

CICLO DE CHARLAS «HABLANDO DE DISEÑO»

«Hitos, relatos y vivencias del diseño en la Argentina»

EDICIÓN ROSARIO | NOVIEMBRE DE 2007

(Por problemas técnicos se resumió
el contenido de la charla)

TEMA: Relación entre la historia de la industria y la historia
del diseño en Argentina

FECHA: 28 de Noviembre de 2007

Lugar: Centro de Expresiones Contemporáneas (Rosario)

Disertantes



JULIO ÁLVAREZ

Especialista en diseño de muebles. Fue gerente del Departamento técnico y de Diseño de la empresa Eugenio Diez S.A. durante 20 años, donde realizaba actividades de investigación y desarrollo de productos; equipamiento de oficinas, para viviendas, centros de salud, establecimientos educativos, etc.

Sus diseños han sido producidos por numerosas empresas, entre las que se destacan Amalio Russo, Fontella, Faiwel, Dopo S.A. y Desalvo Hnos.

Fue docente de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires.

Fue miembro del Consejo Directivo del CIDI (Centro de Investigación en Diseño Industrial) del INTI.

Sus diseños forman parte de la colección permanente de MAMBA. Obtuvo numerosos reconocimientos al regresar al circuito. Además, ha dictado clases en diferentes Posgrados.



ENZO GRIVARELLO

Arquitecto egresado de la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Desde 1989 hasta el año 2003 fue docente e investigador del Instituto de Diseño Industrial IDI-UNR.

Fue director del IDI desde el año 1989 al 2003. Es Cofundador de la carrera de Diseño Industrial en el Instituto Superior de Comunicación Visual (ISCV de Rosario). Es docente del mismo desde 1994 hasta la fecha. Dicta conferencias en distintos países de Latinoamérica.

Es director de proyectos en: Cuba, Colombia, Chile, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Es Miembro de ALADI (Asociación Latinoamericana de Diseño Industrial) y fue su vicepresidente en el período de 1993 a 1995.

CICLO DE CHARLAS «HABLANDO DE DISEÑO»

«Hitos, relatos y vivencias del diseño en la Argentina»

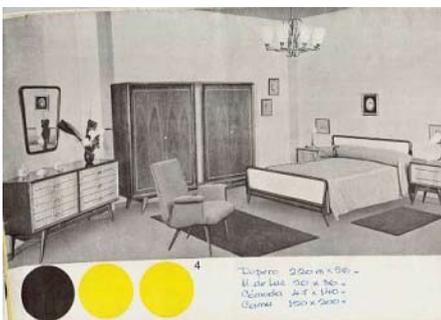
EDICIÓN ROSARIO | NOVIEMBRE DE 2007

El El encuentro «Hitos, relatos y vivencias del Diseño en Argentina» fue una oportunidad para dialogar sobre los comienzos del diseño como disciplina en Argentina con algunos referentes nacionales. Además, fue un encuentro donde se compartieron experiencias, planteando un espacio en el tiempo para entender el camino transitado y, a partir de ahí, construir un espacio de futuro.

«llegamos al Departamento de Novios, porque quienes estábamos en investigación y desarrollo decidimos analizar cuáles eran los terrenos que hacía falta abastecer y descubrimos que éste era uno de ellos.» (Julio Alvarez)



JULIO ÁLVAREZ: Voy a hablar de los hitos de una empresa donde inicié mis actividades, y a la cual le estoy muy agradecido porque me permitió crecer profesionalmente. Mis inicios se dieron en una Pyme integrada por no más de cuatro personas, que eran fabricantes italianos de muy buen nivel y me incorporaron para que les desarrollara sus diseños. Desde allí se producían diseños y se vendían a las mueblerías conocidas de Buenos Aires, dentro de las cuales estaba la antigua Eugenio Diez. Desde esta última firma me llamaron a una reunión para ver si podría trabajar con ellos, porque sabían que en esa empresa Pyme donde yo trabajaba había diseños originales que no estaban en catálogos o revistas italianas y francesas.



La política de Eugenio Diez se ve reflejada por las palabras del Dr. en Ciencias Económicas Reinaldo F. Carlino, quien fue presidente de la empresa y con una visión extraordinaria dijo lo siguiente: «La dirección de una empresa se basa fundamentalmente de acuerdo con las técnicas modernas en la previsión, el planeamiento, la coordinación, la capacitación humana y el control de las operaciones. Pero claro está que la integración de los distintos aspectos de la personalidad humana, tan variada y compleja, es la tarea a nuestro juicio más positiva y rendidora a largo plazo. En Eugenio Diez S.A. consideramos fundamental el desarrollo de los hombres que integran nuestro equipo. En este punto clave reside la buena marcha de la empresa». Los diseñadores éramos respetados y estimulados para crear lo que la empresa quería desarrollar.



Al poco tiempo de estar en Eugenio Diez, trabajé para la Primera Exposición Internacional del Mueble, donde se mostraron las tendencias de muebles del mundo que estaban de moda en ese momento. Las publicidades de la época hicieron referencia a ese acontecimiento. La empresa desarrolló un crecimiento evolutivo tan grande que empezó a ser una empresa de prestigio y tomó la cabecera del mercado. Se mantuvo en esa posición durante los veinte años que duró su vida hasta que, en la década del setenta (durante el período de la «patria financiera») una famosa empresa abrazó las financieras que estas empresas habían creado y el Dr. Carlino se vio obligado a vaciar la empresa de capital y a pedir su quiebra.

Primera Exposición Internacional del Mueble

En los primeros años de Eugenio Diez, se percibía una gran influencia de muebles escandinavos al principio, y después italianos. Luego comenzaron a aparecer creaciones puras, que no estaban en ningún lado y que la diferenciaban del resto de los competidores en ese momento. Uno de los hitos más importantes que creó la empresa fue el «Departamento de Novios». Además, varios de sus diseños fueron premiados por el Centro de Investigación del Diseño Industrial (CIDI) y obtuvieron la etiqueta de buen diseño de esta institución. Eugenio Diez fue socio fundador del CIDI, donde brindaba apoyo económico y formaba parte del Consejo Directivo.



«Uno de los hitos más importantes que creó la empresa (Eugenio Diez) fue el Departamento de Novios» (Julio Alvarez)



Departamento de Novios

Cada dos años se hacía una gran promoción de ventas, con diferentes productos. Es importante destacar que la empresa además de tener su propia producción tenía subsidiarias (a quienes les fijaba la calidad que necesitaba en lo que quería hacer), porque una empresa que tiene mil o dos mil productos no puede hacerse la diversificación de la producción en un solo establecimiento. Entonces, todo lo que se denomina ahora tercerización estaba dado en una cantidad de veinte o treinta fábricas de muebles que producían permanentemente para la empresa. Las sillas que se diseñaban en Eugenio Diez en ese período se producían en miles de unidades cada una. Es decir, éstas no eran sillas especiales sino que formaban parte de una gran industria. Esta situación, acompañada por la aparición de los tornos copiadores, ayudó a que se acelerara mucho la producción. En ese momento, también apareció el mueble de oficina y ahí fue cuando comenzó a surgir la línea de muebles propia, con la ayuda de asientos traídos de Finlandia y de Alemania. Es decir, todo ello se convirtió en el diseño de productos realmente calificados. Luego llegamos al Departamento de Novios, porque quienes estábamos en investigación y desarrollo decidimos analizar cuáles eran los terrenos que hacía falta abastecer y descubrimos que éste era uno de ellos. Entonces envié a colaboradores míos a las empresas, a los bancos y a las constructoras. Ahí empezamos a hacer la evaluación de departamentos de dos ambientes en cada edificio. Con los emergentes de eso desarrollamos las medidas que se podían hacer, y armamos un paquete: la cama, las mesas de luz (quizás la cómoda no era necesaria todavía), y en el comedor módulos componibles, una mesa y cuatro sillas. Ese era un paquete que se evaluaba con un período de generación de seis meses. A los seis meses podía recibir el mueble, y a los doce meses podía renovarlos. El problema que se nos planteaba era que a medida que iban incorporando muebles que habían comprado tiempo atrás la veta de la madera tenía que combinar. Entonces decidimos hacer el lustre siena (que después se popularizó mucho) para oscurecer la madera, y que el protagonismo no lo tuviese la veta sino el color. Entonces eran todos siena, y la pareja podía unir el siguiente mueble al que estaba y no notaban la diferencia.

Los productos que ofrecíamos estaban exhibidos y presentados para que el cliente pudiera entender cómo quedaría en su casa. Este era un servicio que la empresa había estructurado, sin costo adicional, para la operación de compra.

Teníamos representantes en Capital Federal, en Lomas de Zamora, en Córdoba, Mendoza, Paraná, y en Salta. Es decir un mismo producto se podía comprar en distintas regiones del país (en ese sentido podemos decir que Eugenio Diez era nacional). Personalmente me ha causado mucha alegría llegar, por ejemplo, a Tucumán y que me llevaran a una familia del Cerro de las Rosas donde uno de los más grandes arquitectos de Córdoba me presentara algo que había creado yo. Esas son las satisfacciones que puede llegar a tener la creación del diseñador. Por otro lado, no tenemos que olvidarnos que lo nuestro es un servicio y que, además, el diseñador tiene que tener una aproximación muy grande a la industria. La aproximación a la tecnología es necesaria para tener libertad de creación, porque si uno no tiene eso pierde herramientas y no es libre. Yo trabajé en la docencia y pude percibir que muchos jóvenes que están haciendo esta actividad diseñan sin saber cómo se termina el diseño, y es importante revertir esa situación.

«La aproximación a la tecnología es necesaria para tener libertad de creación, porque si uno no tiene eso pierde herramientas y no es libre.» (Julio Alvarez)

Cuando la empresa Eugenio Diez desapareció me vi en la necesidad de volcarme a la arquitectura, y fue el período posterior a la convertibilidad. Antes del 2001 gran parte de las empresas que producían en el país tuvieron que bajar la cortina, porque se empezaron a importar muebles de otros países y lógicamente no se podía competir con esos precios. En el 2001 la industria volvió con fuerza, y los que habían tenido que bajar la cortina tuvieron que levantarla de nuevo pero se encontraban sin equipamiento. En ese marco se instituyó en Buenos Aires el mes de Octubre como mes del Diseño.

Es importante que en Argentina el diseño tenga características propias, porque se dispone de mucho talento. Les agradezco mucho, espero poder volver a estar con ustedes, sigan avanzando.



«El diseñador industrial tiene que entender que su actitud de trabajar en un medio productivo es lo que va a hacer realmente potable su actividad como diseñador»

(Enzo Grivarello)

ENZO GRIVARELLO: Voy a contar cómo nace el Diseño en Rosario. Corría el año 1962, y ya alrededor de 1961 en la Facultad de Arquitectura se había creado un Instituto de Diseño -formado por algunos profesores y estudiantes de Arquitectura- con la idea de hacer diseño. Uno de los fundadores de este instituto fue un señor que se llamó Jorge Emilio Ortiz, quien estuvo en Francia un tiempo y volvió con otro pensamiento. Entonces con gran criterio de futuro creó lo que se llamó el Instituto de Diseño Industrial y convocó a un concurso abierto para armar el equipo de trabajo. Ello generó un gran cambio porque se pasó de una visión arquitectónica del diseño a otra visión del diseño como una actividad independiente. Él estaba convencido que el diseño era y debía ser copartícipe de todas las disciplinas que tenían que aportar su conocimiento. Entonces a partir del concurso él elige los tres mejores para el área de ingeniería, y tres para el área de arquitectura. Fue muy productivo porque comenzaron a convivir dos situaciones muy distintas: el pensamiento lógico que tienen los ingenieros con la visión horizontal que tiene el diseño industrial, y de alguna manera los vocabularios distintos y a veces contrapuestos se fueron amalgamando en un momento. Naturalmente es algo que se fue dando con avances y retrocesos, cosas que suceden en todas las actividades. En el año 1963, que fue cuando comenzamos, el misterio era cómo empezar a diseñar. Entonces vino Ortiz y pensó que la única manera de hacerlo era justamente empezando a diseñar. Así fue como se pidieron proyectos prestados y apareció la otra consecuencia importante, que había que estar permanentemente vinculado a la industria. Esta idea de trabajar con proyectos prestados me permitió aprender muchísimo. Actualmente soy docente de esta Escuela de Diseño y seguimos pensando que no se puede llevar adelante la enseñanza del Diseño como una disciplina fuera de la industria. Es decir debe ser «industrialista» porque debe tener la capacidad de entender que la visión que tiene un empresario es distinta de la nuestra, pero que se puede mejorar de una manera amigable. Son todas distintas, ni mejores ni peores. El diseñador industrial tiene que entender que su actitud de trabajar en un medio productivo es lo que va a hacer realmente potable su actividad como diseñador.

«Identidad... Vocación...
Compromiso...es el trí-
pode que nos permite
desarrollar la actividad
de diseñar». (Enzo Grivarello)

Es importante utilizar todos aquellos periféricos que son las disciplinas que concurren a participar de esta actividad. A mí, hace veinte años atrás jamás se me hubiera ocurrido traer un médico para participar en un equipo de diseño. Hoy me parece que debe tener sentido la incorporación de todos aquellos profesionales que tengan que ver con el diseño, porque el diseño de productos es una responsabilidad de todos nosotros, desde el operario más humilde que hay en la Argentina hasta el Presidente de la República. Es una cuestión de Estado.

El diseño en cierto modo es un servicio para el ser humano. Los valores fundamentales para el ser humano son: la identidad, ¿yo quién soy?; la vocación ¿Qué vocación tengo? ¿Cuál es mi vocación? ¿Descubro mi vocación probando?; y el tercero es el compromiso. Es el trípode que nos permite desarrollar la actividad de diseñar.

Otro tema que quiero abordar es el de los orígenes del diseño. Hay una visión europeizante que dice que el diseño nació en Europa. Sin embargo el diseño no es solamente una consecuencia de determinados arquitectos, hay que tener una visión un poco más tecnológica del diseño. Es importante ese pensamiento de que el diseño industrial no es solamente una actividad estética, sino que tiene una importancia económica, productiva, tecnológica y de uso. Los objetos de diseño son diseños que se usan.

Hay que pensar que el desarrollo del transporte no está vinculado con una cuestión de identidad, sino que intenta resolver el problema de trasladar recursos. Es decir, lo fueron resolviendo preguntándose simplemente cómo lo podían hacer, y en esa reflexión surgió naturalmente un producto con identidad. Por ejemplo, no tiene ningún sentido diseñar una silla con identidad argentina sino que tenemos que resolver los problemas latentes, con la honestidad de hacer lo que el conocimiento le dice que hay que hacer. Creo que esta cuestión de plantearse cuáles son los diseños con identidad no tiene el más mínimo sentido, uno tiene que hacer lo que siente y en algún momento ese producto va a tener identidad.

