTINOS

Figura 2

BIBLIOGRAFÍA

BORG DORF, H. (2005). *El debate sobre la investigación en las Artes*. Amsterdam School of de Arte. Disponible en: goo.gl/QnDcgY [Fecha de consulta: marzo de 2018]

FINDELI, A. B. (2008). *Research Through Design and Transdisciplinary: A Tentative Contribution to the Methodology of Design Research*. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/235700599_Research_Through_Design_and_Transdisciplinary_A_Tentative_Contribution_to_the_Methodology_of_Design_Research [Fecha de consulta: marzo de 2018]

FRAYLING, C. (1993). *Research in art and design*. Royal College of Art Research Papers series 1. London, Royal College of Art.

GÓMEZ MENDOZA, M. Á. (2000). *Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología*. Revista de Ciencias Humanas – UTP Nro. 20. Pereira, Colombia.

HERRERA BATISTA, M. Á. (2010). *Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en diseño*. En: No Solo Usabilidad, no 9, 2010. Disponible en http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm [Fecha de consulta: marzo de 2018]

MÄKELÄ, M.; NIMKULRAT, N.; DASH, D. P. Y NSENGA, F. (2001). *On Reflecting and Making in Artistic Research*. Journal of Research Practice. Vol.7, No1. AU Press, Canadá.

SAMAJA, J. (2006a). *Epistemología y metodología: elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires. Editorial Universitaria de Buenos Aires.

SAN CRISTÓBAL, Ú. Y LÓPEZ CANO, R. (2014). *Investigación artística en música. Problemas, métodos, experiencias y modelos*. Catalonia, Fondo Nacional para la Cultura y las Artes.

SMITH, H., Y DEAN, R. (2009). *Practice-led research, research-led practice in the creative arts*. Edimburgo, Reino Unido, Edinburgh University Press.

STÉVANCE, S. Y LACASSE, S. (2013). *Les Enjeux de la recherche-création en musique: institution, définition, formation*. Québec, Presses de l'Université Laval.