

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

VALORACIÓN Y RECONOCIMIENTO DEL DISEÑADOR INDUSTRIAL EN COLOMBIA

Andrea Londoño ¹, Mariana Rúa ²

1: Facultad de arquitectura y diseño, Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia.

2: Facultad de arquitectura y diseño, Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia.

RESUMEN

Esta investigación tiene como propósito comprender las relaciones existentes entre el diseñador, producto y empresa, las cuales conforman la triada fundamental, en términos de relaciones humanas y técnicas, para el desarrollo este trabajo a partir de las percepciones del valor y reconocimiento de la figura del diseñador industrial en Colombia. La investigación se aplica mediante el estudio de caso de MUMA , anteriormente llamada Manufacturas Muñoz y su conexión con los diseñadores Oscar Muñoz, Fabián Bedoya, Pablo Naranjo y Karim Rashid y el desarrollo sus respectivas sillas, Mariposa, Io, Menta y Juga.

Todo este análisis comprendido desde la experiencia y percepción particular de cada diseñador y su conexión entre producto y empresa, da como resultado la importancia de la triada, la cual ha permitido el desempeño y desarrollo profesional de cada uno de estos, impulsándolos a tener valor y reconocimiento de forma específica y dejando claro que solo importa siempre cuando al diseñador le importe.

En consecuencia, el valor y el reconocimiento son conceptos percibidos por cada diseñador de manera distinta según su desarrollo profesional y su visión sobre el diseño industrial, sin negar que el paso por la empresa MUMA les ayudó a contar con una experiencia importante en su hoja de vida, en el proceso del diseño de una silla comercialmente exitosa, potencializando de esta manera la figura del diseñador industrial y logrando una reflexión sobre la posición del diseñador industrial en el contexto actual.

ABSTRACT

The purpose of this investigation is to effectively understand the existing relationships between the designer, company, and product, which unite the fundamental triad in terms of human relations and techniques, for the development of this job deduced from perceptions of value and recognition, as developed by the role of the industrial designer in Colombia. The investigation is applied through the case study of MUMA, previously called Manufacturas Muñoz, and her connections to the designers Oscar Muñoz, Fabián Bedoya, Pablo Naranjo, and Karim Rashid and the development of her respective chairs, Butterfly, Io, Menta and Juga.

This entire analysis, understood through experience and unique perception from each designer and their connection between product and company, results in demonstrating the importance of the triad, which has permitted the performance and professional development of each one of these, urging them to have value and recognition of a specific form and making it clear that it is only significant as long as it is significant to the designer.

In conclusion, value and recognition are concepts perceived by each designer each in a distinct way based on their professional development and their perception of industrial design, without negating that having learned from the company MUMA has helped them gain an important experience to add onto their resume, in the process of designing a chair that was commercially successful, thus enhancing the role of the industrial designer and achieving a reflection on the position of the industrial designer in current context.

Palabras Clave:

Diseñador – producto – Empresa – Valor – Reconocimiento – Colombia.

Designer – Product – Business – Value - Attribution –Colombia.

Idioma: El idioma del texto es el español.

INTRODUCCIÓN

La investigación “El valor y reconocimiento del diseñador industrial en Colombia” se realizó con el fin de Comprender las relaciones entre diseñador, producto y empresa, las cuales representan la base fundamental de la triada, que surgen a partir del estudio de la teoría crítica de Sigfried Giedion en el capítulo “Mobiliario constitutivo del siglo XX” de su libro “La Mecanización Toma el Mando” donde se plantean las relaciones entre el sujeto - objeto, técnica – objeto y sociedad – objeto; La primero entendido como la relación entre la persona creadora del objeto, el segundo desde la relación entre el desarrollo técnico y formal del objeto y por tercero y último la relación con la sociedad (contexto) que influye en el objeto; la conexión entre las tres variables dan como resultado a las categorías de análisis (sujeto-objeto, producto- objeto y sociedad-objeto), vistas en términos de: relaciones humanas y relaciones con la técnica y la conformación de la triada fundamental para comprender la valoración y reconocimiento del diseñador industrial a partir del caso de estudio de la empresa MUMA, anteriormente llamada Manufacturas Muñoz.

RELACIÓN TÉCNICA ENTRE DISEÑADOR, PRODUCTO Y EMPRESA

La compañía a través de su historia y la realización de sus productos, ha implementado un avance tecnológico e innovación en sus procesos, La silla Mariposa, quien fue el primer mueble industrial de MUMA se realizó bajo la guía de su diseñador Oscar Muñoz en 1972, en ese entonces la empresa estaba despertando al mundo industrial y de diseño; aún no se contaba con un departamento de diseño ni la tecnología adecuada para la realización de muebles industriales, los trabajadores eran carpinteros, procesos manuales y técnicos que se enfocaban en la funcionalidad del producto y dejaban a un lado factores fundamentales del diseño como la comodidad, sistemas de sujeción, ergonomía, ventilación y estética.

Muñoz relata en la entrevista que la realización de la silla fue un proceso largo y un reto para la empresa en cuanto a su producción, una inversión económica alta para el desarrollo de su molde. Hernando Muñoz no acepto el costo del molde que había cotizado su hijo “Y ese molde valía lo mismo que la fábrica... entonces mi papá me dijo: “¡noo tampoco pues, eso vale mucha plata!”, mucha era mucha” (Muñoz, 2015), por lo tanto le mostraron el proyecto al gerente de Imusa quien se interesó y respondió que ellos eran capaces de hacer el molde de inyección; fue un trabajo de 6 meses aproximadamente, donde todo la transformación del acero fue un proceso manual de trabajo día y noche. La silla Mariposa logro desarrollarse y caracterizarse en el mercado por ser la primera realizada en plástico inyectado en Colombia.

Como resultado del éxito comercial de la silla Mariposa, MUMA anteriormente Manufacturas Muñoz, empezó a reestructurarse internamente y a comprender la importancia del diseño para su compañía. En el año 1993 entro a la compañía el diseñador Fabián Bedoya para apoyar los procesos de diseño que estaban a cargo de la compañera de estudio y diseñadora Ana María Echeverri, en ese entonces ellos eran las únicas dos personas que conformaban el departamento de diseño y quienes estaban a cargo del diseño de productos del portafolio de la empresa, no solo se preocupaban de la estética del producto sino de su funcionalidad y calidad en cada una de sus piezas.

En el año 1999, Bedoya paso a ser el director del departamento de diseño y a diseñar en compañía de otros dos diseñadores la silla Io , la cual integro nuevos procesos de producción como la extrucción de tubería en acero para sus patas y en su carcasa continuo con el proceso de inyección en polipropileno de alta resistencia pero mejorado. De la silla Io se produjo varios tipos, la de cuadro patas, giratoria, con brazos y con banco alto. Para Bedoya la Io, es una silla especial en el desarrollo de su carrera, reúne muchas cualidades, de las cuales destaca su comodidad, funcionalidad, paleta de colores, versatilidad, adaptabilidad a los espacios de oficina, lo global y su facilidad de exportación, para Bedoya es “Una silla bien diseñada” (Bedoya, 2014).

Posterior a esto, en el año 2000 entra a MUMA el diseñador Pablo Naranjo quien trabaja en la compañía hace quince años y es ahora el director del departamento de diseño desde el año 2005, en este mismo año se inicia el desarrollo de la silla Menta en cabeza de Naranjo y con apoyo de Lucas Restrepo, otro diseñador, con el fin de incursionar en nuevos mercados y crear productos exitosos comercialmente; La silla mezcla en sus piezas procesos tecnológicos e innovadores, su asiento y espaldar son realizados en inyección de polipropileno con aditivo UV, su estructura extruida en tubería de acero y su ensamble principal entre asiento y espaldar en extrucción de un perfil de aluminio lo que la lleva a percibirse como una sola pieza, pero que en realidad son tres unidas; según Naranjo, “...Había que diseñar una silla, novedosa,... que tuviera una combinación de procesos y tecnologías y de materiales,...” (Naranjo, 2014).

La silla Menta conto con altos niveles de detalles de ingeniería y diseño, sus limitaciones en cuanto a la producción fueron tecnológicas debido a que Colombia no contaba con la tecnología para el nivel de detalle y calidad deseado, sin embargo se logró obtener excelentes resultados y ser una silla caracterizada según Naranjo porque aunque no es la más barata y confortable, tenía un factor “wow” que sorprendía y capturaba a los consumidores, un reto tecnológico con un proceso de diseño purista que partió de un referente y un concepto logrando un diseño de valores adicionales de la función básica, “Un producto que era sexy como dicen muchos diseñadores, llamaba la atención, era bello, ese primer instante es muy importante” (Naranjo, 2014); para el director de Investigación y Desarrollo, Fabio Toro, esta silla ha significado el reto tecnológico más alto para la empresa, debido a la composición de sus partes y la mezcla de materiales.

En consecuencia a lo anterior, en ese mismo año se empieza la conformación de un equipo de diseño más robusto, con el fin de aumentar el portafolio de productos de la compañía, donde se buscaba un perfil de diseñador integral, con visión global sobre el mundo, “El mundo del trabajo del diseño es complejo y es estresante y hay trabajo y ahí ingeniería y hay que resolver cosas difíciles, esa integralidad es muy importante, disciplina, diseño, ingeniería, hay que cumplir cronogramas, hay que todo ese tipo de cosas son muy importantes. Eso buscamos mucho de la gente” (Naranjo, 2014).

Es así como la relación técnica entre el diseñador, el producto y la empresa se convierten en la fuente para el desarrollo de productos de diseño, con calidad e innovación, que en su conjunto resaltan el trabajo profesional del diseñador industrial, su valor y reconocimiento, en el mercado colombiano, el cual hoy en día se encuentra desactualizado en tecnología para el desarrollo de productos industriales con detalles y sello de calidad, por lo que la empresa MUMA decidió tercerizar los procesos productivos, logrando crear una visión global sobre sus desarrollo, estableciendo contactos no solo con el mercado nacional sino internacional y así poder exportar sus productos.

RELACIÓN HUMANA ENTRE DISEÑADOR, PRODUCTO Y EMPRESA

Desde la experiencia propia de cada uno de los diseñadores vinculados con un producto y un contexto, en este caso MUMA, se forma la relación entre la triada fundamental para la ejecución de este trabajo; las tres variables, diseñador, producto y empresa que crean una perspectiva particular en cuanto al valor y reconocimiento de la figura del diseñador industrial durante el desarrollo de la profesión. Los diseñadores Oscar Muñoz, Fabián Bedoya y Pablo naranjo, cada uno con un proyecto de diseño exitoso comercialmente, han establecido como sujetos, conexiones emocionales con sus respectivas sillas.

Muñoz refleja su cariño por la silla Mariposa en cuanto a la satisfacción de realizar un producto que no existía en el mercado colombiano, sus emociones paternas crean una conexión con el recuerdo de la empresa y el apoyo de su padre Hernando Muñoz en la realización de la silla, Bedoya reconoce la importancia del desarrollo de la silla Io en su carrera profesional, la define

como un producto multipropósito, siendo este el primer diseño que realizó en grande, y el cual le creó la satisfacción personal y profesional por ser un producto comercialmente exitoso; por último Naranjo, quien tiene una visión más global del diseño se refiere a la silla Menta como un producto importante e interesante que obtuvo grandes logros y fue exitoso comercialmente, nacional e internacionalmente.

Cada uno de los diseñadores resalta el agradecimiento a MUMA por proporcionar los medios para la realización de sus productos y el desarrollo de su profesión, así mismo destacan experiencias particulares alrededor de la compañía; Muñoz afirma que su pasión por el diseño de muebles fue consecuencia del trabajo realizado en Manufacturas Muñoz, el cual fue el portal de conocimiento que le permitió independizarse como diseñador industrial en su propia empresa Oskada Arquimuebles, adicional existe una conexión emocional por ser la compañía que creó su padre; Bedoya define a MUMA como “Un taller de metalmecánica jalonado por el diseño”, resalta su apoyo durante los siete años que trabajó en conjunto con la empresa, la cual permitió el desarrollo profesional y enriqueció su hoja de vida; finalmente Naranjo, define a la empresa como un patrimonio industrial que cuenta la historia del diseño en Colombia desde los años 50, una compañía interesante en la cual su mayor experiencia ha sido, el momento en el que ha visto la felicidad de los diseñadores al lograr el objetivo propuesto con el desarrollo proyectual de un producto y al percibir que la empresa ha generado los espacios necesarios para que los diseñadores se desarrollen profesionalmente en conjunto a esta.

Otro de los factores que entran dentro de las relaciones humanas de la triada entre el diseñador, el producto y la empresa, es la percepción que tiene cada uno de los diseñadores sobre la valoración y reconocimiento de su trabajo dentro de la compañía, y el reconocimiento del diseñador industrial dentro del ámbito del mobiliario; en consecuencia se crean tres puntos de vistas diferentes, ninguno es bueno ni malo, es el resultado de las experiencias personales y desarrollo profesional de cada uno; Muñoz recibe su primer reconocimiento mediático por parte de la revista Proyecto Diseño, con el desarrollo de la silla Mariposa, por ser la primera silla plástica y de producción en serie del país, ya que en la época de los 70, no habían nociones claras sobre el diseño industrial, por lo cual no existían revistas ni concursos que resaltarán la profesión, sin embargo para Muñoz el reconocimiento propio es el más importante, resalta que al crear su

empresa, fue el mejor resultado de su trabajo en la profesión del diseño; para Bedoya el reconocimiento del diseño se centra en lo monetario, después de un tiempo se retiró de la empresa debido a que tuvo desacuerdos con el reconocimiento y el salario pactado por el desarrollo de la silla Io, hace referencia a que el diseñador industrial no es bien pagado en el medio, comparándolo con los arquitectos e ingenieros quien asegura que son mejor retribuidos; el reconocimiento para Naranjo se define en la confianza que le ha dado la empresa, al brindarle los recursos necesarios para desarrollar su saber, además destaca que el reconocimiento tradicional existe, y es ese de publicaciones y entrevistas, pero no existe aquel tipo de reconocimiento por el trabajo del otro, muchas veces no se ha dado el espacio para que el diseñador exponga sus saberes por lo que no se hace público y no se reconoce.

A partir de lo anterior, se concluye que MUMA una compañía de muebles colombianos, ha creado una evolución y un reconocimiento en el mercado, que se extiende internacionalmente, gracias a las relaciones técnicas y humanas generadas en la triada, diseñador, producto y empresa, y al cambio de imagen que asumió en el año 2009, como parte del plan estratégico de internacionalizar el diseño colombiano, mediante el cual la empresa decide emprender el desarrollo de un nuevo producto con uno de los diseñadores más importante a nivel mundial y con alta visualización en el mercado, como lo es Karim Rashid, es así entonces como MUMA lanza la silla Juga “by Karim Rashid” en el año 2011 – 2012. Para Muñoz este suceso hace parte de la filosofía del gerente de ese momento, Juan Carlo Bedoya, con el objetivo de “querer vender, vender diseño”; para Bedoya, fue una forma de avalar el diseño de la empresa, “como lo hizo Haceb con Ross Lovegrove” (Bedoya, 2014), una estrategia más de mercadeo; para Naranjo, quien fue uno de los impulsores de esta estrategia, la silla Juga significó la unión del cambio estratégico y una visión global sobre el diseño en donde reforzaba y potencializaba la marca MUMA anteriormente Manufacturas Muñoz lanzada en el 2009, reafirmando una vez más la calidad, diseño e innovación global de sus productos.

AGRADECIMIENTOS

Le agradecemos a Oscar Muñoz, Fabián Bedoya y Pablo Naranjo por la disponibilidad y amabilidad con la que nos respondieron cada una de nuestras preguntas, de igual forma al profesor Alejandro Mesa por el acompañamiento y tutoría constante durante todo el proceso de investigación, al profesor Raúl Domínguez por facilitarnos material bibliográfico al inicio del proceso y a todas las personas que de una u otra forma nos ayudaron y acompañaron durante nuestra investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-Giedion, S. (1978). En La Mecanización Toma el Mando (págs. 489-515). Barcelona, España.

-Muñoz, O. (10 de Febrero de 2015). Valor y reconocimiento del diseñador Industrial en Colombia.

(M. R. Giraldo, & A. Londoño Flórez, Entrevistadores) Medellín, Colombia.

-Toro, F. A. (24 de Junio de 2015). Valor y reconocimiento del diseñador industrial en Colombia.

(M. R. Giraldo, & A. Londoño Flórez, Entrevistadores) Medellín, Colombia.

-Naranjo, P. (3 de Octubre de 2014). Valor y reconocimiento del diseñador industrial en Colombia. Medellín, Colombia.

-Bedoya, F. (21 de Octubre de 2014). Valor y reconocimiento del diseñador industrial en Colombia. (M. R. Giraldo, & A. Londoño Flórez, Entrevistadores) Medellín, Colombia.